

# FACTOR DE ÉXITO

¡La clave está en la diferenciación!

REPÚBLICA DOMINICANA   
ISSN 2520 - 0100

**Eduardo Valcárcel**  
Managing partner

**Yerenna Álvarez**  
Directora de Cuentas

**Alejandra Marcano**  
Directora financiera

**Fernando Martínez**  
Vicepresidente

**Luis Rubio**  
Director de Cuentas

**Newlink es transformación  
e innovación con propósito compartido**

**Innovación tecnológica, impulso al emprendimiento**

■ **Darwin Castillo**

Presidente de la Cámara TIC

**La tecnología como motor de cambio para un futuro digital en la República Dominicana**

■ **Jonathan Bournigal Read**

Fundador & Socio Gestor en Carabela Search & Management.

**Compromiso social e innovación impulsan el éxito Empresarial**

■ **Arlette Palacio**

Co-Directora, Club de Innovación RD

■ **Sarah de la Cruz**

Co-Directora, Club de Innovación RD

**La tecnología es el puente hacia un mundo sostenible**

Gefe de Éxito

■ **Manuel A. Grullón Hernández**

Vicepresidente del Consejo de Administración del BPD  
Presidente y Fundador de GCS International

**Innovar con propósito: la clave del éxito en la inclusión financiera**



# Ponemos el corazón en el crecimiento de nuestra gente



Descubre lo que hay  
detrás de esta celebración.

¡Pon el corazón y canta con nosotros!





IT'S TIME  
STEP INTO TRUE LUXURY



CADILLAC ESCALADE



CADILLAC XT4



CADILLAC

## **Tecnología**, impulso clave para el talento humano que emprende con coraje

Las iniciativas tecnológicas promueven el emprendimiento y transforman el panorama social y económico con oportunidades innovadoras en el país.

**E**n la República Dominicana, las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) representan el 85.9% de los establecimientos comerciales, según datos recientes del Banco Central. Este sector no solo es un pilar fundamental para la economía nacional, sino que también es motor de oportunidades para el empleo y la innovación. En este contexto, la tecnología se ha convertido en un aliado clave para mejorar procesos, diversificar productos y servicios, y posicionar al país en un mercado cada vez más competitivo y globalizado.

La innovación tecnológica se presenta como el gran catalizador del cambio en nuestra sociedad. Más que una herramienta, es un puente que conecta los retos del presente con las posibilidades del futuro, permitiendo a emprendedores cerrar brechas y convertir desafíos en oportunidades. Este ecosistema de cambio ha permitido que iniciativas en la República Dominicana se destaquen tanto en su impacto social como en su contribución económica.

El emprendimiento en el país no es solo una actividad comercial, sino una forma de abordar los desafíos con creatividad y compromiso. Los emprendedores, desde su capacidad de observación y sensibilidad, son agentes de transformación. Cada carencia detectada puede convertirse en una oportunidad para innovar y generar soluciones que impacten positivamente a las comunidades.

Además, es evidente la fortaleza de las mujeres en el ecosistema emprendedor nacional. Su participación no solo dinamiza el desarrollo económico, sino que refuerza los lazos sociales y fomenta un crecimiento más inclusivo. Estas acciones transforman realidades y promueven una visión más amplia del progreso.

En esta edición de Factor de Éxito República Dominicana, celebramos esas historias de emprendedores que, con determinación y creatividad, están transformando la vida de los dominicanos. Destacamos las iniciativas tecnológicas que no solo mejoran la calidad de vida, sino que posicionan al país como un referente en la región del Caribe.

Nuestro llamado es claro: aprovechemos el potencial de la innovación para construir juntos un futuro más sostenible, equitativo y prometedor. Emprender es, al final, una capacidad de acción que puede aplicarse tanto a resolver problemas cotidianos como a enfrentar desafíos más complejos.

*Isabel Cristina*  
Directora Ejecutiva



Celebramos la **energía** de nuestra gente



25  
ANIVERSARIO

Conmemoramos 25 años de crecimiento y transformación  
para potenciar con energía sostenible el bienestar nacional

 **EGE HAINA**

# contenido

pág. portada  
12

**NI Newlink**  
Connection makers



Transformación e innovación con propósito compartido

pág. interview  
18

Tecnología al servicio de la ciudadanía dominicana en la era digital



**Bartolomé Pujals**

Director general de la Oficina Gubernamental de Tecnologías de la Información y Comunicaciones, OGTIC.

pág. interview  
22

Innovación y tecnología al servicio de la comunicación efectiva



**Heidi Matos**

Gerente General de Mix Comunicaciones

pág. interview  
30

La permanencia de una empresa se soporta en su capacidad de innovar



**Diego Torres**

Miembro del Consejo Asesor del Club de Innovación RD

pág. interview  
34

La creatividad y tecnología hiper personalizada son clave en cada solución de PrintTech



