

FACTOR DE ÉXITO

¡La clave está en la diferenciación!

REPÚBLICA DOMINICANA 

ISSN 2520 - 0100

WWW.REVISTAFACTORDEEXITO.COM

@RevistaFactor de Éxito

@RevistaFactor de Éxito

El Sistema portuario Nacional se encuentra en una posición altamente competitiva

Jean Luis Rodríguez

Director ejecutivo Autoridad Portuaria Dominicana, APORDOM

Sectores marítimo, construcción y automotriz, una importante cuota de responsabilidad en el desarrollo del país

Mayobanex Suazo
Director de Planeamiento Urbano del D.N. Santo Domingo

Santo Domingo, proyectada a convertirse en una ciudad más compacta y policéntrica

Eduardo Pellerano
Vicepresidente Operativo de British Motors

La movilidad eléctrica es el futuro cercano

Jordi Amargós
Asesor Inmobiliario Apartamentos RD

El efecto pospandemia jugó a favor del sector inmobiliario

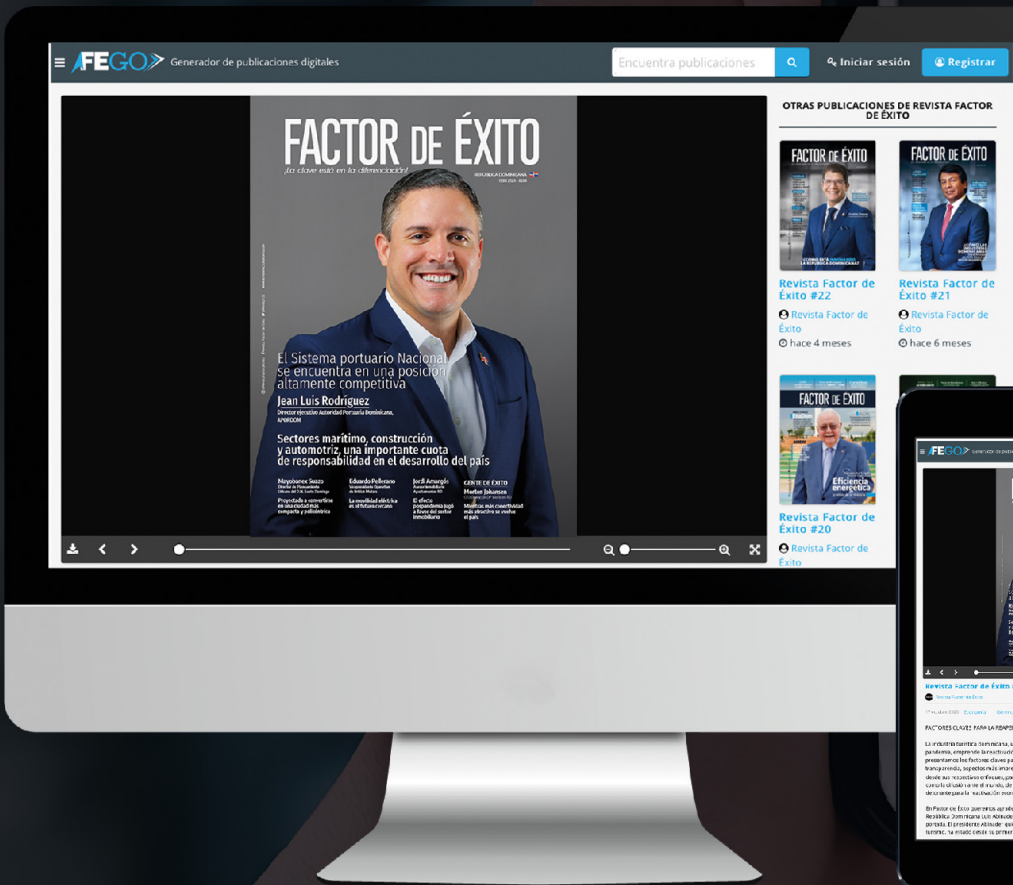
GENTE DE ÉXITO

Morten Johansen
CEO Operación DP World en RD

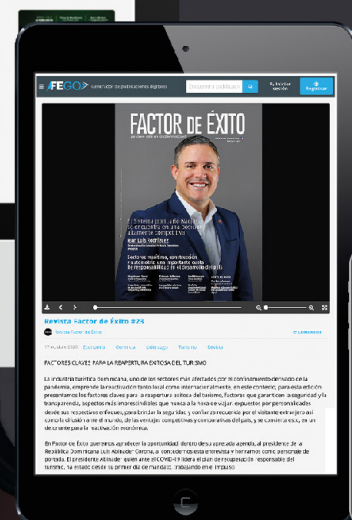
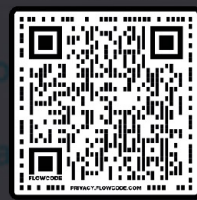
Mientras más conectividad más atractivo se vuelve el país



Visualización y descarga
a través de la plataforma
www.fego.digital



APUNTA Y ACCEDE
A TODAS NUESTRAS
EDICIONES



Sorento

Más libertad, Más aventura



Movement that inspires

www.grupoviamar.com | 809.565.3111



grupoviamar

Los modelos ilustrados podrían diferir de los disponibles en especificaciones y accesorios. Solicite en Grupo Viamar y Dealers Autorizados una cotización para mayor exactitud de las especificaciones y precio del modelo de su interés.

GRUPO
VIAMAR

¡El compromiso es de todos!



Definitivamente, el trabajo de todos los sectores productivos de un país es lo que hace posible el desarrollo. Sectores como construcción, marítimo y automotriz, han tenido una participación relevante en la dinamización económica de la República Dominicana. La sinergia entre Estado y empresa privada ha permitido la generación de empleos y un significativo avance de cada sector, brindando oportunidades de estabilidad para miles de familias e impulsando el crecimiento.

El sector marítimo ha sido crucial a lo largo de la historia para el desarrollo social y económico de los países. De acuerdo a la Organización Mundial del Comercio, “en los últimos decenios el transporte marítimo ha experimentado una considerable expansión, gracias al crecimiento del comercio y a la mundialización”. Esta organización estima que el 80 % del volumen del comercio mundial se realiza por vía marítima, donde la cadena de suministro es línea transversal.

En los últimos años el sector logístico ha demostrado una gran capacidad de resiliencia ante

adversidades como el Covid-19 o ante dificultades geopolíticas como el conflicto en Ucrania, también se ha enfrentado a nuevos modelos de negocios, la llegada de la transformación digital y el despunte de nuevos hábitos de consumo, donde el comercio online ha impuesto nuevas reglas.

Es así como la logística se ha revelado como uno de los puntales de la actividad económica mundial. La perspectiva de convertir a la República Dominicana en el Hub logístico del Caribe es cada día más tangible; las inversiones y expansión del sector han traído valiosas alianzas con el sector portuario para alcanzar esta meta.

El sector de la construcción es, por su lado, es un sector estratégico para el crecimiento de la economía de cualquier país debido a que, a partir de dicho sector, se puede generar la base para el desarrollo de diversos subsectores económicos. Según cifras del Banco Central de la República Dominicana, la construcción tuvo un crecimiento de 6.3 % para el período enero-marzo 2022, constituyéndose un sector prioritario para el país, sobre

todo por la creación de empleo y su incidencia en la economía.

El sector automotriz dominicano, compuesto por una amplia gama de empresas, está hoy marcado por una tendencia global hacia la electromovilidad. El aporte fiscal por concepto de importaciones y uso de vehículos, lo convierte en uno de los sectores más importantes para la economía.

En esta edición buscamos conocer el impacto de estos sectores, su aporte y las perspectivas de expansión en un país cuya posición geográfica y condiciones son factores claves para el desarrollo de los mismos. En este sentido, trajimos a nuestras páginas una selección de entrevistados que aportan su ángulo particular, con el objetivo de dibujar la realidad de cada sector y, en conjunto, el panorama de un país que apunta alto.

¡El compromiso es de todos!

Isabel Cristina
Directora Ejecutiva



UNIDOS

POR TU FAMILIA



contenido

pág. portada
14

El Sistema Portuario Nacional se encuentra en una posición altamente competitiva

Jean Luis Rodríguez

Director ejecutivo Autoridad Portuaria Dominicana, APORDOM



pág. INTERVIEW
22

DR Trade, único sistema de comunidad logística de la República Dominicana

Iván Veloz

Gerente Comercial DR Trade



pág. INTERVIEW
38

Empresas del sector automotriz en República Dominicana han evolucionado

Wendy Capellán

Directora ejecutiva de GUIA-RD



pág. INTERVIEW
42

La industria automotriz está cumpliendo su cuota de responsabilidad

Agustín Lama

CEO Magna Motors



pág. INTERVIEW
44

República Dominicana es un país que beneficia la inversión

Fermín Acosta

Presidente de Crisfer



pág. gente de éxito
49

Mientras más conectividad más atractivo se vuelve el país

Morten Johansen

CEO Operación DP World en RD



pág. empresariales vip
60

El golf tuvo su jornada estelar con el World Corporate Golf Challenge RD Factor de Éxito



pág. RD lo tiene todo
64

Barrick Pueblo Viejo Compromiso real con la equidad de género

Helen Burke

Gerente de Recursos Humanos Barrick Pueblo Viejo



directorio

Revista Factor de Éxito República Dominicana
Número 38, Año 6

Directora:
Isabel Cristina Rolo Figueroa

Comité Ejecutivo:
Héctor Rolo - Isabel Figueroa de Rolo
Andrés García - Isabel Cristina Rolo Figueroa
Arianna Rolo Figueroa - Thony Da Silva Romero

CEO-Directora Editorial:
Isabel Figueroa de Rolo

Director de Arte:
Héctor Rolo Pinto

Directora de Mercadeo:
Arianna Rolo

Directora de Comunicaciones:
Siddhartha Mata

Coordinadora de Comunicaciones:
Eidrix Polanco

Periodista:
Isamar Febres

Asesora comercial:
Rosely Matos

Content Manager:
Gabriela Alfonso

Web Master :
Juan Rebolledo

Diseño y Diagramación:
Luis Gofa

Portada:
Jean Luis Rodríguez
Director ejecutivo Autoridad Portuaria Dominicana, APORDOM

Articlista de esta Edición:
Iovar Medina
Guillem Martí

- **Revista Factor de Éxito República Dominicana**
Factor de Éxito Rolga Group SRL
RNC 1-3135817-9
Dirección: Av. Lope de Vega #29, Novo Centro, Nivel 3.
Local C-6, Ensanche Naco, Santo Domingo.
Teléfonos: +1 829.340.5724 – 809.542.2479
info@revistafactordeexito.com
Instagram: @RevistaFactordeExito
Twitter: @RevistaFDE
Facebook: Revista Factor de Éxito
LinkedIn: Revista Factor de Éxito
www.revistafactordeexito.com
- **Revista Factor de Éxito Atlanta**
info@atlanta.revistafactordeexito.com
- **Revista Factor de Éxito Chile**
info@chile.revistafactordeexito.com
- **Revista Factor de Éxito Colombia**
info@colombia.revistafactordeexito.com
- **Revista Factor de Éxito Ecuador**
info@ecuador.revistafactordeexito.com
- **Revista Factor de Éxito México**
info@mexico.revistafactordeexito.com
- **Revista Factor de Éxito Miami**
info@miami.revistafactordeexito.com
- **Revista Factor de Éxito New York**
info@newyork.revistafactordeexito.com
- **Revista Factor de Éxito Panamá**
info@panama.revistafactordeexito.com

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

Promoción ahorro

La Asociación Cibao de Ahorros y Préstamos (ACAP) dio inicio formal a la tradicional promoción “La Casa del Ahorro” en su edición 2022-2023, esta vez con un monto ascendente a RD\$60 millones.

Ninoska Suárez, gerente de Mercadeo de ACAP, dijo que la promoción se hace aún más especial: “Este año en que celebramos nuestro 60 aniversario, la ocasión amerita hacer algo grandioso y único, por lo que sortearemos 60 millones de pesos en efectivo, para ayudar a nuestros clientes a cumplir eso que han soñado un millón de veces”.

“Hace años que, promoviendo el sano hábito del ahorro, hemos contribuido en la construcción de los sueños de miles de familias dominicanas y la promoción de “La Casa del Ahorro 2022-2023” es un gran incentivo para lograrlo”, indicó la ejecutiva.

Asimismo, explicó Suárez que, por cada RD\$300 de incremento en las cuentas de ahorros, los clientes generarán un boleto electrónico con el que participan para ganar en sorteos quincenales de seis premios de 1 millón de pesos para cada ganador y quienes reactiven o abran nuevas cuentas de ahorros generarán el doble de boletos.

Los interesados podrán participar hasta el 9 de enero de 2023, realizándose el último sorteo el 11 de enero de 2023. Los sorteos quincenales serán transmitidos en vivo por las redes sociales de la Asociación Cibao.



Contribución medioambiental

A lo largo de casi seis décadas de operaciones, Cementos Cibao ha formado parte integral de la construcción y el desarrollo de República Dominicana, posicionándose exitosamente entre los líderes del sector cementero nacional. Las huellas de sus contribuciones pueden verse en la infraestructura y las edificaciones que forman parte de nuestra vida diaria, pero también en el medioambiente que nos rodea y en las comunidades que integramos. De hecho, la empresa es reconocida por su responsabilidad minera al llevar a cabo sus operaciones en total cumplimiento con estándares internacionales de sostenibilidad y mejores prácticas de la industria.

Una de las principales actividades medioambientales que realiza la cementera es la reforestación en paralelo con el cierre de cada una de las canteras donde extraen su material; esto bajo el Programa de Manejo y Adecuación Ambiental (PMAA), aprobado por el Ministerio de Medio Ambiente. Desde 2015 a la fecha, la empresa ha reforestado unos 93,640 árboles de 29 especies nativas y endémicas de la zona, y ha recuperado más de 972,330 metros cuadrados de bosques de áreas intervenidas como parte de su compromiso de proteger la fauna y la flora nacional.

Cementos Cibao también cuenta con iniciativas probadas para el manejo de las emisiones atmosféricas y los residuos sólidos generados por las operaciones de su mina ubicada en Puñal, provincia Santiago. En adición a esto, la compañía está tomando acción para la gestión de vertidos y la preservación de la calidad y cantidad de las aguas subterráneas y superficiales que les rodean.



Recuperación económica

El sistema financiero dominicano recuperó, al cierre de junio de 2022, los 130.000 usuarios con crédito bancario perdidos durante los meses de confinamiento por la pandemia de Covid-19 y alcanzó los 2,07 millones de deudores, informó la Superintendencia de Bancos (SB).

Al cumplirse dos años de su gestión, el titular de la institución, Alejandro Fernández W., afirmó que el sistema financiero dominicano “exhibe uno de los niveles de riesgo de crédito más bajos de Centroamérica, con la mayor cobertura de cartera vencida, menor morosidad y la mayor aceleración en el crecimiento de provisiones de toda la región”.

Además, a propósito del contexto de crisis, el ente supervisor ha apoyado al Estado con la transferencia de recursos y, desde 2020 hasta la fecha, ha aportado casi 6.000 millones de pesos de sus ingresos a la Cuenta Única del Tesoro, para ser contemplados en el Presupuesto General del gobierno central.

Entre agosto de 2020 y agosto de 2022 se atendieron 3.914 solicitudes de información de autoridades y sujetos competentes, de las cuales un 78 % corresponde a solicitudes del Ministerio Público.

El superintendente de Bancos resaltó las acciones realizadas para procurar la integridad del sistema financiero dando apoyo “continuo y constante” al Ministerio Público, al Poder Judicial y a la Cámara de Cuentas, como conducto



para la canalización de información financiera y la congelación de productos requeridos por las autoridades competentes.

Inversión energética

En los dos últimos años, la inversión en la generación de energía renovable aumentó significativamente en República Dominicana con la entrada al sistema de cuatro nuevos proyectos de energía limpia y el inicio de construcción de otros 12 parques solares y eólicos en distintos puntos del país, con inversiones que superan los RD\$800 millones entre 2022 y 2023.

La información la ofreció el director ejecutivo de la Comisión Nacional de Energía (CNE), Edward Veras Díaz, quien ponderó las facilidades y el impulso que ha dado al sector el presidente Luis Abinader, con la aplicación de la Ley 57-07 sobre Incentivo al Desarrollo de Fuentes Renovables de Energía y el cumplimiento de los compromisos internacionales.

Veras expresó que más de 15 proyectos entraron en operación entre el 2020 – 2022. Además, resaltó que muchos de esos proyectos han llegado a acuerdos comerciales con las empresas de distribución para la compra de toda su energía a precios de referencia, equitativos e igualitarios, publicados en 2021 y 2022 por la misma CNE, aunque algunos otros inversionistas han iniciado su construcción, confiando en la estabilidad que representa el mercado eléctrico nacional.

Según el Plan Energético Nacional, publicado por la CNE en el primer trimestre de este año, en el otoño del 2023, la matriz de generación estaría integrada por más de un 19 % de generación renovable no convencional.



La CNE trabaja para cumplir el compromiso “Milenio sobre Desarrollo Sostenible” de integrar al 2025 un 25 % de fuentes renovables a la matriz del sistema eléctrico nacional.

Acuerdo



Isabel Cristina Rolo Figueroa, directora ejecutiva de Factor de Éxito y Guillem Martí, director del Centro de Investigación de Sostenibilidad de Barna Management School.

Revista Factor de Éxito y Barna Management School firmaron un acuerdo de colaboración interinstitucional, con el objetivo de darle visibilidad a las iniciativas del Centro de Investigación de Sostenibilidad de la mencionada escuela de alta dirección. Al mismo tiempo, se busca fomentar el desarrollo de estrategias y buenas prácticas que mejoren la sostenibilidad en las actividades del medio de comunicación.

La alianza incluye, por parte de Barna, la capacitación para miembros activos y directivos de la revista en sostenibilidad, a través de becas, conferencias, webinars y visitas, además del acompañamiento en el abordaje del tema en las ediciones y la realización de podcasts sobre diferentes aspectos, enmarcados dentro del desarrollo sostenible.

Por su parte Factor de Éxito, siempre comprometido con la difusión de contenidos de valor a su audiencia, ha puesto a disposición de Barna Management School sus plataformas para visibilizar los esfuerzos y acciones del Centro de Investigación de Sostenibilidad, que tienen como finalidad mejorar las prácticas sostenibles dentro las empresas dominicanas.



Oficinas físicas y virtuales a la medida de tus necesidades

En el mejor centro corporativo del país



809.542.2462



@smartofficenter

Noche musical

La Gran Gala Musical del Reencuentro: “Raíces de Esperanza” fue una noche llena de hermandad, talento desbordante, esfuerzo y, tal como su nombre, de ESPERANZA.

La orquesta contó con el director Javier Abi Harb, al que agradecieron por su dirección magistral, su impecable selección musical y su liderazgo. Asimismo, dieron las gracias al presidente de la Fundación de la Orquesta Sinfónica Binacional Dominico-Venezolana, Luis Enrique Meneses por su entrega, dedicación y confianza en la visión del equipo de una transformación integral a través de la música.

“Agradecemos por igual a nuestro director Invitado José Luis Ureña, por ayudarnos a estrechar los lazos de solidaridad entre Venezuela y República Dominicana con su espléndida dirección de “Compadre Pedro Juan” y “Nabucco”, expresa la orquesta.

El proyecto contó con el apoyo de organizaciones internacionales tales como: OIM, ACNUR, Unión Europea, entre otras.



“Sin dudas esa noche fue inolvidable para todos nosotros. Sin sus aplausos, energía, lágrimas, coro, y sobre todo amor, esto no sería posible. Los esperamos nuevamente el miércoles, 21 de septiembre para otro encuentro musical emotivo y transformador”, señala la orquesta.

Turismo inmobiliario

Para Noval Properties hablar de éxito es hablar de la transformación en las vidas de todas las personas involucradas en cada proceso de la empresa, que va desde sus colaboradores, con la concepción, conceptualización y desarrollo de cada idea, hasta los brokers y clientes, cuando estas se colocan con rotundo éxito en el mercado.