**Carlos H. Brandt**

Strategic Advisor en PrintTech

pág. interview  
38

Proyes ofrece eventos de calidad que dejan un impacto positivo en el entorno



**Edith Smester**

Presidenta de Proyes

pág. interview  
42

Idecus apunta al liderazgo en consultoría digital y optimización de procesos



**Gabriel Brens**

Socio fundador y actual CEO de Idecus SRL

pág. GENTE DE ÉXITO  
54

Innovar con propósito: la clave del éxito en la inclusión financiera



**Manuel A. Grullón Hernández**

Vicepresidente del Consejo de Administración del BPD  
Presidente y Fundador de GCS Internacional

# directorío

Revista Factor de Éxito República Dominicana  
Número 65, Año 8

**Directora ejecutiva:**  
Isabel Cristina Rolo Figueroa

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

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

**Director de arte:**  
Héctor Rolo Pinto

**Directora de mercadeo:**  
Arianna Rolo

**Coordinadora de comunicaciones:**  
Eidrix Polanco

**Redacción:**  
Isamar Febres

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

**Directora de negocios:**  
María Concepción Romero

**Asesor comercial:**  
Rosely Matos

**Secretaria administrativa:**  
Eimy Pimentel

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

**Web master:**  
Juan Rebolledo

**Digital marketing manager:**  
Jacqueline León

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

**Portada:**  
Newlink Dominicana

**Articlistas de esta edición:**  
Wanda Montero  
Alex Visic  
David González  
Gabriel Montiel Toro  
Yermis Peña

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

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

📷 **Instagram:** @RevistaFactordeExito

✂ **Twitter:** @RevistaFDE

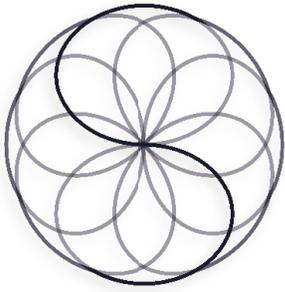
📘 **Facebook:** Revista Factor de Éxito

🌐 **LinkedIn:** Revista Factor de Éxito

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

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

## Cuidado integral



SCAPE

**S**cape Wellness, empresa que ofrece servicios de masajes a domicilio, organizó un evento exclusivo que reunió a destacados ejecutivos de empresas como Amadita, Banco Popular, Banco BHD y CNN. El evento, "Revolución del Bienestar," fue un espacio para discutir las nuevas tendencias en bienestar, donde se concluyó que

la personalización e innovación juegan un rol importante en la gestión humana y cómo los masajes impulsan la productividad en el entorno laboral.

"El masaje, más que un lujo, es una necesidad", expresó Daniela López, Country Manager de Scape. También destacó cómo los masajes, se han convertido en una herramienta esencial para mantener el equilibrio físico y mental de los colaboradores.

Entre los beneficios están, la reducción del estrés, la disminución del dolor y la tensión muscular, el aumento de la relajación y el fortalecimiento del sistema inmunológico. "Queremos que nuestros clientes experimenten estos beneficios desde la comodidad de su hogar; eliminando la necesidad de

desplazarse y maximizando el tiempo de relajación", finalizó López.

Scape Wellness brinda una amplia variedad de masajes para satisfacer diferentes necesidades: relajantes, deportivos, de tejido profundo y prenatales tanto individual como en pareja. Además, ofrece tratamientos faciales para revitalizar la piel, que combinan varios servicios para una experiencia de bienestar integral, adaptándose a los gustos y necesidades de cada usuario.

Con esta iniciativa, Scape Wellness continúa su compromiso de promover el bienestar en la República Dominicana, liderando una conversación sobre la importancia de los masajes como herramienta de bienestar en la vida diaria y en el entorno laboral.

## Innovación en transporte

**E**asy Rental, innovadora empresa de transporte, creada por la pareja de esposos Melanie Toribio y Daniel Vásquez, quienes suman más de 20 años de experiencia en multinacionales tales como Cervecería Nacional Dominicana y Nestlé.

Inspirados por el deseo de transformar el mercado de transporte en República Dominicana, Melanie y Daniel decidieron emprender y unir su visión y habilidades para ofrecer un servicio único que combina tecnología, rapidez y confiabilidad.

En el núcleo de Easy Rental está su plataforma digital, diseñada para facilitar la gestión de reservas en tiempo real y ofrecer una experiencia personalizada e intuitiva. A través de esta herramienta, los clientes pueden acceder fácilmente a servicios de renta de vehículos, transporte para grupos y traslados VIP.



Esta plataforma no solo permite que los usuarios gestionen sus necesidades de transporte desde cualquier dispositivo, sino que también establece un nuevo estándar en términos de eficiencia y accesibilidad, con un tiempo de entrega de vehículos en solo 15 minutos.