En la actualidad, la empresa cumple 19 años de trayectoria, desarrollando proyectos inmobiliarios turísticos en el país. Una historia que nace en Bávaro - Punta Cana, donde, hasta la fecha, Noval Properties ha entregado un total de 3,000 unidades y más de 6,500 proyectadas en otros destinos como: Cap Cana, Las Terrenas, Jarabacoa y Santo Domingo. Sus ventas, al día de hoy, superan los 1.0000 Millones USD.

El proceso de expansión que vive la empresa es parte de una visión de su CEO César Latrilla: desarrollar los mejores destinos de la República Dominicana con productos innovadores, de probada calidad y alto retorno, contribuyendo así al crecimiento del sector y al desarrollo de la economía dominicana en general.

El pilar principal de esta empresa es el compromiso y la capacidad de su equipo humano, conformado por profesionales, con experiencia internacional en administración, arquitectura y finanzas, que garantizan los más altos estándares en cada departamento de la empresa, traduciendo el esfuerzo



colectivo en resultados óptimos, de alta calidad y minimizando el impacto ambiental en cada proyecto, lo que les ha permitido reafirmar la influencia de su marca dentro del sector.

Noval Properties mira hacia el futuro con la clara convicción del potencial del país en liderar el turismo en la región, tras los efectos de la pandemia. Su objetivo es seguir creando, promoviendo y administrando activos en el sector residencial, comercial y hotelero, para ofrecer las mejores oportunidades de inversión e impulsar el desarrollo del mercado inmobiliario turístico dominicano.

Reconocimiento regional

El Consorcio Energético Punta Cana Macao (CEPM) recibió un reconocimiento internacional por el desempeño a favor de sus colaboradores, en las áreas de salud y seguridad laboral.

El reconocimiento le fue entregado a CEPM por la Comisión de Integración Energética Regional (CIER), que selecciona a las empresas a partir de la Encuesta Regional de Seguridad y Salud en el trabajo 2022.

CEPM resultó escogida para el certificado mediante un proceso de evaluación de unas 103 empresas relacionadas a la rama eléctrica de 14 países latinoamericanos.

“Dedico este reconocimiento a todos nuestros colaboradores y ejecutivos por su compromiso con los criterios de seguridad que definen los procesos en nuestra empresa y por sus aportes para la creación de espacios de trabajo basados en la preservación de la salud de la gente”, destacó Roberto Herrera, director de la empresa eléctrica.

La empresa generadora fue reconocida por la implementación de un sistema de seguridad que se gestiona a través de los procesos de generación, transmisión, distribución y comercialización de sus servicios.

CEPM, establecida en la zona Este con una capacidad instalada de 315 MW, fue calificada como la generadora eléctrica con menor porcentaje en la Tasa de Frecuencia de Accidentes con Pérdida de Días (TFC PSI), a través de la encuesta realizada por CIER.

Con este galardón la CIER confirma los estándares de excelencia con los que opera CEPM; que en 2021 se reportó sin accidentes fatales ni eléctricos, logrando un alto nivel de desempeño sin pérdidas de días laborables.



Conectados para grandes resultados

En la esencia de nuestra filosofía decimos: **si es importante para tu empresa, es importante para altice.** Más que clientes los consideramos socios con quienes estamos **conectados para crear grandes resultados.**



La red global de los dominicanos

Llámanos o escríbenos: altice.com.do/negocios
809.859.1600 | @AlticeDo



Para el crecimiento de un país son esenciales las entidades bancarias. Mientras más robusto y equilibrado sea el sistema financiero, más va a contribuir al desarrollo de la sociedad. Por ello, la importancia de la publicidad financiera o de productos y servicios bancarios.

Con la creatividad publicitaria, las entidades bancarias buscan la forma de conectarse con los consumidores, para que se sientan identificados con sus valores. Igualmente, de esta manera informan sobre sus productos y servicios a través de los medios de comunicación.

En esta edición, en nuestra habitual colaboración con ADECCE, les presentamos tres campañas publicitarias, donde las entidades financieras como Banreservas, Banco BHD y Banesco unen la creatividad y la información en piezas creadas por las agencias The Table, Capital DBG y OR Advertising para captar al cliente. La evaluación fue realizada por los jurados Victoria Naut, Emil Montero Arbaje y Anna Rodríguez.

Jurado evaluador de esta edición



Anna Rodríguez
Gerente general Pro Xperiencial

Licenciada en Publicidad de la Universidad APEC, con estudios de Desarrollo Directivo en Barna Management School y un MBA en Marketing del INTEC. Ha trabajado con grandes marcas, tanto locales como multinacionales, creando campañas de impacto merecedoras de varios premios.



Victoria Naut
Directora comercial
Marketing Group Innova

Mercadóloga de corazón y profesión, con un master en gestión de empresas. Co-fundadora de la agencia Innova, con más de 20 años creando e implementando experiencias para el consumidor a través de marcas de diferentes industrias y perfiles, enfocados siempre en innovar con un propósito.

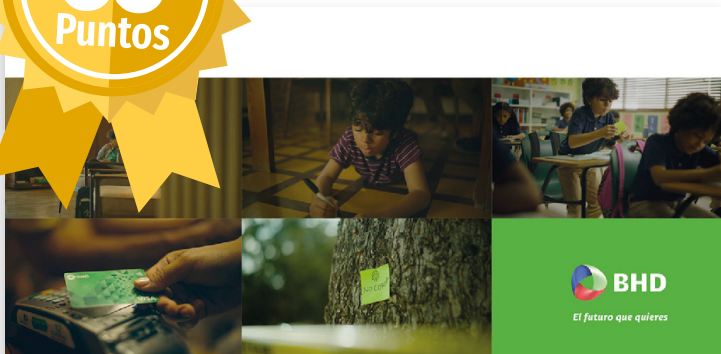
Co-creadora de plataformas como: Gastronomic, que ha traído los principales chefs internacionales a República Dominicana, y Days To Shine, un evento dirigido a la mujer que a su 4ta edición ha reunido más de 12,000 mujeres por año.



Emil Montero Arbaje
Creative Director | Dentsu Dominicana

Licenciado en comunicación publicitaria en UNAPEC y Elefante de Oro de la generación 20 de Brother Escuela de Creativos. Con más de 16 años de experiencia en conceptualización, desarrollo y ejecución de campañas publicitarias. Con reconocimientos nacionales e internacionales como Effie, Latam Digital, entre otros.

En el desarrollo de su carrera ha trabajado con un extenso portafolio de marcas como: AFP Reservas, IMCA, Motor Crédito, Wendy's, MINI, Viva, Aircentury, Banreservas, Amadita, La Colonial y Total Dominicana. De manera extracurricular se desempeña como locutor comercial, productor de audiovisuales y activista medioambiental.



Banco BHD

Josefina Navarro / Soledad Álvarez / José Enrique Sanoja

- ◀ Campaña: **Post it**
- Agencia: **The Table by De Ferrari Borrell**
- Chief Creative Officers: **Rodolfo Borrell / Mario De Ferrari**
- Director Creativo Asociado: **León Guzmán**
- Director de Arte: **Darving Miqui / Axell Paniagua**
- Cuentas: **Sarah Gratereaux**
- Productor Agencia: **Danny Eduard**
- Casa Productora: **Up Films**



Banca
Banreservas

▲ Campaña: **Invencibles**
 Agencia: **OR Advertising**
 Dirección Creativa: **Janio Lora y Oliver Cruz**
 Director Creativo: **Lysa Peña**
 Director de Arte: **Laudys Martínez**
 Cuentas: **Connie Almánzar**
 Planner: **Carolina Jansen, Ninja**
 Mercadeo: **Yubelkis Ramírez y Mónica Penzo**



Banca Digital (Banesco Movil y Banesco Online)
Banesco

▲ Campaña: **Banca Digital Banesco**
 Agencia: **Capital DBG**
 Dirección Creativa: **Ché Muñoz**
 Director Creativo: **Pablo Cordero**
 Director de Arte: **Luis Ruiz**
 Cuentas/Planner: **Pamela Galán**
 Mercadeo: **Sofía Guzmán, Felipe González, Lourdes Mises y Loyda de la Cruz**

EVALUACIÓN

Anna Rodríguez

Gerente general | Pro Xperencial

El sector bancario ha sido uno de los sectores de mayor cambio comunicacional y estas campañas lo evidencian. Marcan un mensaje de impacto conectando con sus usuarios y logrando una atención más allá de lo visible. Cada una de estas 3 campañas deja a un lado la comunicación tradicional, anteriormente enfocada en dar a conocer nuevos productos o servicios de una forma menos humanizada; sin embargo, esta nueva forma de comunicación se enfoca en tocar esa fibra sensible, a la vez que informa y educa sobre sus diversos servicios o plataformas.

Felicito el gran trabajo realizado por cada una de estas agencias que, junto a sus marcas, nos recuerdan de qué estamos hechos.

Victoria Naut

Directora comercial | Marketing Group Innova

Las 3 campañas logran comunicar claramente el concepto, con un storytelling muy cercano y mucha empatía hacia la audiencia, aunque cada uno apela a una emoción diferente; desde el orgullo, como es el caso de Invencibles; atreverte a soñar en un mundo mejor, como Post it, campaña que sin duda queda grabada en mi memoria por la sensibilidad con la que presenta el mensaje; hasta la funcionalidad de Banca Digital, que muy apegado al concepto logra aplicarlo también a los recursos utilizados.

Emil Montero Arbaje

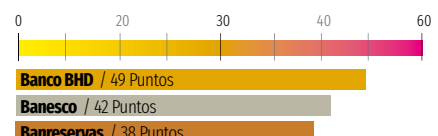
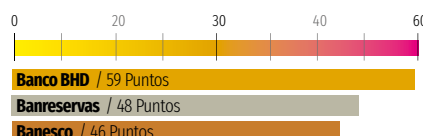
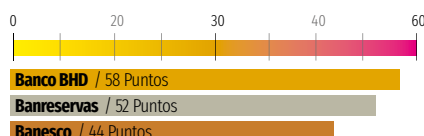
Creative Director | Dentsu Dominicana

En general todas las agencias realizaron un excelente trabajo, demostrando que para objetivos comunes podemos explorar acercamientos distintos.

BANRESERVAS: A pesar de ser un concepto que la marca se ha apropiado en diferentes ocasiones, logran tocar esa tecla sentimental y de orgullo nacional que funciona perfectamente con los valores y promesas de la marca.

BHD: Automáticamente vi este comercial recordé la frase: "El consumidor olvidará lo que dijiste, pero jamás olvidará lo que le has hecho sentir". Este comercial es un ejemplo de la grandeza que podemos conseguir con una idea clara y buen storytelling.

BANESCO: El comercial expresa con una estructura, simple y potable la simplicidad que ofrece el servicio. Esta campaña tiene potencial para seguir evolucionando con la marca.



El Sistema Portuario Nacional se encuentra en una posición altamente competitiva

Ubicación geográfica, clima económico favorable, confianza y sinergia entre el Estado y los actores privados han sido las bases para el desarrollo de un plan estratégico que busca posicionar al país como el Hub logístico y de cruceros del Caribe

Jean Luis Rodríguez

Director ejecutivo Autoridad Portuaria Dominicana, APORDOM

El transporte marítimo sigue siendo el modo predominante de transporte internacional de las mercancías objeto de comercio y constituye la columna vertebral de las cadenas de suministro mundiales. Según la Organización Mundial del Comercio, OMC, representa más del 80 % del volumen del comercio mundial.

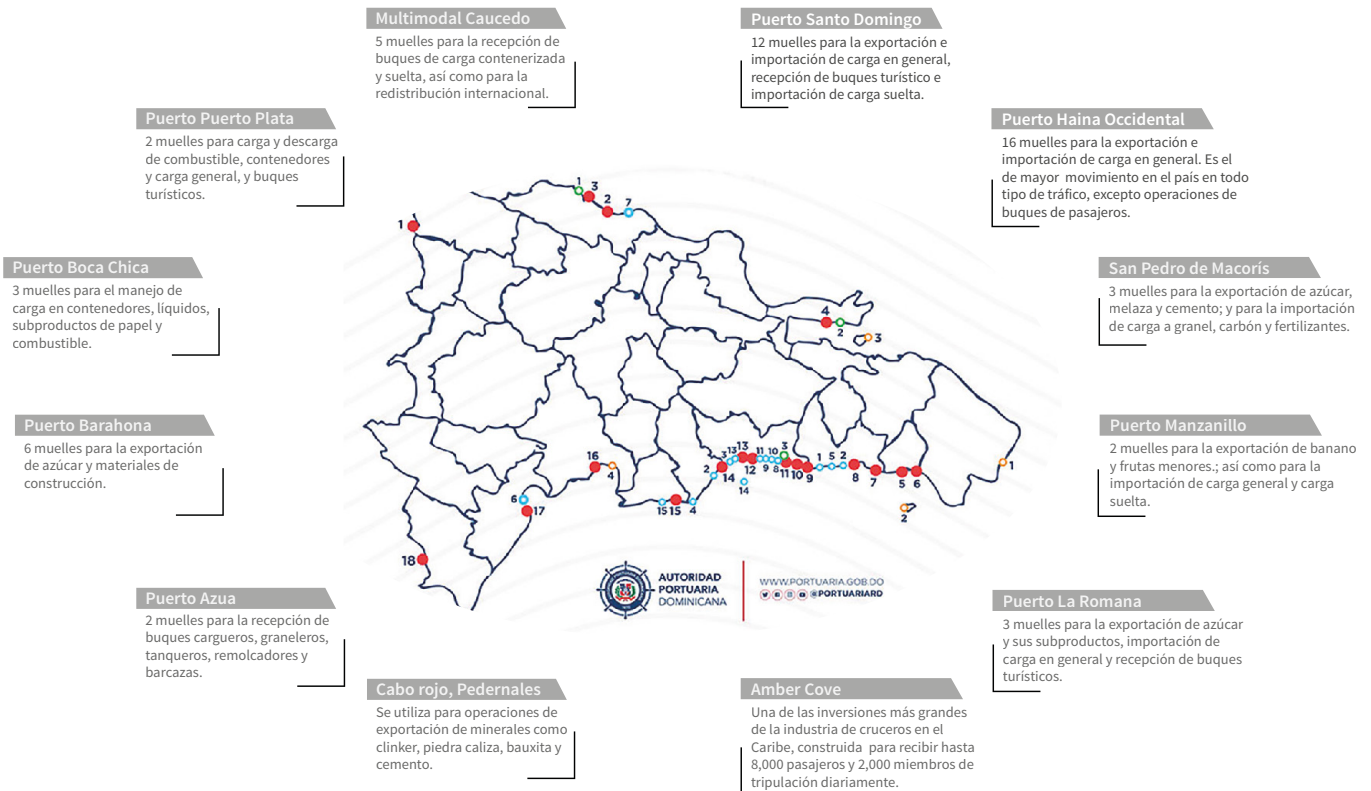
El sistema portuario nacional ha sido uno de los principales sectores que ha dinamizado el crecimiento económico de la República Dominicana. Está conformado por 12 recintos portuarios principales, de los cuáles seis están bajo la administración y operación directa del Estado Dominicano, a través de Autoridad Portuaria Dominicana, APORDOM, otros cinco operan bajo la modalidad de la concesión, y uno es de carácter privado.

Desde su llegada a la APORDOM, Jean Luis Rodríguez, director ejecutivo de la institución, estableció como prioridad optimizar la operatividad de los puertos del país, con la finalidad de garantizar la generación de empleos, la dinamización comercial de la zona donde haya un puerto, así como de alcanzar la sostenibilidad económica y social, que se traduce a la vez en mejor calidad de vida para la ciudadanía, y en la generación de riquezas que aporte cuantitativamente al desarrollo de la economía del país.

Sin embargo, afirma Rodríguez, “en agosto del 2020 recibimos una institución quebrada no solo financieramente, sino también infraestructura a nivel de infraestructura y con un personal totalmente desmotivado. En ese momento tuvimos que mantener mente firme y cabeza fría para poder trazar un plan que atendiera lo urgente –como lo era el rescate financiero– que, luego, nos permitiría cumplir con compromisos económicos estancados por décadas y a partir de eso, lograr estabilidad para luego convertirla en una institución auto sostenible que pueda cumplir con todos sus compromisos”.



Sistema Portuario Nacional



Los puertos, ubicados en las provincias: Santo Domingo, Azua, La Romana, Barahona, Montecristi, Samaná, Puerto Plata, San Pedro de Macorís y Pedernales, tienen características particulares y cada uno ha contribuido a que el país cuente con una oferta de terminales de donde entra y sale una gran diversidad de mercancías, y se ofrezcan importantes servicios.

El significativo avance que han tenido los puertos dominicanos responden a un objetivo claro: posicionar al país como el Hub logístico regional y el Hub de cruceros del caribe. Estos avances responden a una estrategia enmarcada en cinco principios principales:

1. El rescate financiero y económico institucional.

2. El posicionamiento de la Autoridad Portuaria Dominicana a nivel nacional e internacional.

3. La innovación tecnológica y de infraestructura del Sistema Portuario Nacional.

4. Implementación de normas, políticas y procesos.

5. Desarrollo de proyectos proyectos que apuntan al desarrollo SOCIAL y permiten un crecimiento horizontal.

Hoy, fruto de su gestión, Jean Luis Rodríguez describe a la Autoridad Portuaria APORDOM como “una institución social y económicamente estable, con importantes proyectos y logros, en beneficio del sector y de nuestro país”.

¿Cuál es la situación actual del sistema portuario nacional y su proceso de transformación?

El Sistema portuario Nacional se encuentra en estos momentos en una posición altamente competitiva. Hemos rescatado las operaciones portuarias, lo que se traduce en mejores recaudaciones y posicionamiento de credibilidad del órgano rector, Autoridad Portuaria Dominicana.

Los procesos de transformación abarcan desde el desarrollo de la tecnología mediante la adquisición de hardware y softwares que permitan realizar adecuadamente las operaciones portuarias, acorde a los tiempos actuales; el desarrollo del talento humano; mejoras en los procesos de facturación; desarrollo de líneas de cruceros, creación de procesos que nos permiten verdaderamente



CONECTANDO TU NEGOCIO AL MUNDO

5 TA EDICIÓN

HERRAMIENTAS PARA HACER TU NEGOCIO CRECER

RONDA DE
NEGOCIOS

EXPOSICIÓN
COMERCIAL

CHARLAS
CONFERENCIAS

(NACIONALES E INTERNACIONALES)

SEPTIEMBRE 6 | 7 | 8

HOTEL EL EMBAJADOR



WWW.HUBCAMARASANTODOMINGO.DO

alinear al personal acorde a las actualizaciones realizadas, entre otros.

En cifras, ¿cuál es el impacto del sistema portuario nacional en el crecimiento de la economía?

Conforme las estadísticas del Banco Central, el crecimiento del sector transporte y

almacenamiento al 30 de junio de 2022 alcanzó el 8 %, lo cual se debe a la expansión en los servicios producto del dinamismo en la producción, distribución y comercialización de bienes de origen local e importado.

A pesar de que esas estadísticas no reflejan la operación logística como un todo ni tampoco incluyen la contribución al sistema portuario

nacional la actividad de turismo de cruceros, que también incide en nuestro sector, pero que se refleja propiamente en el PIB (Producto Interno Bruto) en el sector Turismo.

Pero, al mismo tiempo, este sector impacta de manera positiva a través de las inversiones que se realizan y que contribuyen a fortalecer la confianza en el país.

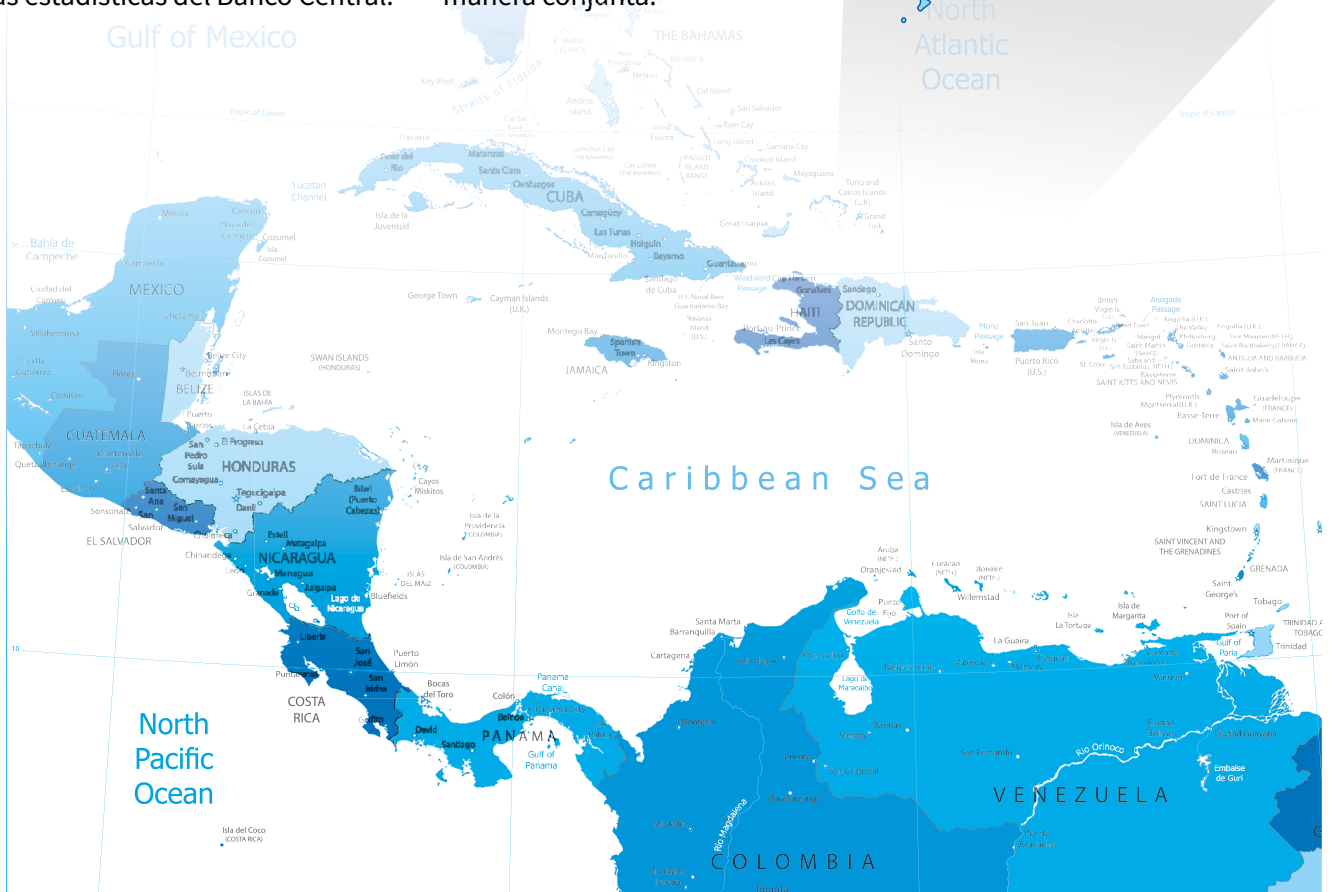
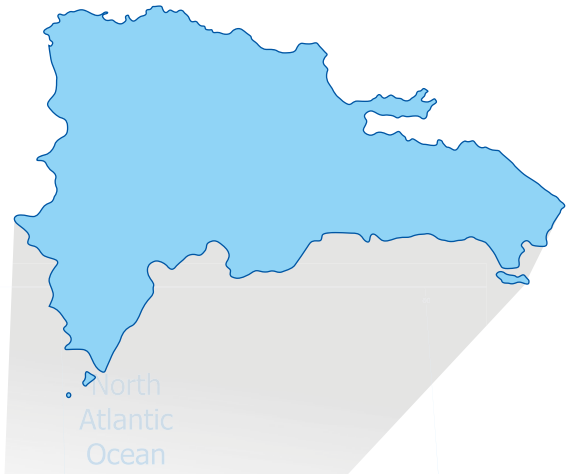
Plan estratégico

El plan estratégico de APORDOM está soportado en varios aspectos importantes que aportan las ventajas competitivas como país:

- ▶ Ubicación geográfica privilegiada en el Caribe y por qué no, del mundo.
- ▶ El clima económico favorable y confianza en las ejecutorias y resultados que exhibimos y que son fácilmente identificables por las estadísticas del Banco Central.

▶ Confianza en las políticas públicas que van orientadas a la transparencia, eficiencia y calidad en el gasto público y las ejecutorias de gestión.

▶ La sinergia del estado con los actores privados que resulta en que transitamos en la misma dirección y con iguales objetivos de estabilidad, crecimiento y confianza en las actividades económicas que realizamos de manera conjunta.





Con miras en convertir al país en el HUB logístico regional y de cruceros, ¿cuál es el gran desafío que tienen hoy los puertos en la República Dominicana en términos de competitividad internacional?

Muy buena pregunta ya que precisamente a nuestra llegada a APORDOM identificamos la necesidad de crear las infraestructuras, no sólo físicas, sino la visión en el más amplio sentido, que, al ser un país beneficiosamente impactado por el turismo, debemos ser competitivos en lo que ofrecemos desde nuestros puertos a ese importante sector.

Y más que desafío, es un compromiso que tenemos de llevar nuestra zona portuaria destinada a los cruceros a ser comparables con las mejores de la región.

Para eso, nos hemos enfocado en impulsar las inversiones en infraestructura física en los polos de Pedernales, Samaná y otros que anunciaremos en los próximos meses, así como crear las políticas públicas que sirvan de base para el sostenimiento del sector y con la debida sinergia con las instituciones del Estado que trabajan para impulsar el turismo de cruceros. Y no quiero olvidar mencionar, que no hay mejor

estrategia que la que se basa en suplir las necesidades de quienes van a ser usuarios del servicio, por lo que estamos colocando nuestros oídos en ellos para asegurarnos que las iniciativas serán exitosas.

¿Cuál ha sido el rol de las alianzas público privadas en la transformación del sistema portuario nacional?

Las alianzas público-privadas son vitales para la expansión, transformación del sistema portuario nacional. Es un gran espaldarazo a la confianza en el país, a las ejecutorias del Estado, y trabajar e impulsar juntos la nación hacia un futuro mejor.

Las inversiones del sector privado que hemos contemplado en el sistema portuario nacional, servirán para duplicar la actividad económica de los puertos en el corto plazo y por ende, fortalecerá la economía global de la República Dominicana.

La meta es tener seis terminales de cruceros para el 2025, ¿Qué acciones respaldan este objetivo y cómo impactará en la economía dominicana?

La iniciativa y apoyo de nuestro Sr. Presidente, el trabajo con objetivo de desarrollo sostenible, una visión y plan claro con el que hemos identificado zonas puntuales de desarrollo turístico y el apoyo del sector, han sido algunas de las acciones que apoyan grandemente al objetivo.

Contar con un puerto seguro y atractivo para los turistas en todo el sentido de la palabra, es esencial a la hora de pensar el desarrollo del turismo, a través de los cruceros. Es importante tener un espacio que los invite a conocer nuestra cultura, nuestra gente; conocer el modo de vida de cada lugar al que llegan. Es por esta razón que hemos puesto especial atención en respaldar a nivel de infraestructura, tecnología, capacitación de personal, para que cada turista pueda ser dignamente

atendido, se vaya con la mejor de las impresiones de nuestro país y quiera regresar.

¿Qué expectativas tiene respecto al Instituto Nacional de Capacitación Portuaria y Logística (INPLOG), el cual está siendo remozado?

No puede existir transformación que perdure en el tiempo sino se forma, educa y brindar oportunidades a nuevas generaciones para continuar el camino trazado.

Es por esta razón que, desde APORDOM, hemos ideado y nos encontramos en el proceso de creación del INPLOG, que es el Instituto de Capacitación Portuario y Logístico de Rep. Dom.; este proyecto cuenta con una inversión inicial de más de 10 millones de pesos y pretende impactar de forma positiva de más de 20 mil personas en los primeros cinco años; está enfocado en cubrir necesidades específicas del sector, con la finalidad de ser el soporte y eje canalizador para que las universidades puedan desarrollar

carreras que apoyen la sección Portuaria y Logística de nuestro país.

Este es un proyecto que me apasiona mucho, ya que es un verdadero legado para generaciones actuales y futuras.

Como institución del Estado, ¿qué iniciativas está llevando a cabo APORDOM para crear sinergias y colaboración con las comunidades aledañas a los puertos?

Gracias a la implementación de un plan de manejo consciente de los recursos, hemos podido darle lugar a proyectos que apuntan al desarrollo social y sostenible de otras esferas del sector, como lo es el “Plan Nacional de Construcción y Rehabilitación de Muelles Pesqueros”, una iniciativa, creada por nuestra institución, que busca dignificar la vida de un sector que ha sido el gran olvidado cuando del mar se habla, nuestros pescadores.

Este proyecto contempla la readecuación y construcción de 17 muelles pesqueros. Actualmente

nos encontramos en la primera etapa que incluye la construcción y rehabilitación en 13 muelles ubicados en distintas comunidades nacionales, impactando de manera positiva el desarrollo económico de los más de 15 mil pescadores formalmente registrados, y con ellos a sus familias. Este proyecto va viento en popa, habiendo entregado dos muelles dignos y seguros, a los pescadores de las comunidades de Puerto Plata y Boca Chica hace unos meses atrás. Hemos dejado las siguientes obras iniciadas:

- o Bocha de Yuma*
- o Sabana de la mar*
- o Muelle de Luperón*
- o Muelle de Sánchez y el muelle público de Samaná.*

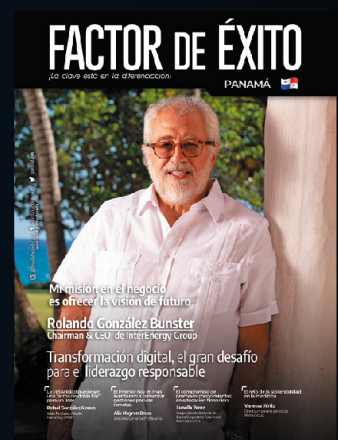
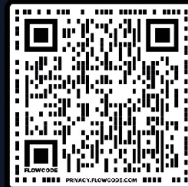
La inversión estimada para este proyecto en esta etapa, es de 440 millones de pesos y como les dije, si bien ha sido posible gracias a aportes de la Presidencia de la República, están estrechamente relacionados con la aplicación de un gasto responsable y ahorro durante estos dos años.





VISIBILIDAD Y EXPOSICIÓN INTERNACIONAL PARA MAYOR COMPETITIVIDAD

APUNTA Y ACCEDA A TODAS NUESTRAS EDICIONES



DR Trade, único sistema de comunidad logística de la República Dominicana

Ofrece experiencia unificada con los diferentes operadores, garantizando un aumento en la eficiencia de sus operaciones logísticas y disminución de costos

Iván Veloz
Gerente Comercial DR Trade



accesar información en tiempo real de toda sus cargas y data crítica para planificar mejor sus recursos, ayudándoles a optimizar, administrar y automatizar todos los procesos logísticos a través de una sola interfaz.

“En resumen, DR Trade es el común denominador para todos los actores de la cadena, centralizando y unificando data para el mejor desempeño de toda la comunidad”, señala Iván Veloz, quien es el gerente Comercial de DR Trade, a quien Factor de Éxito entrevistó para conocer más sobre este sistema que agiliza y simplifica los procesos de transporte y la logística.

¿Cómo ha impactado la transformación digital en los procesos de la cadena de suministros?

La innovación tecnológica ha dejado una gran marca en los procesos de la cadena de suministro. Los puertos se han convertido en nodos de información y data que se está utilizando para efficientizar procesos, mitigar riesgos y pronosticar potenciales peligros. El uso de herramientas digitales como Sistemas de Comunidad Portuarias, Blockchain y/o Big Data Analytics, entre otras, son actualmente la mejor solución para que un operador logístico, o cualquier miembro de la cadena de suministro, pueda enfrentar los desafíos y atender la demandas del mercado cambiante. Estas herramientas le brindan información a tiempo real y procedimientos más expeditos, efficientizando sus procesos logísticos.

¿Qué soluciones brinda DR Trade para efficientizar los procesos y evitar retrasos?

Actualmente, los procesos logísticos son complejos, muchas veces conllevan numerosas interacciones y visitas a mostradores en diferentes entidades públicas y privadas, y en los mejores escenarios se ven obligados a trabajar con diferentes

sistemas uno superpuestos con otros, duplicando esfuerzos y duplicando documentación. La pandemia fue trascendental para muchos importadores darse cuenta de la falta de información, visibilidad y trazabilidad que tienen de su carga.

DR Trade proporciona los medios necesarios para las integraciones y la transmisión de información de manera segura, inteligente y transparente para todos los operadores de la cadena de suministro, sin tener que incurrir en grandes pasos y cambios. Al reducir los números de interfaces, gracias a DR Trade, incrementa la eficiencia de sus operaciones logísticas y reduce los costos y tiempo significativamente.

Actualmente, DR Trade cuenta con servicios transaccionales y de consulta, por ejemplo:

- ▶ *Consulta de contenedor, donde le permite ver los diferentes ciclos y etapas por la que atraviesa su carga en los puertos en tiempo real.*
- ▶ *Consultas de viajes, donde permite consultar las visitas de los buques en puertos.*
- ▶ *Cotización y pagos de los servicios portuarios, donde ofrecemos toda una pasarela de botones de pagos de los principales bancos y pagos con Azul.*
- ▶ *Visitas de camión, que les permite programar sus visitas en puertos para despachar o retornar su contenedor.*
- ▶ *Entre otros servicios.*

¿Cuál es el factor diferenciador de DR Trade?

DR Trade es el único sistema de comunidad logística de la República Dominicana y es el único sistema que ofrece a sus usuarios una experiencia unificada con los diferentes operadores, garantizando un aumento en la eficiencia de sus operaciones logísticas y disminución de costos significativamente.

A pesar de que se preveía un flujo de transporte más estabilizado para finales del año 2022, aún persisten los retrasos en el transporte y la logística ocasionados por pandemia. La estabilidad y eficiencia de la logística en el comercio global continúa siendo impactada por huelgas laborales, interrupciones por brotes de COVID en China, la guerra en Ucrania y presiones de la temporada alta comercial.

En este sentido, el sector logístico ha venido presentando desafíos y es cada vez más necesario mantener una buena planificación y coordinación. Es ahí cuando una plataforma como DR Trade es importante para optimizar el ciclo operativo del sector.

DR Trade es un sistema de comunidad logística abierta, neutral y electrónica que facilita el intercambio de informaciones de manera segura e inteligente a todos los actores de la cadena de suministro. Los importadores, exportadores, agencias y líneas navieras, agentes de carga, agentes aduanales, puertos navieros, entre otros, pueden



También, contamos con la integración y colaboración de los dos principales puertos del país (HIT Puerto Río Haina y DP World Ports and Terminals Caucedo), quienes manejan más del 80 % de la carga contenerizada a nivel nacional, de los cuales proveemos a nuestros usuarios data crítica para tomar mejores decisiones.

¿Cuáles son los retos y oportunidades del sector logístico en República Dominicana y cómo DR

Trade puede apoyar, como plataforma innovadora, estas oportunidades?

En estos momentos el sector logístico tiene muchas oportunidades de crecimiento y vamos por buen camino, ya que la alianza público-privada, en materia de marco legal, marco operativo y estrategia comercial continúan creando ventajas competitivas para el país. La República Dominicana está de moda y se demuestra

en la atracción de inversiones y empresas enfocadas en utilizarlos como Hub Logístico para sus operaciones y/o Nearshoring para abastecer el mercado norteamericano.

Durante la pandemia, el sector logístico cambió drásticamente la forma de operar para mantener el ciclo de abastecimiento de las cargas de importación y exportación, por lo que han tenido que ser resilientes manteniendo una buena planificación y coordinación con los diferentes operadores apoyándose de la tecnología. Y en este punto es donde DR Trade viene a automatizar e integrar los procesos en una plataforma digital, para optimizar el ciclo operativo del sector.

Desde su perspectiva, ¿cómo ve a la República Dominicana con relación a otros países en el sector logístico? ¿Está encaminada a convertirse en el HUB del Caribe?

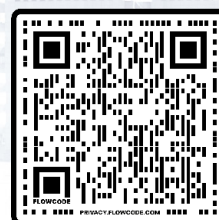
La República Dominicana está dando grandes pasos y certeros para consolidarse como el principal HUB logístico de la región, ya que contamos con altos estándares de calidad, con puertos inteligentes, contamos con alta conectividad marítima, con una ubicación geográfica privilegiada, permitiendo que el traslado hacia Centroamérica y Sudamérica se realice de 2 a 3 horas vía área o de 2 a 4 días vía marítima y con Estados Unidos como el mercados más grande del mundo, el recorrido se toma 3 horas vía aérea y 2 a 3 días vía marítima. El país también cuenta con una gran selección de diferentes operadores de distribución y almacenamiento, como empresas de 3PL y centros logísticos. Finalmente, contamos con un sistema centralizado que permite planificar toda la data de los buques, de contenedores y tiempos de entrega, facilitando la experiencia de cada uno de sus usuarios, ayudando a elevar nuestra posición logística como país.

REVISTA PARA EL LIDERAZGO EMPRESARIAL Y DE NEGOCIOS




VISIBILIDAD Y EXPOSICIÓN INTERNACIONAL
PARA MAYOR COMPETITIVIDAD

+1 829 959 5724
@revistafactordeexito
info@revistafactordeexito
factordeexito.com



APUNTA Y ACCEDE
A TODAS NUESTRAS
EDICIONES

A portrait of Mayobanex Suazo, a man with dark hair and glasses, wearing a grey suit jacket over a white shirt. He has his arms crossed and is looking directly at the camera. The background consists of vertical blinds and a wooden door frame on the right.

Santo Domingo, proyectada a convertirse en una ciudad más compacta y policéntrica

Los principales objetivos de desarrollo en un territorio como la capital del país deben siempre apuntar a la creación de condiciones para la vida digna de sus habitantes, a través de la dotación de infraestructuras, servicios y movilidad urbana

Mayobanex Suazo

Director de Planeamiento Urbano del D.N.



Las construcciones de edificaciones en Santo Domingo aportan al PIB del Distrito Nacional un 11 %. Actualmente, están en desarrollo, de manera simultánea, unos 652 proyectos en ejecución dentro del Distrito Nacional. Esto se constituye como un aspecto significativo en materia laboral, ya que impacta en el crecimiento económico de la ciudad.

El año 2021 en el desarrollo de proyectos de construcción en el Distrito Nacional se invirtieron RD\$ 21,836,801,536.08, lo que indica la importancia de motivar las inversiones que permitan generar una ciudad más integral y ordenada, fomentando las buenas prácticas constructivas y el respeto medio ambiental, en especial que lleven aportes a la ciudadanía con la generación de espacios públicos de calidad.

Ante este panorama, la Dirección de Planeamiento Urbano, es la responsable de generar las políticas de ordenación del territorio y la fiscalización para que las construcciones cumplan con aspectos urbanos establecidos. Por ser un aspecto

tan relevante, consultamos con Mayobanex Suazo, director de Planeamiento Urbano del Distrito Nacional para conocer cómo la construcción y la planificación de una ciudad como Santo Domingo impacta en el crecimiento del país.

Desde su posición como Director de Planeamiento Urbano del DN, ¿cuál es su visión de la ciudad?

El crecimiento de Santo Domingo hay que verlo desde su estructura histórica, la misma ha definido los distintos procesos de crecimiento del territorio y contemplarlo desde una mirada heterotópica que nos permita entender la ciudad desde los aspectos sociales, culturales, económicos y ambientales, enfocados en una verdadera gobernanza local. Actualmente es precisamente en los detalles que hemos estado trabajando, el territorio urbano se planifica con proyecciones, basadas en un diagnóstico que nos permita entender su comportamiento y crecimiento.

Santo Domingo como lo visualizamos, y hemos contado con el firme apoyo de nuestra alcaldesa Carolina Mejía, es proyectarnos como una ciudad más compacta y policéntrica, respetando los criterios del Plan de Ordenamiento Territorial del Distrito Nacional y coaccionando con los demás municipios que componen el Gran Santo Domingo.

Nuestra ciudad está encaminándose a dar pasos importantes en su planificación urbana y es precisamente una de los principales objetivos. La buena gestión del territorio se logra cuando tenemos la capacidad de normar y proyectar su crecimiento, estamos trabajando día a día para poder cubrir en un 82.9 % del Distrito Nacional; actualmente, solo un 42.85 % tiene normativas establecidas, muchas de las cuales están desactualizadas en tiempo y contexto, el restante del territorio se refiere a

Asentamientos Informales que estamos trabajando mediante una articulación interinstitucional para generar las políticas de regulación del suelo necesarias en estas zonas.

¿Cómo planificar una ciudad como Santo Domingo que ha crecido de manera desordenada durante décadas?

Los principales objetivos de desarrollo en un territorio consolidado como Santo Domingo, deben apuntar siempre a la creación de condiciones para la vida digna de sus habitantes. Planificamos territorios primero conociéndolos a través de un estudio de caracterización, entendiendo su comportamiento y, principalmente, las cargas urbanas existentes y proyectadas, para poder generar las ofertas de servicios o dotaciones que permitan un desarrollo sostenible del territorio, atendiendo a las necesidades actuales y futuras. Un reto altamente complejo, pues ningún proceso de gestión territorial es efectivo sin el involucramiento de sus ciudadanos y ciudadanas, sin embargo, a través de estos procesos participativos se consolidan las ideas más eficientes para la gestión del territorio.

¿Cuáles son los principales objetivos estratégicos del crecimiento y planeación urbana del Distrito Nacional en la actualidad?

El concepto de ciudad policéntrica, que es la generación de una ciudad con varios centros urbanos que reduzcan desplazamientos prolongados. La sostenibilidad ambiental y resiliencia para la adaptación climática, la consolidación de tejidos a través de la dotación de infraestructuras y servicios, la movilidad urbana y, finalmente pero no menos importante, la articulación y coordinación interinstitucional de los distintos actores que poseen incidencia sobre el territorio.



¿Qué podemos aprender de la experiencia internacional? ¿Cuáles referencias de buenas prácticas han tomado en cuenta en la Dirección de Planeamiento Urbano del DN?

De la experiencia internacional podemos rescatar la implementación de conceptos innovadores adaptados al contexto local, por ejemplo, en Curitiba, distrito de Paraná en Brasil, bajo la supervisión del arquitecto urbanista y ex alcalde Jaime Lerner, se desarrollaron intervenciones de la ciudad que propiciaron una ciudad moderna alineado con las limitaciones presupuestarias de una ciudad suramericana.

Otros ejemplos de planificación se encuentran en países como Colombia, Chile, Costa Rica y México, que históricamente han sido referentes urbanos de desarrollo.

¿Está preparada la ciudad para la dinámica que viene con las múltiples construcciones que se ven a lo largo y ancho de la urbe? ¿Qué medidas se están tomando con relación al tránsito, vialidad, entre otros?

En realidad nuestra ciudad cuenta con las dotaciones necesarias para el nivel de desarrollo proyectado, según los presuntos de crecimiento poblacional; lo que debemos seguir observando, y es parte de la labor que venimos realizando

en la reestructuración de las normativas, es en la dotación de servicios que den autonomía a los nuevos proyectos que se realizan y, en cuanto al tema de tránsito, seguir trabajando de manera mancomunada con el INTRAN y otras instancias para rigidizar el régimen de consecuencias de las muchas faltas vehiculares que impiden un flujo adecuado de las vías, así como otras características técnicas que necesitan mejora.

¿Qué posición ocupa la sostenibilidad en la planeación urbana del Distrito Nacional? ¿Qué se está haciendo para hacer de Santo Domingo una ciudad más sostenible?

La sostenibilidad es una de las principales premisas de trabajo de la gestión de la alcaldesa Carolina Mejía, junto con la seguridad ciudadana. En ese sentido, además del trabajo interinstitucional en temas de agua, saneamiento y medio ambiente que se viene realizando de manera estructurada, la Alcaldía ha generado una serie de iniciativas de desarrollo sostenible en la generación de sus regulaciones urbanas, incluyendo indicadores como línea base a resultados basados en conceptos como ciudad compacta, gestión adecuada de residuos sólidos, compacidad y conectividad urbana.

¿Qué planes estratégicos contra desastres naturales, que cada día aumentan como consecuencia del cambio

climático, están desarrollando desde la Dirección de Planeamiento Urbano del DN?

En la generación de normativas, y gracias al estudio que se realizara para el Plan de Ordenamiento Territorial, se han podido gestionar las áreas del territorio que se consolidan como tejidos vulnerables, de manera tal que se ejecuten planes parciales, a escala de barrio. De igual manera, se ha trabajado con instancias como URBE para frenar el crecimiento no ordenado de sectores como Domingo Savio y poner así un alto a la consolidación de los riesgos por localización de esta población, dentro de espacios propensos a desastres, por acontecimientos o fenómenos naturales potenciados gracias al cambio climático.

¿Qué proyectos siguen en carpeta?

Actualmente, estamos trabajando en la estructuración del marco normativo de las distintas circunscripciones del Distrito Nacional, un paso fundamental que marcará un antes y un después; así mismo, se está desarrollando el Plan Maestro del Polígono Central, la creación de polígonos especiales que permitirán a la ciudad de crecer a futuro de manera policéntrica y compacta. En octubre estaremos presentando el VII Congreso Internacional de Ordenamiento Territorial de la Fundación Internacional para la Sostenibilidad Territorial y Ambiental FISAT, donde más de 35 expertos de 15 países estarán presentando diversas propuestas y experiencias en este tema.

Está, además, el Proyecto Pinta Tu Gazcue que pretende rescatar nuestro patrimonio arquitectónico, actualmente en ejecución, así como la automatización total de los servicios que ofrecemos, entre otros interesantes proyectos que permitirán generar una ciudad cada vez más cercana.

CONSTRUYE la plataforma ideal para gestionar tu negocio con los + de **20 módulos** **disponibles**

Da el paso con el ERP más completo
y robusto del mercado.

Gestión de Proyectos
Mantenimiento
Presupuestos
Inventarios
Finanzas
CRM

www.admcloud.net
[@Admcloudlatam](https://twitter.com/Admcloudlatam)



Solicita un **DEMO**

El efecto pospandemia jugó a favor del sector inmobiliario

Un exceso de liquidez de capital en Estados Unidos, Europa y algunos países latinoamericanos, generó el despertar de la inversión en segundas viviendas

Jordi Amargós

Asesor Inmobiliario Apartamentos RD



Después de un cambio de carrera, cuatro jóvenes se vieron obligados a usar su creatividad y conocimientos para crear una compañía inmobiliaria con una visión diferente, apoyándose primero en el fundamento de Dios y, luego, en el deseo de ser una de las principales inmobiliarias en República Dominicana.

Así nace ApartamentosRD, una empresa dedicada a la comercialización y asesoría inmobiliaria con el fin de lograr operaciones exitosas a la medida de las necesidades de cada cliente, buscando siempre dar orientación profesional, oportuna y precisa.

Liderada por el asesor inmobiliario Jordi Amargós, Apartamentos RD tiene como norte revolucionar el mercado de propiedades, ofreciendo como valor agregado un servicio con atención personalizada, asesorando de manera directa a más de 30 promotores/constructores en sus desarrollos en diferentes puntos turísticos, entre ellos Santo Domingo.

Además, ha llegado a realizar más de 500 operaciones de negocios, convirtiéndose en una de las principales compañías inmobiliarias del país.

“Iniciamos con un presupuesto limitado, una oficina de 25 metros y muchos deseos de echar para adelante. Gracias a Dios, podemos hoy día ver los frutos de ese esfuerzo (...) Confiamos en que una atención personalizada, y un actuar honesto y cordial, nos acercan a nuestros clientes y nos asegura el éxito de la operación. Actuando de esta manera, llegamos a tener una importante cartera de clientes, los cuales hoy nos recomiendan”, comenta Amargós en entrevista con Factor de Éxito.

Y es que invertir en bienes raíces parece haberse convertido en uno de los negocios más rentables de la actualidad. Tanto locales como extranjeros han descubierto las ventajas que brinda el país y la amplia cartera de proyectos que están en oferta, transformando el mercado inmobiliario dominicano en un mercado muy atractivo. Razón por la cual consultamos con el asesor inmobiliario para conocer el panorama de inversión en este sector de la economía.

¿Se puede decir que la inversión de capitales en el sector inmobiliario ya alcanza, y supera, los niveles pre pandemia? ¿Cuál es el panorama actual del sector en República Dominicana?

Efectivamente, ya la inversión de capitales en el sector inmobiliario alcanzó los niveles pre pandemia.

El sector inmobiliario se encuentra aportando bastante a la economía nacional, ya que luce atractivo para los inversionistas extranjeros invertir en la compra de propiedades y, a la vez, les da seguridad a raíz de la buena gestión gubernamental por las políticas exteriores, las cuales

han impactado de manera positiva el desarrollo del turismo inmobiliario, logrando convertir a la República Dominicana en uno de los principales países de inversión en Centroamérica y el Caribe por segundo año consecutivo.

Y en el caso local, los dominicanos han optado por la segunda vivienda como una forma de emprendimiento o inversión.

¿Cómo ha visto el comportamiento del sector inmobiliario durante los últimos años? ¿Cómo ha sido su crecimiento en cifras?

El efecto pospandemia jugó un rol a favor del sector inmobiliario, donde una sobre liquidez de capital en Estados Unidos, Europa y algunos países latinoamericanos, generó el despertar de una oferta dormida llamada segunda vivienda, causando que el sector construcción creciera exponencialmente en los últimos dos años.

El sector inmobiliario y construcción han sido de los que más han aportado al PIB en la economía dominicana en estos dos años. En el periodo de enero a marzo de 2022, el área de la construcción, considerado prioritario debido a la creación de empleos y su incidencia en la economía dominicana, tuvo un incremento de 6.3 %, de acuerdo con informaciones del Banco Central de la República Dominicana (BCRD).

¿Qué factores considera usted han sido determinantes para el crecimiento del sector inmobiliario en RD?

- Auge de compra en propiedades turísticas
- Sobre liquidez de capital
- Crisis económicas en países aledaños
- Buena percepción macroeconómica
- Políticas de exteriores



El mercado inmobiliario es uno de los termómetros de la economía. En cifras, ¿cuál es el aporte del sector al país?

El mercado inmobiliario actualmente es uno de los sectores más importantes en la economía dominicana. De esta manera, entre los meses de enero y julio de este año se han aprobado más de 18 proyectos turísticos en el país. Entre todos los proyectos se estima una inversión total de 324 millones de dólares, y serán construidos en las provincias de La Altagracia, La Romana, Santo Domingo y Samaná. Entre ellos hay 3 hoteles, 11 inmobiliarios y 3 mixtos.

Las constructoras están desarrollando complejos de todo tipo: alto y bajo costo, turísticos, viviendas, ¿cuáles son los proyectos que más tienen acogida?

Los proyectos que más acogida están teniendo son los turísticos porque, a raíz del tiempo pospandemia, los dominicanos residentes en el exterior, como también los locales, se dieron cuenta de que las segundas viviendas pueden tener dobles beneficios, el primero es la rentabilidad y el segundo, ser usado de manera ocasional.

¿Cómo está afectando la inflación al mercado inmobiliario?

En los últimos 6 meses se ha generado un trago amargo en el sector, debido al alto costo de los materiales de construcción; esto es algo que no podemos controlar, puesto que somos una isla y la mayoría de esos materiales son importados. Estas alzas han causado que los promotores, constructores y desarrolladoras tengan que hacer reajustes de precios, frenar operaciones y rediseñar nuevos proyectos, con la finalidad de buscarle una solución más viable a las alzas.

¿Qué perspectiva maneja usted para el sector inmobiliario de cara a finalizar este año de recuperación económica?

Mi perspectiva es que vamos en buena dirección.

El sector turismo, cada vez más está incrementando la cantidad de visitantes en los diferentes puntos turísticos de la República Dominicana, causando que estas zonas se conviertan aún más en puntos referentes de inversión para proyectos inmobiliarios.



Una década de:

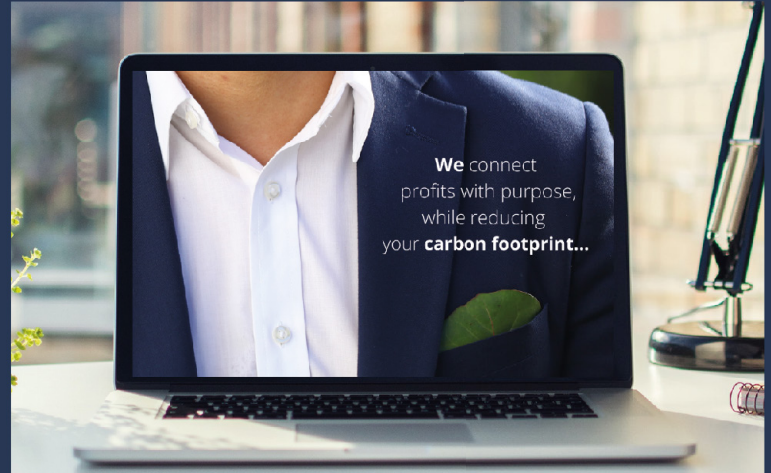
"SIN RENTABILIDAD, NO HAY SOSTENIBILIDAD"

En el año 2010, en la escuela de negocios EOI, de Madrid, España, introducimos el concepto de Emprendimiento Sostenible, iniciando el dialogo del triple impacto en el desarrollo de nuevos negocios.

Esta visión dió como resultado, 2 años más tarde, el nacimiento de nuestra firma de consultoría en la República Dominicana:

"Emprendimiento Sostenible ES".

Sustainable
Development
Goals Partners



Desde entonces, durante 10 años hemos sido aliados estratégicos del Desarrollo Sostenible y el Emprendimiento para la **descarbonización** de la economía.

Desarrollando negocios sostenibles, de triple impacto social, ambiental y económico, que conforman hoy nuestro portafolio de empresas sostenibles, así como asesorando aliados a través de acompañamiento especializadas fundamentados en la experiencia práctica, que permiten repensar sus modelos de negocios para hacerlos más sostenibles y crear rentabilidad con propósito!

Permítannos acompañarles a descubrir que, **"Sin rentabilidad, no hay sostenibilidad!"**

Nuestro portafolio de
Negocios Sostenibles



Acceda a nuestro programa de
Cadenas de Valor Sostenibles

Edison Santos
CVO-Fundador

La movilidad eléctrica es el futuro cercano

Tanto a nivel local como internacional existe un alto compromiso por promover la transición tecnológica del sector automotriz

Eduardo Pellerano

Vicepresidente Operativo de British Motors

Como parte de la conciencia que el mundo está tomando sobre el cambio climático, la industria automotriz también ha comenzado a transitar hacia la transición energética, que elimine paulatinamente el uso excesivo de combustibles fósiles y derivados del petróleo, sustituyéndolas por fuentes alternativas, más limpias y sostenibles.

Entonces, nos preguntamos cuál es la realidad de la movilidad eléctrica en la República Dominicana y cómo los empresarios del sector automotriz en el país han adoptado esta tendencia responsable. En este sentido, Eduardo Pellerano, vicepresidente Operativo de British Motors, comenta en entrevista para Factor de Éxito que “hay una mayor conciencia de los beneficios de la movilidad eléctrica a nivel general y los diferentes actores dentro del sector público y privado, especialmente en lo que concierne a transporte, energía y el sector automotriz están trabajando para mejorar el marco regulatorio, la infraestructura y la disponibilidad de unidades”.

Pellerano, quien cuenta con más de 17 años de experiencia en el sector automotriz en la zona del Caribe, trabajando en diferentes departamentos en las empresas del Grupo Pellerano Nadal, señala que “actualmente, nuestro país cuenta con más de 300 puntos de carga públicos y unos 50 puntos de carga rápida, y estas cifras van creciendo continuamente”.

El cambio es inminente, por eso British Motors, representante exclusivo en el país de marcas mundialmente reconocida, como MG, Maxus y Hongyan, apuesta por los vehículos eléctricos e híbridos en la República Dominicana.

El cifras, ¿cómo ha sido el incremento de la importación de vehículos eléctricos?

El arranque importante se produjo de 2018 a 2019, donde el total de unidades importadas entre híbridos y 100 % eléctricos subió desde unas 250 a más de 700 unidades. A partir de entonces, se importan sobre 4,000 unidades por año y la expectativa es que el crecimiento anual sea cada vez mayor. La expectativa es que en los próximos cuatro años existan más de 30,000 unidades circulando en el mercado nacional.

¿Cómo avanza la aceptación de vehículos eléctricos en República Dominicana por parte del consumidor? ¿Hay confianza en estos vehículos? ¿Cuál es la experiencia de British Motors al respecto?

Ha incrementado la aceptación sustancialmente. El aumento en disponibilidad de cargadores públicos ha contribuido, así como la expectativa de ahorro relacionada. El tiempo de recarga es un factor que los compradores consideran por igual. La confianza va más relacionada a la marca, modelo y servicio local; en este sentido nuestra experiencia ha sido muy buena, pues todas las unidades que hemos importado han tenido una comercialización exitosa.

En su opinión, ¿está preparado el dominicano para hacer una transformación hacia la movilidad eléctrica?

El camino hacia la sostenibilidad energética inició y, si bien aún queda un camino por recorrer, se están dando pasos muy importantes a nivel privado como público para que en el mediano plazo nuestro país pueda percibir

los beneficios de este proceso de transformación, tanto a nivel de consumo privado como a nivel de la economía en general. Nos favorece que, como país, las distancias entre ciudades son relativamente cortas, comparados con otros países. Las familias pueden lograr un ahorro de hasta 85 % en compra de combustible, sin contar con el mantenimiento mínimo comparado con otro tipo de vehículos. El apoyo de diferentes sectores, como el del sector bancario, a esta transformación, ha contribuido por igual, permitiendo espacios públicos para recarga.

¿Cuáles son hoy días los desafíos y oportunidades de la electromovilidad en República Dominicana?

Definitivamente, la instalación de más cargadores públicos es crucial. Igualmente, implementar programas de educación y comunicación ciudadana sobre el impacto que la movilidad eléctrica genera al medio ambiente, en lo que respecta a la mejora en la salud por la calidad del aire y el ahorro económico, en consumo y mantenimiento del vehículo. La buena coordinación de los diferentes actores, especialmente del sector transporte y del sector energía, es fundamental para el marco regulatorio a aplicar. Una oportunidad sería mejorar la ley 103-13 que permite la importación de vehículos eléctricos pagando solo un 50 % de Arancel, 50 % Itbis y 50 % de Primera Placa, haciendo que estos porcentajes sean mayores, para que así la diferencia de un vehículo gasolina a eléctrico o híbrido sea menor e incentive la compra por esa vía. Esto le daría un empuje relevante al sector.

¿Cuáles han sido las estrategias para la comercialización de vehículos eléctricos en el país? ¿Cómo ha sido, específicamente, en British Motors?

► Nuestro grupo empresarial ha contado con muy buena experiencia en la comercialización de unidades eléctricas e híbridas, pues en Puerto Rico contamos con modelos de este tipo de otras marcas desde 2014. Con esto le demostramos que, desde hace muchos años, estamos apostando a la movilidad eléctrica, ya que sabemos es hacia donde se encamina el futuro del mercado y esto nos ha permitido desarrollar el conocimiento de cómo debe realizarse la labor de comercialización y de servicio de dichos modelos.

► British Motors se ha enfocado en ofrecer seguridad al cliente, al contar con las piezas de repuesto y un equipo altamente entrenado, lo que garantiza un servicio post-venta de alta calidad.

► La gama de vehículos eléctricos con los que contamos han probado ser productos de alto desempeño y buen nivel de respuesta a nivel internacional.

► La compra de un MG o Maxus incluye un cargador Level 2

instalado donde el cliente nos indique para garantizar un buen funcionamiento de su vehículo, servicio que sólo British Motors ofrece actualmente.

► Nos enfocamos en educar al cliente sobre cómo funciona su vehículo correctamente y los puntos que debe tener en cuenta para un buen funcionamiento del mismo.

British Motors ha aumentado su portafolio en los últimos meses, ¿cuáles son los modelos que más han captado la atención de los dominicanos? ¿Por qué?

► A partir del 2018 British Motors incursionó en la movilidad eléctrica con su primer modelo, la ZS EV. Tras exitosas pruebas y uso durante varios meses en el país, iniciamos el proceso de comercialización.

► Iniciamos con la MG ZS y a partir del 2019, MG como Maxus han lanzado unos 8 modelos totalmente eléctricos. Para el 2023 contaremos con un total de 12 modelos disponibles para comercialización.

► Actualmente contamos con las SUV MG ZX EV y Maxus Euniq6, la camioneta T90 EV y la minivan Maxus Euniq 5. Dentro de los

vehículo de carga tenemos los Maxus EV30 y EV90, los camiones ligeros EH300 de 16 pies y en cabezotes pesados el Maxus Genlyon.

► Para el 2023 contaremos con un otros SUV como el MG Marvel R y el automóvil MG 4 y por cuenta de Maxus contaremos con una minibús de 15 pasajeros, el EV90 passenger, así como con un autobús de 50 pasajeros totalmente eléctrico.

¿Cuál es la apuesta de British Motors con relación a la movilidad eléctrica en el país?

Para British Motors la movilidad eléctrica es el futuro cercano y estamos dando pasos seguros para que nuestros clientes se sientan confiados con su compra. Estamos invirtiendo continuamente en aumentar las áreas de trabajo del taller y almacenes de piezas. Para nosotros es primordial que nuestros clientes perciban de forma tangible el ahorro que van a tener usando dichos vehículos y, especialmente, la forma en que contribuirán a reducir el impacto en el medio ambiente. Actualmente, somos de los pocos importadores de la República Dominicana con un portafolio tan diverso y los que ofrecemos la mejor garantía del mercado, de hasta 8 años de garantía.





OCTAVO CONGRESO INTERNACIONAL TOP COMPANIES

11 · 12 · 13
OCTUBRE
2022

Speakers

Valeria Di Palma
Directora General
Consortium Legal



Santiago San Martín
CEO
Globant México



Amado Sabas
Fundador
Grupo Petrol



Laura Santoni
Vicepresidenta
Marriott International



Eva Gubern
Directora General
Johnson & Johnson



Arturo Molina
Director General
Covestro



Fernando Lledó
Director General
Bupa México



Juan Segura Warnholtz
Presidente y Director General
AON



Camilo Plazas
CEO
BBDO México



Miguel Hernández
Vicepresidente y Country Manager
HARMAN DE MÉXICO



Ignacio González
Director General
HDI Seguros



Kenneth Campbell
Presidente General y CEO
L'Oréal México



Fernando Ruiz Galindo
Director General
Avaya



Mauricio Reynoso
Director General
AMEDIRH



Salvador Villalobos
Presidente Ejecutivo
Consejo de la Comunicación



Congreso all inclusive

1,830 USD

Habitación Doble
(3 días por persona)

2,250 USD

Habitación Individual
(3 días por persona)

*Sujeto a disponibilidad, para respetar los precios mencionados deben ser liquidados antes de la fecha límite
Inversión por persona en dólares americanos. Estos precios son más el 16% correspondiente al IVA

*Consulta el contenido de **all inclusive** en el website del Congreso

By: **TOP|companies**

Confirma tu asistencia

Tel: (+52) 55 7051 6390 y (+52) 55 3541 7945
congreso@thetopcompanies.com

Resignifiquemos JUNTOS... Cultura y Liderazgo



Empresas del sector automotriz en República Dominicana han evolucionado

Los concesionarios de GUIA-RD están inmersos en procesos de actualización y capacitación permanente para asumir las nuevas tecnologías y evolucionar a la par de la industria

Wendy Capellán
Directora ejecutiva de GUIA-RD

Según el Grupo Unido de la Industria Automotriz de la República Dominicana, GUÍA-RD, que reúne a los concesionarios de las principales marcas de prestigio mundial, en el año 2021 la República Dominicana importó unos de 123,278 vehículos, de los cuales 26,579 fueron nuevos y los otros 96,699 eran usados, para una relación de 3.6 vehículos usados por cada nuevo. Sin embargo, hace 10 años, en el 2012 se trajeron 51,090 vehículos, de los cuales 28,076 fueron nuevos y 23,014 eran usados, para una relación de 0.8 vehículos usados por un nuevo, es decir que estaban prácticamente a la par.

“La República Dominicana es un país donde existen escasas normativas que regulen al sector automotriz, lo que permite que haya importaciones tanto de vehículos nuevos como de usados, sin que inclusive se lleven a cabo de manera eficiente los filtros que establecen las leyes”, señala Wendy Capellán, directora ejecutiva de GUÍA-RD.

Agrega la economista, que “la tendencia indica que el crecimiento económico que, durante varios años experimentó la economía dominicana, no ha impulsado de manera igualitaria el mercado formal de vehículos con respecto al informal, esto supone un parque vehicular más dominado por tecnologías menos avanzadas y eficientes; en concreto, el 60.5 % del parque vehicular que circula en las calles dominicanas supera los 15 años de antigüedad”.

En términos generales, ¿Considera que las empresas provenientes del sector automotriz en República Dominicana han evolucionado?

¡Sí, claro que han evolucionado! Los concesionarios del sector automotriz dominicano siempre están a la vanguardia. Tenemos que resaltar que la industria automotriz global es extremadamente dinámica, y

promueve la evolución constante porque cada día se reinventa.

En la parte comercial el enfoque hacia el cliente hace que las empresas desarrollen nuevas estrategias, orientadas a buscar solución a los problemas cotidianos de la gente y las empresas, detectando los nuevos patrones de consumo.

A modo de explicar el fenómeno, Mary Barra, presidenta ejecutiva de General Motors, quien ocupa el lugar número 4 en el ranking Forbes de las 100 mujeres más poderosas del mundo en 2021, sostiene que, en los próximos 10 años, la industria automotriz va a evolucionar más que como lo había hecho en los últimos 50 años.

Dentro de ese avance encajan los vehículos que funcionan con fuentes alternativas de energía como los híbridos, los eléctricos y los de hidrógeno; y el vehículo autónomo que no requiere de la intervención humana para desplazarse.

En el caso de la República Dominicana, por ejemplo, cuando la gente sale a la calle, visualmente, no se encuentra con un parque vehicular masivamente moderno que refleje las nuevas tecnologías disponibles en el mercado, esto se debe a que en el país no sólo se importan vehículos nuevos, ya que la participación de los vehículos que se importan usados con relación a los nuevos es cada año mayor.

Dentro de los muchos cambios que trajo la pandemia a todo nivel, ¿cuáles son esos cambios que puede resaltar a nivel empresarial?

A nivel empresarial se impactó la eficiencia de las operaciones. Las concesionarias tuvieron que prepararse para la no presencialidad y la atención al cliente de manera remota. Anteriormente todo requería la visita del cliente, hoy en día existe una variada cantidad de servicios

que el sector ha podido desarrollar en donde no se requiere una visita física.

Ahora las empresas han implementado, por ejemplo, aplicaciones móviles. Esa diversidad de aplicaciones, vinieron a servir de soporte para facilitar el comercio electrónico. La mejor prueba de ello es cuando entras a la página web de un concesionario y evidencias la capacidad de respuesta no presencial a las necesidades del cliente.

En algunas de esas páginas web el cliente puede entrar a un showroom virtual y hacer un tour, elegir un vehículo y vivir una experiencia visual de 360 grados, donde se siente como si estuvieras adentro del vehículo.

El cliente también puede disponer de una calculadora de préstamo que le facilita cotizar y simular opciones sobre el inicial y las cuotas a pagar por el vehículo, según su banco preferido, las tasas de interés y el período de financiamiento seleccionado. Todos esos cambios son la prueba fehaciente que demuestra la resiliencia del sector a los drásticos cambios ocurridos en el panorama económico global.

¿Cuáles son los grandes retos y proyecciones de la industria automotriz durante los próximos meses?

El principal reto está relacionado con la capacidad de abastecimiento de los fabricantes. La industria automotriz global ha sido golpeada por un déficit de oferta en el mercado de insumos y materias primas, lo que ha limitado su capacidad de producción. El más conocido es el caso de los semiconductores, esenciales para el ensamblaje de vehículos.

Con la expansión de la pandemia de Covid-19 en el 2020 y el respectivo confinamiento que hubo a nivel mundial, la demanda de vehículos se contrajo y los fabricantes dejaron de



colocar pedidos a las empresas productoras de semiconductores.

Ahora el principal reto de la industria es restablecer los niveles de producción y de suministro conforme la demanda de los consumidores. Obviamente, no todas las marcas han pasado por la misma situación, ya que eso depende de donde se fabrique el modelo vehículo. Hay lugares en donde el acceso a los insumos les ha permitido mantener su operación continua y de manera casi ininterrumpida, de ahí se comprende que en el caso de algunas marcas no exista una oferta limitada.

¿Cómo han logrado armonizar el sector automotriz con la nueva tendencia y retos de la sostenibilidad?

Los concesionarios del sector automotriz dominicano conocen

los compromisos asumidos por el país con relación a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), impulsados por las Naciones Unidas, y que fueron oficialmente incorporados a nuestro acervo legal mediante la aprobación de la Ley 1-12 de Estrategia Nacional de Desarrollo 2030.

En ese ámbito el sector automotriz formal que agrupa a los concesionarios ha encaminado esfuerzos y materializado inversiones para desarrollar programas que incorporen el respeto al medioambiente. Pondré el ejemplo de una de nuestras asociadas, en este caso hablo de Santo Domingo Motors, la cual creó el programa denominado “Ambiente Ambar”, orientado a reducir los efectos residuales de la industria y de los materiales utilizados, entre esos: las gomas, las baterías, los demás desechos sólidos y los lubricantes.

En ese orden de ideas, también se han realizado inversiones en la autogeneración de cientos de kilovatios de energía eléctrica mediante la instalación de paneles solares; de igual forma se han implementado productos como los “Lavados Eco” de Santo Domingo Motors, mediante el cual sólo se utiliza un galón de agua para lavar un vehículo. Esto por citar solo algunos ejemplos puntuales.

El Grupo Unido de la Industria Automotriz de la República Dominicana (GUIA-RD), ha encaminado acciones a través de la activación de una mesa de trabajo con el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, a fin de que se establezcan normativas para el control y disposición de las baterías de litio de los vehículos eléctricos que ya están entrando al país. En esa agenda de trabajo interinstitucional también hemos promovido la aplicación del “Reglamento Técnico Ambiental para el Control de las Emisiones de Contaminantes Atmosféricos Provenientes de Fuentes Móviles” y que es parte de la Ley General sobre Medio Ambiente y Recursos Naturales 64-00.

Las empresas concesionarias que se agrupan en GUIA-RD están solidariamente identificadas con el compromiso de reducir la huella de carbono en sus operaciones, por esa razón seguiremos esforzándonos para trabajar de la mano con las autoridades y con los demás actores relevantes del sistema.

¿Cómo apoya GUIA-RD el desarrollo de las instituciones dedicadas a la formación del personal de la industria automotriz en República Dominicana?

En este momento estamos inmersos en el diseño de un programa que contempla trabajar con entidades de educación superior tanto públicas como privadas. Inicialmente estamos orientados al fomento de carreras técnicas, luego a las licenciaturas y programas de postgrado. La idea es ampliar la oferta curricular de nuestras entidades educativas, para que vayan más a la par con los avances significativos que experimenta la industria.

En México por ejemplo el Instituto Tecnológico de Monterrey tiene un pènsun para la carrera automotriz, nuestro interés está enfocado en hacer alianzas estratégicas con ese tipo de instituciones para replicar un modelo similar, tomando en cuenta las características diferenciadoras de ambas economías. En el caso de México, por ejemplo, uno debe reconocer que es un país fabricante, en nuestro caso, nos dedicamos a la comercialización de esos vehículos que son manufacturados en otras naciones más desarrolladas.

Tomando eso en consideración, el apoyo académico vendría orientado por un lado a la comprensión de los avances tecnológicos de la industria, a modo de poder establecer una eficiente plataforma comercial de venta y servicio al cliente; mientras que, por otro, se capacita a los técnicos de taller e ingeniería para asumir esas nuevas tecnologías.



L I N C O L N N A U T I L U S

UN SANTUARIO

En cualquier lugar



LINCOLN

www.grupoviamar.com | 809.565.3111 |     [grupoviamar](https://www.facebook.com/grupoviamar) | [lincolndominicana](https://www.facebook.com/lincolndominicana)

GRUPO
VIAMAR

Los modelos ilustrados podrían diferir de los disponibles en especificaciones y accesorios. Solicite en Grupo Viamar y Dealers Autorizados una cotización para mayor exactitud de las especificaciones y precio del modelo de su interés.



La industria automotriz está cumpliendo su cuota de responsabilidad

El sector es uno de los grandes contribuyente por sus aportes al fisco y es un impulsor del comercio entre República Dominicana y las naciones productoras de vehículos

Agustín Lama
CEO Magna Motors



Para el CEO de Magna Motors, Agustín Lama, el sector automotriz dominicano presenta un dinamismo importante, considerando las limitaciones de unidades a nivel mundial. “Para que tengas una idea, el total de la industria automotriz, en tan solo la primera mitad del 2022, ha duplicado el número de importaciones, comparado con el mismo período del año anterior. Y se proyecta que, para el término de este mismo año, la industria cierre con más de 30,000 unidades en vehículos nuevos vendidos. Estamos hablando de un 34 % en comparación con el promedio anual. Esto es algo que no habíamos visto en más de 6 años”, explica.

En un contexto más cualitativo, Lama resalta el tema del servicio, específicamente cuando se trata de las expectativas del consumidor. “Cada año el mundo se mueve más rápido, las personas están más informadas y son más globales, y con esto también sus exigencias. Para nosotros, el servicio es una filosofía y modo de operar: ofrecer un

excelente servicio que supere las expectativas de nuestros clientes. Y es que, como país, debemos empujar a que la media de satisfacción de los clientes de todos los proveedores de servicio posventa, siga elevándose”.

Lama ha trabajado en el área comercial desde que terminó sus estudios, lo que afirma le ha permitido ir desarrollando un estilo de liderazgo centrado en impulsar y empoderar el talento en la empresa, para así impactar de manera especial la percepción del servicio y, en consecuencia, en la satisfacción del cliente.

¿Cómo se encuentra el liderazgo de Magna Motors en la industria automotriz en Sur América, Centro América y el Caribe?

En los países en que operamos, MAGNA se ha convertido en el líder de las categorías, y se mantiene en el Top 3 en los mercados en que no. Mira, por ejemplo, el caso de Uruguay que fue el último país en que desembarcamos, en sólo 150 días Magna Motors Uruguay se colocó en el top 5 dentro de todos los países de las Américas que representan marcas del Grupo BMW. Que eso sea un común denominador en los países donde operamos es un indicador de nuestro modelo y filosofía operativa centrada en el servicio al cliente y la apuesta que estamos haciendo en la región.

¿Podría describir los grandes cambios que trajo la pandemia al sector que usted representa?

El sector automotriz, como es ampliamente conocido, ha sido uno de los más impactados por la pandemia y los estragos que la misma causó a la cadena de producción, los insumos y el transporte. En República Dominicana actualmente hay una presión importante del mercado. La economía se ha recuperado más rápido que la capacidad mundial de producción y eso, sumado a la priorización de mercados más grande, ha llevado a la situación

actual de abastecimiento y, en algunos casos, aumento en los precios.

¿Considera que la industria automotriz está cumpliendo su cuota de responsabilidad en el desarrollo del país?

Siempre se puede hacer más, pero pienso que la industria automotriz está cumpliendo su cuota de responsabilidad por sus aportes al fisco (uno de los grandes contribuyentes), al comercio entre la nuestra y las naciones productoras de vehículos.

¿Qué recomendaciones puede dar para que empresas del sector automotriz fortalezcan su compromiso con la sociedad y el medio ambiente?

El compromiso social y medioambiental de una empresa comienza con el compromiso de cada individuo que labora en la misma, desde el CEO hasta el personal de back-office que los clientes no ven. La mejor recomendación que uno puede dar es el ejemplo a través de las acciones y la coherencia en el tiempo.

¿Qué puede comentarnos sobre la nueva campaña “Probado en la calle” lanzada en julio de este año, con el Reto de Bajaj Platina 100, la moto favorita en el país?

La campaña giró alrededor del hito de cumplir el reto de ir, de Dajabón a Punta Cana, con un galón y medio de combustible. Este es el tercer reto que se realiza con la motocicleta Bajaj Platina 100, el primero fue realizado en el 2013 desde La Romana hacia Santo Domingo. El segundo fue en el 2017 desde Santiago hasta Santo Domingo, ambos ida y vuelta, con menos de un galón de gasolina. La Bajaj Platina 100 es la moto favorita del país, no solo para quienes buscan desplazarse con conveniencia y a bajo costo, sino también para los que buscan vivir experiencias placenteras sobre dos ruedas.

República Dominicana es un país que beneficia la inversión

Para el presidente de Crisfer, compañía del sector inmobiliario, la industria que representa es muy estable y, además, está en crecimiento continuo

Fermín Acosta

Presidente de Crisfer



Crisfer Inmobiliaria es una compañía con más de 17 años en el mercado, que tiene como premisa que la satisfacción de sus clientes es su motivación para superarse como empresa y cada día ofrecer un portafolio de productos más diverso que atienda a las necesidades del mercado.

Esta compañía inició sus operaciones en junio del 2004 con el slogan “Construyendo el camino a casa” y, según la reseña de su sitio web crisfer.com.do, se dedican al desarrollo de varios lotes de terreno ubicados en zonas aledañas al Distrito Nacional.

Posteriormente, decidieron incursionar en la construcción de viviendas, habiendo logrado un rotundo éxito debido al uso de tecnologías modernas y a una política de conceder amplias facilidades a los adquirentes.

“Nuestra empresa está en crecimiento constante, similar al crecimiento personal que nuestros clientes experimentan al momento de realizar una inversión que los ayuda a independizarse y obtener una mayor seguridad al tener su propiedad”, destacan.

Ante esta responsabilidad, en Factor de Éxito entrevistamos a Fermín Acosta, quien está al frente de Crisfer y encabeza los grandes retos de esta empresa del sector inmobiliario.

¿Cuál considera que es el estatus del sector construcción en la República Dominicana?

Como es de conocimiento de todos, nuestro sector en la República Dominicana ha venido creciendo durante muchos años, crecimiento que ha superado el de la mayoría de los países de la región y del mundo.

Igualmente, es sabido que un factor fundamental para el crecimiento de las economías es la construcción por el encadenamiento productivo propio del mismo.

La estabilidad económica y política que disfrutamos, presentan al país como beneficioso para las inversiones y aseguran que somos “un factor de éxito para las mismas.”

Por ello, el sector es muy estable y en crecimiento continuo.

¿De qué forma Crisfer Inmobiliaria integra las tecnologías modernas en el desarrollo de sus proyectos?

Hemos sido pioneros en muchos esquemas constructivos, tanto desde los diseños hasta en el proceso de construcción mismo.

Pioneros en el uso de energías renovables, mobiliario urbano producido de material reciclado, así como parques infantiles, etc. Igualmente, hemos impulsado la medición del consumo de agua por unidades de apartamentos individuales para impactar positivamente el medio ambiente, entre otras medidas.

¿Considera que el sector construcción está cumpliendo su cuota de responsabilidad en el desarrollo del país?

Por supuesto. El sector construcción aporta aproximadamente 400 mil empleos y paga el salario mínimo más alto del país.

¿Qué opinión le merece la Responsabilidad Social Empresarial?

Es una forma de retribuir a la sociedad por la oportunidad de poder trabajar con estabilidad y confianza, así como de compartir los beneficios de la actividad productiva con la sociedad y en gran medida con los más necesitados.

También contribuye con aportes a los emprendedores que se traducirán en una mejor sociedad.

A su juicio, ¿El dominicano promedio es consciente de la importancia del sector inmobiliario en la dinamización de la economía?

Si, en sentido general, la construcción y el sector inmobiliario son bien valorados.

¿Cuáles son los grandes retos que tiene por cumplir la industria que usted representa de cara a fin de año?

Entre los principales retos del sector construcción está el lograr que más trabajadores Dominicanos se integren a esta industria. Para ello, por supuesto, es necesario el aporte tanto del Ministerio de Trabajo, Infotep, Ministerio de Educación, fomentando la educación dual, entre otros aspectos.

A nivel personal y profesional, ¿podría comentarnos aspectos clave de su trayectoria, aquello que lo ha llevado a donde se encuentra en este momento de su vida?

Pienso que las cosas que hemos tenido la oportunidad de impulsar se deben a que hemos puesto la solución al déficit habitacional para los más necesitados como una de nuestras prioridades.

Esto nos ayudó a, con un gran número de profesionales de diverso sectores, lograr la Ley de Fideicomiso, que contempla el bono a la primera vivienda, así como exenciones para que las familias de escasos recursos la puedan adquirir con mayores facilidades.

CUMBRE EXPO TUR FACTOR DE ÉXITO 2022

¡Ya en marcha la I Cumbre ExpoTur Factor de Éxito!

A celebrarse el 3 de octubre de 2022
en el Hotel Real Intercontinental de Santo Domingo

Teniendo en cuenta el éxito obtenido en los eventos este año, con mucha ilusión abrazamos esta iniciativa con el compromiso de continuidad, la determinación de realizarlo en República Dominicana y la ventaja competitiva de difundirlo en toda la región Latam-Caribe, donde Factor de Éxito tiene presencia a través de sus ediciones internacionales.

Una cumbre que reunirá a los principales empresarios, funcionarios de gobierno y otros entes interesados en mostrar la diversidad de este sector resiliente a los grandes cambios y que en el caso de República Dominicana ha logrado ser referente en el mundo.

Será el punto de encuentro donde todos los sectores de la industria, como aerolíneas, hoteleros, tour operadores, oficinas de representaciones turísticas y los agentes de viajes del país conocen, promueven y venden sus productos y servicios turísticos.

Con esta primera cumbre, buscamos reforzar el trabajo realizado desde las diferentes plataformas de Factor de Éxito para la promoción del país.

¡Le invitamos a participar como empresa en la I Cumbre Expotur Factor de Éxito!

Para más información puede ponerse en contacto: info@revistafactordeexito.com

CUMBRE
EXPO
TUR
FACTOR DE ÉXITO 2022

SAVE THE DAY

Lunes 03 de octubre 2022

8:30 am | Hotel Intercontinental

Un evento para impulsar el turismo, con la presencia de referentes del sector,
vitrina de la oferta regional de la industria turística.

¡Le invitamos a participar como empresa en la
I Cumbre ExpoTur Factor de Éxito!

INFO@REVISTAFACORDEEXITO.COM



Fedor Vidal y Amelia Reyes Mora, organizadores del Congreso

Sector público y privado respaldan ampliamente segundo Congreso Latinoamericano de Salud Digital

La segunda edición del Congreso Latinoamericano de Salud Digital, a efectuarse los días 6 y 7 de septiembre de este año 2022, recibe un significativo espaldarazo de la cadena de valor que impulsa la transformación digital del sector salud.

La segunda edición del Congreso Latinoamericano de Salud Digital, a efectuarse los días 6 y 7 de septiembre de este año 2022, recibe un significativo espaldarazo de la cadena de valor que impulsa la transformación digital del sector salud.

Diversas instituciones de los sectores público y privado estarán participando y patrocinando este evento, organizado por Arium Salud Digital y la firma de Comunicación y Relaciones Públicas, AF Comunicación Estratégica.

Seguros Reservas, Amadita Laboratorio Clínico, Macrotech, Referencia Laboratorio Clínico, Massachusetts General Hospital, Global Médica Dominicana, SkyMed, Centro Médico de Diabetes, Obesidad y Especialidades (CEMDOE) y el Hospital Metropolitano de Santiago (HOMS), apoyan la segunda edición de este congreso.

También han confirmado su respaldo, Hospital General Plaza de la Salud, Banco Promerica, Farmacia Carol, Mallén, Ida Healthcare, Fortinet, Ricoh, UREVAL, Advanced Asset Management, Farmaconal, Farmaplan, Sendiu Canales Digitales, Humano Seguros, Primera ARS de Humano, Centro Diagnóstico Especializado (Cedisa), CEELIMP, BANDEX, ARS Futuro y Laboratorio Patria Rivas.

Al referirse al apoyo recibido, Fedor Vidal, CEO Arium Salud Digital, afirmó que “Gracias al estudio que estamos realizando junto al Observatorio de la Seguridad Social (OSSES) del Intec y Fundación

Plenitud, el cual presentaremos en el Congreso, podremos tener datos que nos muestren en qué punto nos encontramos con referencia a otros países”.

Asimismo, Amelia Reyes Mora, presidenta de AF Comunicación Estratégica, indicó la importancia de los medios de comunicación para la difusión y alcance de esta actividad, y agradeció a los que se han unido en esta ocasión.

Por el prestigio alcanzado en su primera edición, este evento también contará con el aval del ministerio de Salud Pública, así como de la Asociación Dominicana de Turismo de Salud, Agenda Digital 2030, Cámara Americana de Comercio de la República Dominicana (AMCHAMDR), Cámara TIC, Fundación Plenitud, Instituto Dominicano para la Calidad (INDOCAL), Instituto Tecnológico de Santo Domingo (INTEC) y la Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra (PUCMM).

Agenda del 2.º Congreso Latinoamericano de Salud Digital

Fedor Vidal, CEO de Arium Salud Digital, anunció que esta edición contará con la participación de 35 expositores, quienes analizarán el impacto del covid-19 en la salud digital, el reto de la ciberseguridad, la telemedicina y segundas opiniones remotas, las tecnologías y la generación de valor en la experiencia del paciente, entre otros temas que propicien la mejora de procesos y la respuesta adecuada a las necesidades presentes y futuras del sector.

Vidal, organizador del congreso, indicó que realizarán siete paneles integrados por representantes de diferentes entidades de los sectores salud y tecnología y tres conferencias magistrales: “Tendencias 2022: Entendiendo el mundo digital postpandemia”, “Transformación Digital del Sector Salud: Una mirada práctica sobre dónde comenzar” y “La gobernanza de los datos sanitarios”.

Amelia Reyes Mora, presidenta de AF Comunicación Estratégica, indicó que, junto a los directivos locales, estarán expertos internacionales de Argentina, Costa Rica, Colombia, Guatemala, Estados Unidos, México y Puerto Rico. Expresó, además, que “así como hemos contribuido con el posicionamiento del turismo de salud como marca país, estamos trabajando para sensibilizar sobre el impacto de la salud digital, con el fin de elevar la competitividad de la oferta de salud de la República Dominicana y propiciar el involucramiento de todos los actores”.

La también vicepresidenta de la Asociación Dominicana de Turismo de Salud (ADTS), indicó que el congreso tendrá una destacada participación local.

En el marco del congreso presentarán el estudio “El estado de la salud digital en República Dominicana”.

Para más información y reservas puede visitar congresosaluddigital.com

Mientras más conectividad más atractivo se vuelve el país

Ya sea por aire o por mar, la conectividad hace que República Dominicana se convierta en una nación de interés para las empresas de manufactura y logística de la región de las Américas y el mundo

Morten Johansen
CEO Operación DP World en RD

Desde el año 2005, DP World, empresa proveedora de soluciones logísticas inteligentes de clase mundial, comenzó a involucrarse de lleno en la operación de la península de Caucedo y con la República Dominicana. Identificaron las fortalezas y oportunidades que posee la nación, que están completamente relacionadas con la visión de la compañía porque, para la empresa, es sumamente importante operar e invertir en un entorno político estable, en un lugar que posea una ubicación estratégica, así como en un espacio donde la economía se encuentre en pleno desarrollo y crecimiento.

“República Dominicana no solo posee una ubicación estratégica, sino que, de hecho, es la economía más grande e importante del Caribe y Centroamérica. Esto hace que nuestros clientes, sobre todo las líneas navieras, utilicen a esta nación como su centro”, afirma Morten Johansen, CEO Operación de DP World en RD.

De la misma forma, señala Johansen que el país es sumamente atractivo por la cantidad de volumen de carga que registra, la infraestructura de comunicación que poseen, y el sistema financiero y bancario estables, lo que provoca que empresas de manufactura y logística de la región de las Américas y del mundo, busquen operar, establecerse y llevar desde aquí la distribución y fabricación de sus productos.

La inversión ha sido de más de 700 millones de dólares en la terminal DP World Ports and Terminals Caucedo, así como en el ecosistema completo que posee la empresa en la República Dominicana, razón por la cual, para esta edición, entrevistamos

al líder que ha impulsado esta exitosa operación en el país.

Están enfocados en convertir a República Dominicana en el principal HUB logístico de las Américas, ¿Cuáles han sido las estrategias para lograrlo?

Actualmente, contamos con la infraestructura adecuada y nos encontramos realizando inversiones en materia de tecnología. Esto último, con el propósito de ofrecer un servicio mucho más eficiente a nuestros clientes.

Asimismo, y dentro de nuestra estrategia para lograr que la República Dominicana se convierta en el principal HUB logístico de las Américas, estamos haciendo un gran énfasis en operar el negocio de manera sostenible; y con esto de negocio sostenible, no sólo me refiero a aspectos medioambientales, sino a cómo nuestra empresa puede aportar al desarrollo de las comunidades en las que operamos. Por eso, hemos realizado inversiones significativas que añaden valor a la comunidad y hemos generado alianzas centradas en educación y salud con actores locales.

En el aspecto medioambiental, nos aseguramos de operar de una forma responsable. Por eso, estamos desarrollando una estrategia de electrificación de todas nuestras operaciones utilizando paneles solares.

¿Cuáles son los próximos planes de DP World en República Dominicana?

Nuestro próximo paso en la República Dominicana, es el de continuar desarrollando nuestra zona económica y nuestra marca DP World Economic Zones. Ese es nuestro parque de zona franca,

la cual crece bajo el concepto de HUB logístico con el objetivo de que compañías de logística y manufactura utilicen al país como su centro de distribución en la región.

De la misma forma y recientemente, nos encontramos colaborando con el Aeropuerto de Punta Cana en colocar en el mapa a la República Dominicana como un HUB de carga aérea. Nuestro objetivo con este proyecto es crear mayor conectividad en la República Dominicana, porque mientras conectividad podamos generar, más atractiva es la nación para las empresas que operan en el extranjero.

¿Cuáles fueron los resultados de la presentación de República Dominicana como HUB logístico en Expo Dubái 2020, donde DP World fue el patrocinador principal de la participación del país?

Para nosotros en DP World, es de suma importancia contribuir, como aliados del Estado Dominicano que somos, en promover las fortalezas de esta nación, atraer inversión extranjera y crear nuevas oportunidades de crecimiento y desarrollo para la República Dominicana. Es por ello que, a través de un acuerdo de colaboración con el Ministerio de Relaciones Exteriores (MIREX), nos convertimos en el patrocinador principal de la participación del país en Expo Dubái 2020; la feria comercial más importante del mundo. Gracias a esta alianza estratégica, el país no solo pudo mostrar las ventajas que posee en materia de economía, de inversión, turística, salud, educación y cultura, sino también el valor añadido que tiene la nación para las empresas de manufactura y logística.



Un líder abierto a la colaboración

Para alcanzar las ambiciosas metas que tiene DP World en RD se necesita de un liderazgo fuerte, ¿Cuáles son los valores más importantes que demuestra usted como líder?

Para mí, la clave está en comprender que el logro de los resultados no depende de una sola persona. Se requiere que el líder tenga a su lado el equipo correcto y la organización adecuada para alcanzar los objetivos que posee la empresa. En este sentido, mi estilo de liderazgo es el de colaboración.

Como líder tengo una visión muy clara de la estrategia y de lo que queremos hacer como empresa. Por eso, me enfoco no solo en conformar el equipo correcto, sino en empoderar a cada uno de sus miembros y darle las herramientas que necesitan para ejecutar esa estrategia de forma colaborativa.

En DP World tenemos una estrategia bastante ambiciosa, por lo que contar con las personas correctas y con las competencias necesarias, es vital para alcanzar nuestros objetivos de negocio.

Un líder necesita de un sólido equipo, ¿Cómo se ha ganado el compromiso de su equipo? ¿Cómo logra motivarlos y alinearlos hacia el objetivo común?

Entiendo, que una de las ventajas que tenemos como equipo y no solo mi equipo directo, sino los demás equipos que trabajan en la organización, es que comprenden la visión y la estrategia que nos encontramos desarrollando como empresa. Todos y cada uno de ellos, no solo entienden hacia dónde nos dirigimos, sino que se sienten identificados con la visión y con la estrategia que ejecuta la organización. Pienso que esto se debe, en gran medida, a que la mayoría de los proyectos e iniciativas que decidimos que queremos hacer, se están ejecutando en la operación local.

Entonces, en este sentido, entiendo que una de las formas más efectivas para motivar y alinear a los colaboradores hacia un objetivo en común, es mantenerlos informados sobre las iniciativas que se desarrollan en la empresa, hacerlos parte de cada una de ellas y, al mismo tiempo, permitirles hacer su trabajo con excelencia y en un espacio de diálogo abierto.

¿Cuál es la parte más difícil de ser un líder hoy?

Creo que una de las partes más difíciles de ser un líder hoy en día es la necesidad constante de adaptarse a los cambios. La forma en que se manejaban las cosas 5 años atrás podría no ser la misma

el día de hoy. Si no te adaptas como persona y como empresa a los cambios, puedes correr el riesgo de desaparecer. Por eso, para mí, es vital estar abiertos al cambio.

Reconozco, que una de mis fortalezas como líder es que soy un líder abierto y dispuesto a escuchar distintos puntos de vista e ideas por parte de mis colaboradores. Sería irreal pensar que sé exactamente qué hay que hacer todo el tiempo. Por eso, me rodeo de personas que me reten, que añadan valor a la operación y que a través de un diálogo abierto, puedan identificar las mejores soluciones para la organización.

Para concluir, ¿Cuál ha sido la gran lección aprendida de estos años trabajando para convertir a la República Dominicana en el HUB logístico de las Américas?

Creo que una de las lecciones más importantes en estos años que llevamos trabajando para convertir a la República Dominicana en el HUB logístico de las Américas, es que lo que siempre hemos pensado sobre este país se hizo realidad de una forma muy rápida e inesperada.

De la misma forma, vimos que el propósito de convertir al país en un HUB logístico se encontraba dentro de los planes del Gobierno actual, lo que ayudo a atraer mayores inversiones en formato nearshoring.

Durante la pandemia, se presentaron grandes retos para la industria logística y portuaria ; retos que obligaron a varias empresas a modificar varios de sus procesos y de su scope de negocios para continuar sus operaciones durante esta crisis mundial. Sin embargo, en la República Dominicana, pudimos seguir operando a un ritmo acelerado, gracias a la ubicación estratégica y a las fortalezas que esta nación posee en materia económica, pero sobre todo porque nos dispusimos a trabajar juntos en colaboración entre todos los sectores para que esto fuese posible.



DESARROLLO DE HABILIDADES DIRECTIVAS

Guillem Martí

Director del Centro de Investigación en Sostenibilidad de Barna Management School. Doctor en ciencias humanísticas y sociales

comerciales, ingenieros o contables, para ganar malos coordinadores o gerentes.

La relación con el equipo es otro gran reto que tienen que enfrentar los nuevos directivos. Hayan sido ascendidos dentro de la misma empresa o en una nueva compañía, les tocará lidiar con los egos de aquellos subalternos que se consideraban mercedores de la posición que ahora ellos detentan. Incluso puede ser un reto ganarse el respeto de los pares, que interpretarán su inexperiencia como una amenaza para la empresa. Tanto es así que, algunos directivos, llegan a desarrollar el síndrome del impostor, que los lleva a cuestionarse su capacidad para ser directivo y la legitimidad del ascenso que les ha elevado a una posición de mando.

Para evitar este tipo de situaciones que restan competitividad a la empresa, es importante que se diseñen planes de capacitación y acompañamiento para directivos. La asignación de mentores dentro de la misma empresa es una buena iniciativa que ayuda a reducir la curva de aprendizaje, como también puede serlo un plan de formación interno basado en las capacidades de los directivos de la propia empresa. Estas son iniciativas valiosas, aunque a menudo tienen como limitante la escasa disponibilidad de los altos directivos para entregar el tiempo que requieren.

La mejor alternativa para adquirir y desarrollar habilidades directivas es buscar el apoyo de una escuela de dirección. A diferencia de las universidades, las cuales especializan al alumno para que sea un gran conocedor de un área muy específica del saber, las escuelas de dirección ofrecen una formación generalista, a través de la cual el participante desarrolla nociones sobre distintas áreas sin llegar a ser especialista en ninguna. Así, en las escuelas de dirección se adquiere una visión holística de la empresa abordando áreas como las finanzas, la dirección de personas, la dirección de operaciones, el marketing o la estrategia general.

Todas las empresas e instituciones, independientemente del sector al cual pertenezcan, debe recordar que las habilidades directivas no se desarrollan en el currículum académico tradicional ni con la experiencia como operario. Si quieren lograr que sus directivos desempeñen adecuadamente su rol, deben establecer planes de capacitación diseñados para mejorar la toma de decisiones y el liderazgo de equipos.

Son muchos los que sueñan con alcanzar posiciones directivas y que trabajan arduamente para ser mercedores de un ascenso que les ofrezca mejor sueldo y mayor poder. Cuando finalmente llega la ansiada promoción, el operario que hasta el momento había ejecutado las órdenes de sus superiores es puesto al frente de un equipo que debe dirigir.

El paso de las labores operativas a las responsabilidades directivas acostumbra a ir acompañado de un coctel de intensas emociones en el cual se mezclan la ilusión y el orgullo con el miedo y la ansiedad. El flamante directivo se encuentra con un mundo desconocido, en el cual sus conocimientos técnicos le van a servir de poco. De él se espera que tome decisiones acertadas y que lidere su equipo para lograr los objetivos de la empresa. Pero ni en la escuela ni en la universidad, ni siquiera en la maestría le han enseñado a tomar decisiones estratégicas y a liderar. Lo que ha aprendido a lo largo de su formación académica y de su carrera profesional es a especializarse en un campo de conocimiento y a ejecutar una serie de tareas técnicas.

Es habitual que los recién ascendidos a directivos, desconocedores de sus nuevas funciones, se dediquen a realizar las mismas tareas que tenían como operarios, pero ahora con más ímpetu que antes. De esta forma es como las empresas pierden buenos



NEARSHORE EN REPÚBLICA DOMINICANA, EL MOMENTO ES AHORA

Iovar Medina

CEO de Transtar

una oportunidad de crecimiento de casi USD 1.4 billones directamente con Estados Unidos, posicionándonos como el 4to país de importancia de toda la región de Latinoamérica para suplir a Estados Unidos. En total, incluyendo todos los países la República Dominicana tiene un potencial de crecimiento de sus exportaciones de USD1.58 Billones.

NEARSHORE no es nuevo para la República Dominicana. El crecimiento acelerado de nuestras zonas francas demuestra el éxito en las empresas que han utilizado esta estrategia al instalarse en el país.

El estudio reciente presentado por la Asociación Dominicana de Zonas Francas (ADOZONA), junto al Ministerio de Industria, Comercio y Mipymes (MICM) estima que las exportaciones totales de bienes y servicios de zonas francas en 2022 superen los US\$10,000 millones, con una generación de divisas netas cercana a los US\$1,700 millones y un crecimiento del PIB de 9.3 %.

El estudio reveló que, durante el 2021, las exportaciones de las zonas francas alcanzaron US\$7,180 millones, con un **crecimiento de 15 % respecto al 2019 y 22 % respecto al 2020.**

Aquí les mostramos algunos de los beneficios del Nearshore:

- ▶ Comunicación efectiva, utilizan la misma zona horaria
- ▶ Reducción de las discrepancias culturales y las barreras lingüísticas.
- ▶ Reducción de tiempos de tránsito
- ▶ Reducción de riesgos.
- ▶ Reducción de costos.
- ▶ Mayor velocidad al mercado
- ▶ Eficiencias logísticas.
- ▶ Flexibilidad para ampliar sus operaciones.
- ▶ Permite visitas más frecuentes al sitio de fabricación.

¡¡ESTAMOS LISTOS PARA RECIBIR LAS NUEVAS EMPRESAS DE MANUFACTURA Y PARA EL CRECIMIENTO ACELERADO DE LAS ACTUALES!!

Gracias a la constante y flexible actualización de nuestro marco legal para adaptarse a esta nueva realidad, a la disposición y enfoque gubernamental en eliminar la burocracia, al apoyo continuo de empresas privadas, clústeres, asociaciones relacionadas a logística y manufactura en el país, junto a la robusta infraestructura de puertos, aeropuertos, operadores logísticos, centros logísticos y parques de zonas francas de manufactura, la República Dominicana está preparada para manejar un crecimiento acelerado, con el enfoque que el país sea la primera opción para NEARSHORE en la región.

Exhorto a todos los importadores locales a acercarse a sus suplidores globales para que les presenten la alternativa de instalar sus fábricas y/o centros de Distribución en la República Dominicana, enfocado a una estrategia de suplir los mercados cercanos como USA, Centroamérica y el Caribe.

La cadena de suministro global se ha visto amenazada por guerras comerciales, fenómenos meteorológicos extremos, alzas en costo de fletes, cierres de fábricas, guerra en Ucrania, puertos congestionados y una fuerza laboral disminuida debido al Covid-19, la fricción dentro del mercado global ha alcanzado un máximo histórico poniendo en relieve el nivel de fragilidad que sufren las empresas de manufactura.

Entre febrero y marzo de 2020, la encuesta **Weather the Storm: Supply Chain Resilience in an Age of Disruption** de la empresa **Gartner** reunió datos de 260 importantes empresas de todas las industrias, arrojando que el 33 % había trasladado las actividades de abastecimiento y fabricación fuera de China o planeaba hacerlo en los próximos tres años.

AHORA es el momento de reevaluar seriamente su negocio e identificar oportunidades de fabricación que aumenten la rentabilidad y gestionen el riesgo.

Una muestra clara es que nuestro principal socio comercial, Estados Unidos, ha repensado su estrategia de comercialización y evalúa nuevos mercados para invertir y poder contar con proveedores y aliados más cerca de ellos. Debido a esta necesidad se ha creado una alianza estratégica entre República Dominicana, Costa Rica Panamá y Ecuador, llamada "Alianza para el Desarrollo en Democracia (ADD)" con la finalidad de convertirse en naciones claves para fortalecer las cadenas de suministro como socios comerciales de Estados Unidos.

Dentro de esta alianza, la República Dominicana lidera el eje comercial, consolidándose como uno de los principales destinos para el desarrollo de inversiones de grandes capitales.

En el último estudio realizado por el Banco Interamericano de Desarrollo destaca "la capacidad que tiene la República Dominicana para el desarrollo del NEARSHORE, resaltando



Wanda Montero

Country President Ipsos RD
@wandamonterop @ipsoscca

El futuro de la movilidad

El transporte público siempre ha sido el medio de movilidad más común, sin embargo, las personas no pueden resistir el atractivo de poseer un vehículo propio. En República Dominicana, tan solo en el Gran Santo Domingo, se realizan más de 3 millones de trayectos diarios, de los cuales un 42 % son en transporte privado, donde el 32 % son vehículos propios.

En la era de la digitalización, se introdujeron nuevos servicios de movilidad: los servicios de taxi por aplicaciones, el uso compartido de automóviles y los viajes compartidos forman parte de las alternativas modernas al transporte público tradicional. El uso de la movilidad compartida o car sharing pronto podría volverse tan simple y común como la transmisión de música.

Nuestra investigación acerca de este tema muestra que el uso diario del automóvil privado promedio es de tan solo 63 minutos por día. A todo esto, se le suma el hecho de que el 96 % del tiempo el automóvil está estacionado. Los servicios de movilidad llegan a desafiar la eficiencia económica de la propiedad de automóviles.

¿Dónde estamos ahora con el car sharing?

En un nivel básico, la movilidad compartida es una forma de alquiler de vehículos con dos diferencias principales: en primer lugar, la mayoría de los proveedores de coches compartidos no solicitan la devolución de un coche en una estación de alquiler; los coches se pueden devolver, simplemente, aparcando en la calle. En segundo lugar, los servicios de car sharing se cobran por minuto de uso (frente a los días de uso en el alquiler de coches). El consumidor, por ejemplo, puede utilizar estos vehículos para tener un trayecto de 10 minutos desde una estación de metro hasta su casa.

En los últimos años, cada vez más fabricantes de automóviles han apostado por la movilidad compartida, viendo a este servicio como uno de los pilares estratégicos de su futuro negocio. Debido a esto, empresas líderes de movilidad compartida como Car2Go, DriveNow/ReachNow, Maven, son propiedad exclusiva de los fabricantes de automóviles.

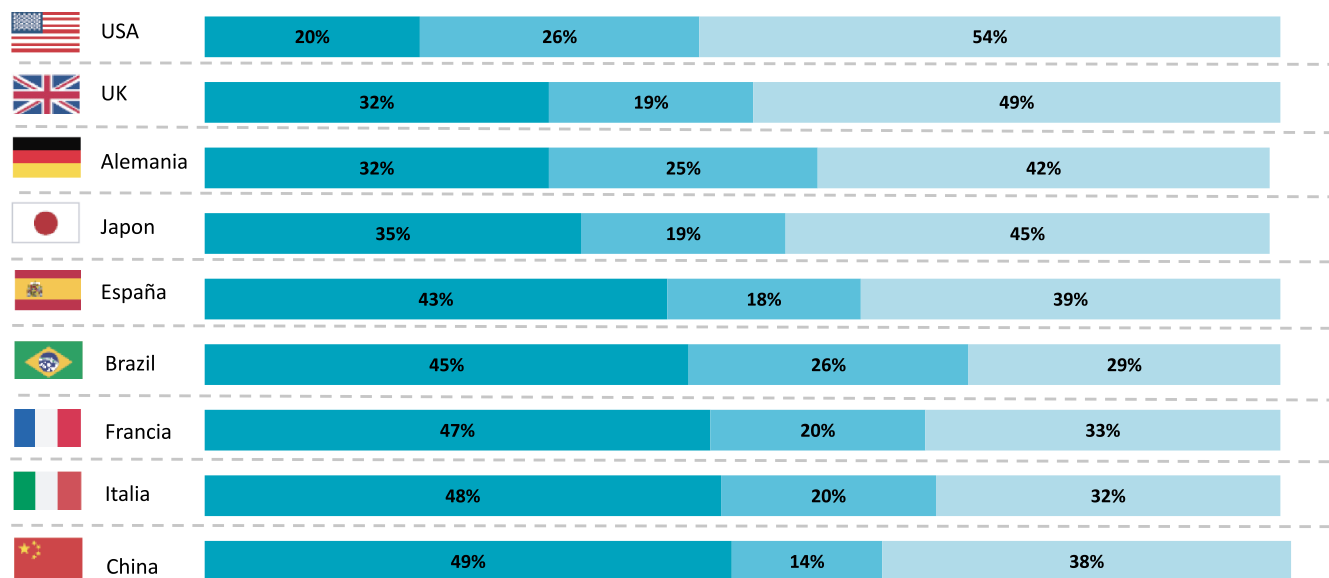
Esto transformó los modelos comerciales tradicionales donde

los fabricantes de automóviles ganaban dinero solo con la venta y el mantenimiento de automóviles, al proporcionar servicios de uso compartido de automóviles que también ganaban con la operación del automóvil.

“Cuando quieras tener tu propio auto, la gente usa una forma de suscripción, en la que pagan una tarifa mensual, como lo haces con un contrato telefónico”, dijo Håkan Samuelsson, CEO of Volvo Cars. Tal transformación lleva al hecho de que muchas empresas tradicionales ya no se posicionan como proveedores de vehículos, sino como proveedores de movilidad.

Sin embargo, tan solo el 2 % de los propietarios de automóviles y el 4 % de los que no son propietarios de automóviles han usado alguna vez car sharing o movilidad compartida. El conocimiento limitado sobre los servicios de car sharing (40 %) y la baja disponibilidad de vehículos de (36 %), son las principales barreras para usar este nuevo modelo de negocio. Evidentemente, con un mayor desarrollo de los servicios de vehículos compartidos, estos dos factores naturalmente mejoraran.

Predicciones sobre tener vehículo propio o utilizar la movilidad compartida



Tener vehículo propio será tan importante como ahora

Tener vehículo propio será cada vez más caro y menos personas serán capaces de costearlo, por tanto, más personas usarán la movilidad compartida

El costo de tener un vehículo propio no subirá significativamente, sin embargo, los servicios de movilidad compartida serán tan conveniente que será preferible frente a tener un vehículo propio

Ipsos Views- The Future of Mobility: Share Mobility – 105,000 Car owners and 10,000 non car owners across nine countries

¿Qué pasa con el viaje compartido?

Ride-sharing/ride-hailing es un servicio basado en una aplicación que conecta a conductores y pasajeros. Proporciona un tipo de servicio similar a un taxi: los usuarios de viajes compartidos son pasajeros, que son conducidos por conductores y no conducen solos. Al mismo tiempo, los conductores en muchos casos usan sus automóviles privados, por lo que los proveedores de viajes compartidos no necesitan poseer grandes estacionamientos, sino actuar como un proveedor de plataforma.

Una de las empresas de viajes compartidos más “internacionalizada” es Uber con medio millón de usuarios activos en República Dominicana. El 63 % lo conoce (aun la empresa líder de viajes compartidos puede variar de país en país). Didi, por ejemplo, es muy popular en China (91 % de reconocimiento), Lyft en EE. UU. (78 % de reconocimiento) y BlaBlaCar en Europa (46 %).

Los servicios de viajes compartidos están más reconocidos que los de vehículos

compartidos: uno de cada cuatro (24 %) consumidores ha utilizado viajes compartidos hasta ahora. Barato (49 %), simple (48 %) y rápido (41 %) son los tres principales beneficios reconocidos de los viajes compartidos.

¿Quién proporcionará los servicios de movilidad en el futuro?

Los consumidores creen que los dos principales futuros líderes en servicios de movilidad serán Apple y Google (Waymo), lo que demuestra que esperan una gran disrupción en la forma en que viajamos. En la posición 10 de los futuros líderes en servicios compartidos vemos a Uber, como una empresa de viajes compartidos, seguida por su socio y competidor Didi.

Los automóviles seguirán siendo el principal medio de transporte utilizado para distancias cortas y medias. Al mismo tiempo, escuchamos cada vez más que en el futuro pueden aparecer vehículos totalmente nuevos, como taxis autónomos con drones o cápsulas modulares que pueden usarse como automóviles en las carreteras y podrían convertirse

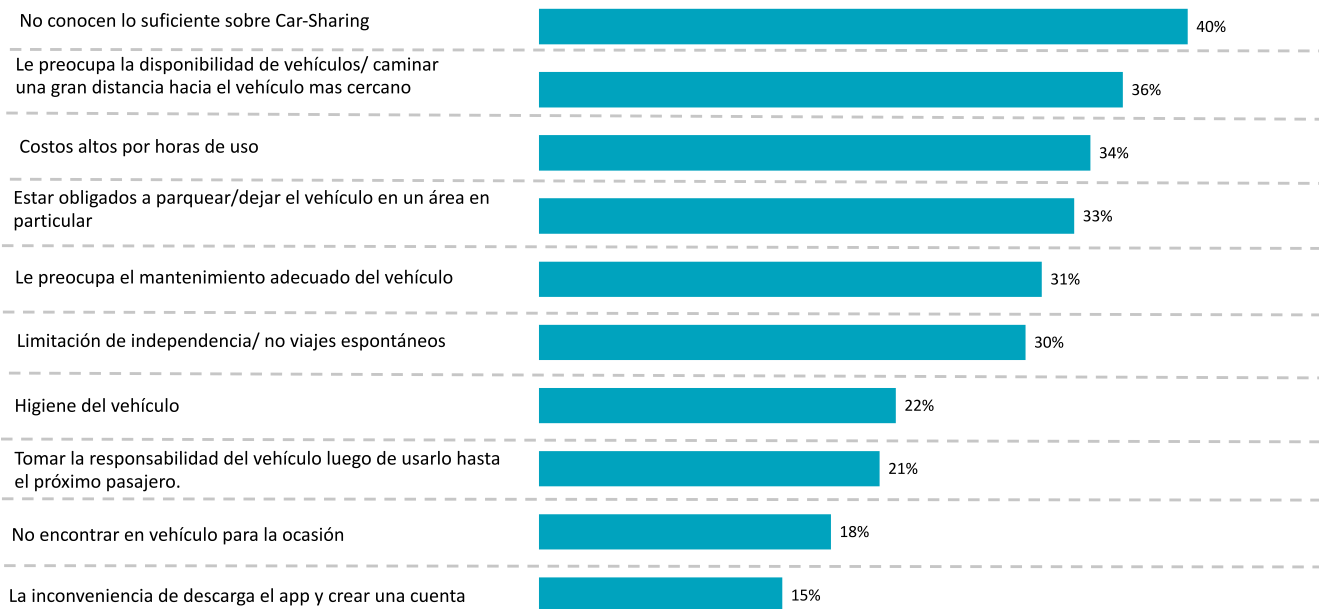
en helicópteros o transbordadores ferroviarios.

Como se ha destacado en varios artículos producidos por Ipsos sobre la movilidad, los tres pilares principales de la movilidad futura (vehículos sin conductor y conectados, electrificación y movilidad compartida) están interconectados.

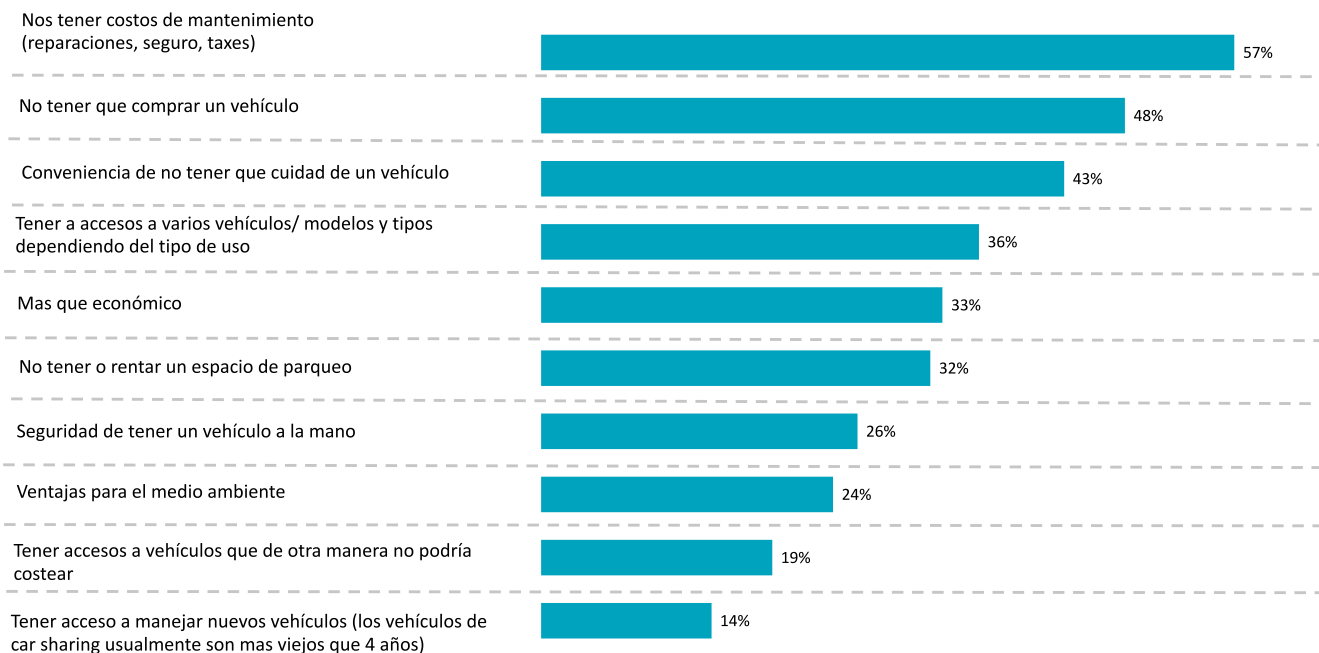
Nuestros resultados muestran que los consumidores están listos para aceptar ideas disruptivas en el área del transporte como servicio. En general, los intereses de las empresas (proveedores de movilidad) y las autoridades de la ciudad coinciden, y ambas partes apuntan a reducir la cantidad de automóviles en las carreteras, ofreciendo ventajas que parecerían evidentes: estacionamiento gratuito para vehículos de auto compartido, privilegios fiscales para autos eléctricos, entre otras.

En Latinoamérica se estima que se seguirán implementando nuevos modelos de negocios y plataformas tecnológicas que permitan la optimización del tráfico, eficientizar el traslado de ciudadanos y favorecer la reducción de las emisiones de CO2.

Predicciones sobre tener vehículo propio o utilizar la movilidad compartida



Ipsos Views- The Future of Mobility: Share Mobility – 105,000 Car owners and 10,000 non car owners across nine countries



Ipsos Views- The Future of Mobility: Share Mobility – 105,000 Car owners and 10,000 non car owners across nine countries

Mi sueño es que los productos Sesderma y Mediderma sean accesibles para todo el mundo

Desde 1989, la empresa ha abierto filiales en Europa, Norteamérica, China y, prácticamente, toda Latinoamérica, enfilándose hoy a la apertura de nuevos mercados en Oriente Medio y el norte de África

Doctor Gabriel Serrano Sanmiguel
Fundador Sesderma



La reconocida marca de dermocosmética Sesderma tiene un valor diferencial y es la investigación e innovación constante en el desarrollo de todos los productos y tratamientos, además del ADN médico. Su creador, el doctor Gabriel Serrano San Miguel, es dermatólogo desde hace más de 46 años y su clínica dermatológica en Valencia, España, fue de las primeras en tratar enfermedades graves de la piel. “En el contacto diario con mis pacientes me di cuenta de que había muchas carencias en productos dermatológicos que pudieran ayudarlos a tratar sus problemas de la piel. El mercado no contaba con las soluciones adecuadas, así que decidí crear los laboratorios en 1989”, afirma.

Así, los laboratorios nacieron con proyección global. En 1992 inauguró en EEUU, empezando en Atlanta y luego Miami en 2010. Un año antes, había abierto en Polonia, mientras que en 2012 puso en marcha las filiales de México e India. Desde entonces, la presencia internacional se ha consolidado en todo el mundo con filiales en prácticamente toda Latinoamérica, Europa o mercados estratégicos como China.

Nacido en Colombia, doctor en Medicina por la Universidad de Valencia y especialista en Dermatología desde 1977, Serrano se define como un “alquimista que no especula”: “Siempre lo digo, primero soy médico y después empresario”. Apunta que la humanidad y la generosidad es lo

que los define. “En nuestro catálogo de productos tenemos muchos que están indicados para un sector de la población muy minoritario, que atienden patologías como vitiligo, psoriasis o dermatitis entre otros. Yo me niego a retirarlos, aunque sean deficitarios, porque hay personas que los necesitan”.

Para Sesderma, el capital humano es otro de los motivos de su éxito, por lo que, recientemente, realizaron jornadas de formación en las que reunieron entre más de 20 personas procedentes de diferentes países de Latinoamérica como México, Costa Rica, Colombia y la República Dominicana. En los encuentros recibieron información sobre las últimas técnicas en tratamientos en dermoestética y dermatología, impartidas diferentes profesionales de la compañía. “Destacan por su significado las intervenciones la doctora Zaida Brea, mi amiga desde hace tantos años, con la que me une la estima y el cariño por República Dominicana”, dice el doctor Serrano.

Usted ha destacado su relación de amor con República Dominicana y su compromiso con nuestra tierra, ¿En qué otros detalles muestran esta relación tan profunda?

Por una parte, durante la visita que realicé al Instituto Dermatológico anuncié de manera oficial la creación del Premio SESDERMA Dr. Bogaert, gracias al cual jóvenes médicos residentes en Dermatología de cualquier país de Latinoamérica, desde México a Argentina, podrán realizar una rotación formativa durante varios meses en el Instituto Dermatológico, que está considerado como el mejor de todos nuestros países. El objetivo es premiar y facilitar una mayor formación en la especialidad de dermatología a los jóvenes doctores dominicanos. Así, pues, República Dominicana se convierte en un referente internacional del máximo nivel en el ámbito de la Dermatología y el tratamiento de las enfermedades de la piel.

Así mismo, di a conocer la dotación del Premio SESDERMA Dr. Rafael Isa, gracias al cual el mejor

médico residente de Dermatología dominicano podrá disfrutar de un período de formación en cualquiera de las clínicas SESDERMA ubicadas en Valencia y Madrid, en España, así como en Dubai, que se abrirá próximamente. Se trata de una oportunidad extraordinaria para los jóvenes médicos de nuestro país para que conozcan las más modernas técnicas dermatológicas, así como para familiarizarse con los productos que fabrica SESDERMA, tanto para curar las diferentes enfermedades de la piel como para su cuidado estético.

Finalmente, hice el ofrecimiento de diferente aparatología diseñada por el departamento de I+D+I (Investigación, Desarrollo e Investigación) de los laboratorios SESDERMA para mejorar la atención a los más de 2,000 pacientes que son atendidos cada día por el Instituto. Y no solo esto, ya que me he comprometido delante de la dirección del centro a formar personalmente a los profesionales dominicanos que vayan a utilizar este material de última tecnología.

En el sector le consideran padre de la nanotecnología aplicada al cuidado de la piel, muy valorado por médicos y dermatólogos. ¿es realmente eficaz esta técnica?

Una de nuestras señas de identidad es el uso de nanotecnología desde el año 2008. Siempre hemos apostado por la aplicación de la nanotecnología en la fabricación de nuestros productos y tratamientos, tanto de Sesderma como Mediderma. La tecnología "nano" te permite transportar ingredientes activos (vitamina C, ácido glicólico, retinol...) más allá de la piel, lo que garantiza que estos puedan alcanzar mayores niveles de penetración y eficacia, y se toleren mejor en todo tipo de pieles.

La encapsulación de activos en liposomas se hace en nuestros laboratorios, en función de las características fisicoquímicas de las moléculas activas a encapsular, realizando estudios de preformulación para conseguir la encapsulación idónea de la misma. La elaboración de liposomas se realiza gracias a nuestra nanotecnología patentada, se

trata de un método de fabricación sencillo, escalable, biocompatible y respetuoso con el medio ambiente, ya que, entre otras ventajas, evita el uso de disolventes orgánicos.

Sesderma está presente en 80 países, incluyendo mercados tan exigentes como Oriente Medio y China. ¿Cuáles son sus próximos planes de expansión en el exterior?

Tras varias décadas innovando en el cuidado de la piel, y como parte del proceso de expansión internacional de los laboratorios y mi labor médica, vamos a inaugurar una clínica y tienda Sesderma en uno de los centros comerciales más prestigiosos de Dubai. Este salto adelante tiene un significado extraordinario, pues supone acelerar el proceso de internacionalización de la empresa en nuevos mercados. De hecho, las ventas internacionales suponen ya un 80 % de la facturación de la compañía.

Como emprendedor y tras una dilatada trayectoria profesional vinculado al mundo de la medicina y al cuidado de las personas (acaba de publicar su autobiografía 'La historia de mi vida'), ¿qué le falta por descubrir?

He de reconocer que la primera persona a la que debo todo lo que soy, fue mi padre y seguidamente, mi abuelo. Ambos provienen del sector médico y desde muy pequeño tuve la suerte de convivir con ellos, tener largas charlas sobre patologías y tratamientos médicos, realizar visitas a hospitales y acompañarlos en sus clínicas.

Después tuve la suerte de tener unos profesores en la universidad de los que aprendí no solo medicina, sino otros valores como son la generosidad, la humanidad y el saber hacer, que hoy día también forman parte de la cultura corporativa de Sesderma. Lo más importante para mí ha sido encontrar personas profesionales con calidad humana, con actitud con "c", con las que puedas formar un equipo que te lleve al éxito.

Mi afán de conocimiento e investigación ha sido la base durante toda mi trayectoria vital, y esto lo he inculcado a mis hijos que hoy son doctores en farmacología, farmacéuticos y doctores en nanomedicina. Esto a su vez, asegura que los laboratorios Sesderma siempre serán pioneros en investigación y desarrollo de productos nanotecnológicos para aplicaciones cosméticas, nutricionales y médicas.

¿Qué inversiones tiene previstas Sesderma en los próximos años?

Siempre estoy trabajando en multitud de proyectos, como el reciente lanzamiento de la línea de alta cosmética Dr. Serrano. Mi foco a corto plazo es potenciar nuestra nueva línea de ginecoestética y seguir promoviendo nuevos cursos para formar a profesionales médicos en esta especialidad, como el que organizamos hace unas semanas en nuestras instalaciones Puzol y en mi clínica de Valencia. Más de veinte profesionales de la ginecología, la dermatología y la medicina estética de todo el mundo, se dieron cita en este curso sobre ginecoestética funcional y regenerativa.

Como empresa familiar, ¿tiene ya resuelta la sucesión en la propiedad y en la gestión?

Este es uno de los temas más importantes a los que he tenido que hacer frente en los últimos años. De mis seis hijos, cuatro de ellos ya forman parte de los laboratorios, y debemos trabajar para que continúe, no por mí o por mi familia, sino por los pacientes y los trabajadores. La empresa es un patrimonio familiar que no va a desaparecer ni va a ser vendida, aunque yo no esté en ella. De hecho, toda la familia ha firmado un protocolo de sucesión ante notario y mis hijos se han comprometido a cumplirlo.

A menudo recibo alguna oferta de grandes farmacéuticas o incluso otros laboratorios que quieren comprar Sesderma, pero como ya he dicho mi motivación no es empresarial ni económica. Estos laboratorios y mi clínica son un proyecto de vida.



El golf tuvo su jornada estelar con el **World Corporate Golf Challenge RD Factor de Éxito**



Los empresarios Harold Cuellar y Troy Farmer resultaron campeones y serán los representantes de República Dominicana en la final que se celebrará en octubre en Tenerife, España.



Factor de Éxito, revista líder del top management dominicano trajo de vuelta al país el World Corporate Golf Challenge, el torneo de golf "Business to Business" global más importante del mundo.

Luego de un calentamiento en el área de driving range y de las palabras de bienvenida, a cargo de Michael Espino, socio de Factor de Éxito en este evento y director técnico del torneo; Jorge Subero Medina, presidente ejecutivo de Cap Cana, y Arianna Rolo, directora de Mercadeo de Factor de Éxito, la competencia comenzó a las nueve de la mañana en el magnífico Punta Espada Golf Club de Cap Cana, donde un grupo de importantes empresarios y ejecutivos de alto nivel, que comparten la pasión por el golf, se dieron cita en búsqueda del título de campeones del WCGC de República Dominicana 2022.

Bajo el formato Best Ball en parejas, los competidores recorrieron los 18 hoyos del campo, con el mar como telón de fondo. A lo largo de la jornada, demostraron su alto espíritu deportivo y no permitieron que

ni el sol ni el calor amilanara su entusiasmo por el juego.

“Un campo bueno, pero challenge; la brisa bien intensa, los greens estaban super rápidos; en general, la pasamos super bien, todos muy contentos y muy satisfechos de esta experiencia con Revista Factor de Éxito en golf”, dijo Iovar Medina, quien compitió representando a su empresa Transtar.

Jorge Galiber, CEO de TotalEnergies, afirmó: “Cuando juntas tanto talento empresarial, cosas buenas suceden. Estas actividades nos dan la oportunidad de aportar, jugar un poquito de golf y, al mismo tiempo, resaltar la marca país, que es República Dominicana”.

Pasado el mediodía comenzaron a llegar las parejas y, luego de realizar el conteo de puntos, resultaron campeones del WCGC RD Factor de Éxito 2022, Harold Cuellar y Troy Farmer, quienes tendrán la oportunidad de representar a la República Dominicana en la final del World Corporate Golf Challenge a celebrarse en Tenerife España, en el mes de octubre.



“Jugar con otros países siempre es un reto, es una cancha nueva, un formato como este que tiene eliminatorias, en el que te vas eliminando con otros países y con otras parejas, es super challenging, pero vamos a por ello...con la mente puesta en Tenerife”, dijo Cuellar, tras recibir el premio como campeón en la cena de premiación.

El segundo lugar, por desempate, fue para Luis Menicucci y Luis Javier García, quienes compitieron por la empresa EPS e irán al II Circuito de Golf en Parejas Hodelpa Copa Xanadu, en Puerto Plata, donde tendrán el opción de clasificar al International Pairs en Andalucía, España, que se disputará en noviembre.

“La actividad estuvo perfecta, un torneo competitivo. Me siento maravillosamente feliz y agradecido de poder compartir con todos los compañeros que estuvimos hoy en la jornada”, señaló Luis Menicucci.

Por su lado, Luis Javier García, expresó: “Veo que el concepto del torneo fue muy bueno, así se



pueden hacer muchas relaciones y el premio per se: la aspiración de poder representar al país, ya es una motivación para participar en él de cualquier manera posible”.

Factor de Éxito reafirma su compromiso e invita, como representante local y socio oficial en República Dominicana del World Corporate Golf Challenge, a la próxima edición del torneo en 2023.

“Hay momentos que definen un camino y, definitivamente, la maravillosa jornada de hoy es uno de esos momentos para Factor de Éxito. Para nosotros, como plataforma enfocada en el liderazgo empresarial y de negocios de la República Dominicana, es grato anunciar que el próximo año organizaremos de nuevo el torneo”, anunció Isabel Cirstina Rolo, directora ejecutiva de Factor de Éxito.

“Nuestro compromiso con la audiencia, nuestros patrocinadores y clientes, sigue indelible, por eso quiero agradecerles su apoyo y confianza, agregó Arianna Rolo, directora de Mercadeo de Factor de Éxito

El World Corporate Golf Challenge República Dominicana tuvo como patrocinadores a Lao Blazers, TotalEnergies, NewLink, Altice, Pollo Cibao, Cemento Cibao, Noval Properties, MAPFRE Salud ARS, MAPFRE BHD y Viamar. Y como aliados comerciales a Ron Barceló, Zero Emision, Plus Ultra líneas aéreas, Grabo Estilo, Rental Visión, Gatorade, Mejía Arcalá, La Aurora, Caribia, Spatium, Caribbean Turf, Club Car, Habanero, Grupo B Melo, CEF Santo Domingo, Embassy Suite, Hodelpa, Cap Cana, Royal Prestige, Germain de de Capuccini, Cana's Arreglos, Luxury Golf, Pizza Il Forno, Victoria, The Recovery Spot, Saint Tropez sea food and grill, Phresh, Transtar, GEMSA, Margaritaville, Electroval, EPS, Eddy's tours, WP, Asiyx y Nature Power Foundation.





Helen Burke

Gerente de Recursos Humanos Barrick Pueblo Viejo

Barrick Pueblo Viejo Compromiso real con la equidad de género

La empresa minera obtuvo, por tercer año consecutivo, la certificación Igualando RD; además, se ha trazado la meta de llevar la participación femenina a un 50 % en toda la operación

Barrick Pueblo Viejo es la operación minera con mayor participación femenina del país y también una de las que mayor participación de mujeres tiene en la región. Actualmente, un 20 % de su personal es talento femenino.

Este porcentaje de mujeres incluye no solo el liderazgo femenino, en donde la presidenta de la empresa y la gerente general de la mina son mujeres, sino que, además, el 40 % del equipo de gerentes está conformado también por mujeres; entre ellas, la gerente de Gestión Humana, la gerente de Manejo de Recursos Minerales, la gerente de Relacionamento y Desarrollo Social, la gerente de Permisos y Asuntos

Gubernamentales, la de Proyectos de Capital, Legal y la gerente de Comunicaciones.

“Tenemos grandes mujeres que han roto paradigmas, mujeres que manejan equipos pesados con capacidad de 200 toneladas, mujeres geólogas, biólogas, mecánicas, ingenieras de todas las áreas, entre otras profesiones importantes para desarrollar una minería de clase mundial”, afirma Helen Burke, gerente de Recursos Humanos.

Recientemente, la empresa minera obtuvo la certificación Igualando RD, una iniciativa que impulsa el Programa de las Naciones Unidas (PNUD), de la mano con el

Ministerio de la Mujer. Este Sello es un acelerador para el logro de la igualdad de género, en concordancia con la Agenda 2030.

En el caso de Barrick Pueblo Viejo, comenta Burke, “hemos sido certificados por tercer año con el sello de Oro Igualando RD y hemos desarrollado acciones que sustentan nuestro plan de inclusión y género dentro de las que puedo citar:

- Generar capacitación y desarrollar proyectos que garanticen el aprendizaje de mujeres jóvenes.
- Establecer políticas que fomenten la equidad en nuestra operación con el objetivo de lograr que la plana laboral sea 50/50 al 2030.



► Trabajar para cambiar las normas culturales y crear conciencia entre las comunidades locales sobre la importancia y el valor del empleo, así como del empoderamiento económico para las mujeres.

► Colaborar con los gobiernos para eliminar las barreras de empleo hacia las mujeres.

► Apoyar el desarrollo de oportunidades alternativas de sustento para las mujeres.

► Trabajo colaborativo con actores locales en especial con la Academia para generar oportunidades”.

¿Cuál ha sido la estrategia de Barrick para romper los estereotipos de género que encasillan a la minería como una actividad netamente masculina?

La estrategia viene dada desde la visión corporativa misma y es un compromiso establecido desde nuestro presidente y CEO Mark Bristow, quien establece que en “Barrick creemos en un ambiente de trabajo diverso e inclusivo, independientemente del género invitamos a predicar con el ejemplo y construir un mundo más inclusivo”.

Yo diría que los temas de género son neurálgicos para la sostenibilidad de nuestras operaciones en el país. Es por esto que, nos hemos propuesto una ambiciosa agenda en materia de género para lograr equidad en nuestras operaciones y de esta forma aumentar el número de mujeres que ingresan y crecen en el sector minero.

Hemos creado una red de Embajadoras de Género conformada por colaboradoras con un perfil de liderazgo, impacto e influencia en sus respectivas áreas y con potencial de incidir en otras áreas diferentes a aquellas a las cuáles

pertenecen y que han mostrado interés en temas de igualdad de género, diversidad e inclusión, y que son agentes multiplicadores de la cultura de respeto de la empresa. Las embajadoras han tenido roles protagónicos y tareas específicas con el objetivo de darles mayor desarrollo, visibilidad e impacto, tanto ante líderes nacionales como internacionales, dentro y fuera de la empresa.

Desde el área de Recursos Humanos, ¿Cuáles son los planes de compensación y gestión humana que han desarrollado para incentivar la participación de la mujer?

Desde Recursos Humanos trabajamos en la creación de programas con horario de medio tiempo como una opción de trabajo que permite un balance de tiempo en familia, además impartimos entrenamientos que nos garanticen un ambiente laboral libre de acoso, como nuestra charla “Hablemos de Todo”.

Por otro lado, hemos iniciado con las visitas a las escuelas y liceos de las comunidades cercanas a nuestra mina, a fin de motivar a población más joven la participación en carreras técnicas, mirando la minería como una opción. Continuamos trabajando

en otras iniciativas que estamos desarrollando con el apoyo de nuestra gerente general y nuestra presidenta.

¿Cuáles son los beneficios que, para Barrick Pueblo Viejo, ha representado la alta participación femenina?

La diversidad trae beneficios importantes como la creación de equipos y el equilibrio entre diferentes trabajos. Las mujeres son capaces de aportar ideas nuevas, enfoques distintos y valores únicos.

La inclusión de la mujer para Pueblo Viejo ha sido un aspecto relevante para que exista igualdad de oportunidades y de derechos entre mujeres y hombres, y la inclusión de mujeres en la empresa ha sido clave en términos de competitividad, ha aportado más innovación y creatividad, buena capacidad de solucionar problemas, mayor planificación y fomentan un ambiente laboral positivo.

Usted lleva más de una década trabajando en Barrick Pueblo Viejo, ¿cómo ha visto, desde su perspectiva personal, la evolución de la equidad de género dentro de la empresa?

Me llena de orgullo trabajar en una empresa que ha sido pionera en desarrollar la equidad de género y que tenga como meta la igualdad de oportunidades para todas y todos. Barrick Pueblo Viejo siempre ha sido una empresa con diversidad e inclusiva; recuerdo que, cuando ingresé, ya teníamos mujeres en posiciones operativas, eran pocas, pero ya existían, incluso en ese momento ver mujeres en la presidencia o como gerente general de mina era extraño y que contemos con ello hoy en día es una gran evidencia del trabajo que se ha hecho para cambiar la vida de las mujeres.



**UNIFICA A
TU EQUIPO**





**CON LA FLEXIBILIDAD
QUE NECESITAS**

PLANES CORPORATIVOS

**ALCANZA LA SATISFACCIÓN DE TU EQUIPO
A TRAVÉS DE NUESTRAS MEMBRESIAS
CORPORATIVAS**



**MEMBRESÍA PARA
+20 PERSONAS**

 @SPATIUMWORLD
 WWW.SPATIUM.WORK
 849-282-5765
 VENTAS@SPATIUMGROUP.COM



Santo
Domingo
Motors

QX50



Descubre la serenidad y el poder de un motor 2.0 VC-Turbo de 268Hp, con sistema de manejo personalizable. En un vehículo diseñado, por dentro y por fuera, para romper las reglas establecidas de lo cotidiano.

#LuxuryShouldBeLivedIn



InfinitiRD | infiniti.com.do



INFINITI

LOS DOMINICANOS SON EL FINAL

Desde que llegamos al país nos dimos cuenta de kkk con los dominicanos.

Somos parte de UNA RED de personas que brillan más que el sol de las 12, iluminando al país y a veces al mundo entero.

Aunque somos más conocidos por playas y peloteros, los dominicanos también somos **innovación, flow y persistencia**.

Cuando tenemos las herramientas correctas **le demostramos a cualquiera porqué somos el final**.

Al Horford
Primer dominicano
en una final NBA

Visítanos o llámanos

809.859.6555

altice.com.do



Altice Dominicana



@AlticeDo

altice
La red global
de los dominicanos