Easy Rental abarca tres segmentos principales: renta de vehículos, transporte para grupos y traslados VIP. Esta diversidad de servicios y el enfoque en tecnología permiten a la empresa atender a una amplia gama de clientes, desde turistas hasta grandes corporaciones, posicionándose como líder en soluciones de movilidad.

Bajo el liderazgo de Melanie y Daniel, Easy Rental no solo responde a las necesidades del mercado actual, sino que marca el camino hacia el futuro del transporte en República Dominicana, impulsando la industria con una combinación de innovación, experiencia y compromiso con el cliente.

**easyrental**  
LO HACEMOS FÁCIL

## “The Besties’ Club”

**Y**azmin Yeara, mejor conocida como Yaz Yeara, logró reunir a cientos de seguidoras en la primera edición de “The Besties’ Club LIVE”, logrando tres episodios cargados de risas, aprendizaje e invitadas especiales.

El evento contó con la participación de Marcelle de Moya, Nicole Marie, María Boyero, Stephany Liriano, Pamela Sued, Xiomara Alcántara y la influencer colombiana Marcela García, con quienes las seguidoras interactuaron y vivieron una experiencia única e inolvidable, bajo la producción de Otra Vaina, a cargo de Francesca Izquierdo.

El primer episodio, titulado “Friendship, lo que pasamos con las amigas” contó con la participación de Marcelle de Moya, Nicole Marie, María Boyero y Stephany Liriano con las cuales Yaz conversó sobre la importancia de las amistades, momentos divertidos entre amigas y lugares para hacer amistades.



Para el segundo episodio, Yaz se hizo acompañar de la comunicadora Pamela Sued y Xiomara Alcántara, madre de Yaz Yeara. Con ellas trató el tema “Lo que vivimos las mujeres”, aquí abordaron diferentes tópicos sobre cómo afrontar los momentos difíciles con buena cara.

El tercer episodio de la noche fue junto a la influencer colombiana Marcela García, quien abrió su corazón y contó todo su trayecto para llegar hasta donde está, hablando sobre el trastorno alimenticio que pasó, la

ansiedad, su propia aceptación, la importancia de la disciplina, su vida en pareja y como madre.

Durante el podcast, Marcela adelantó que antes de que finalice el año espera lanzar junto a su hermano un nuevo proyecto con el cual desea continuar inspirando a los demás a cumplir sus sueños. Al final las presentes también pudieron hacerles sus preguntas a Marcela.



## Empoderamiento financiero

**E**n República Dominicana, las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) generan más de dos millones de empleos, con un 59.2% lideradas por mujeres. Estas empresas, concentradas en zonas urbanas y en los sectores de comercio y servicios, representan el 22% de la cartera crediticia del sistema financiero. Para impulsar el acceso a financiamiento de las mujeres empresarias, se ha implementado el Código de Financiamiento para



Mujeres Empresarias. Esta iniciativa, la primera en Latinoamérica, fue lanzada en noviembre de 2023 en colaboración con bancos, la Asociación de Bancos Comerciales de la República Dominicana (ABA) y BID Invest, con el objetivo de promover el uso de datos desagregados por



género. La falta de estos datos ha sido un obstáculo clave para mejorar el acceso a financiamiento para empresas lideradas por mujeres.

Agora Partnerships, BID Lab y We-Fi también participan en el proyecto, involucrando a actores financieros innovadores como fintechs, fondos de capital privado, inversionistas ángel y microfinancieras. Un informe del BID resalta que las mujeres enfrentan barreras de acceso a crédito, tanto personal como empresarial, lo que genera una brecha de género que limita el crecimiento económico y la eficiencia en la asignación de recursos.

El Código tiene como objetivos adaptar la recolección de datos



al contexto local, coordinar la documentación y presentación de informes, y verificar los compromisos del sector financiero para fomentar mayores oportunidades de financiamiento para mujeres empresarias. Este programa beneficia a fintechs, microfinancieras, cooperativas e inversionistas interesados en fomentar la inclusión financiera de mujeres en República Dominicana. Participar en El Código permitirá a las organizaciones mejorar su recopilación de datos y contribuir a una mayor equidad en el ecosistema financiero local.

### FUENTE

• Informe del BID, Brecha de género en el acceso al financiamiento en Centroamérica y República Dominicana publicado en marzo 2021,

• <https://aba.org.do/liderazgo-y-productividad/de-genero-banca-y-oportunidades-dia-internacional-de-la-mujer/>

• <https://idbinvest.org/es/medios-y-prensa/bid-invest-y-banco-bhd-impulsan-las-mipymes-lideradas-por-mujeres-en-republica-dominicana>

• [https://dominicanrepublic.un.org/sites/default/files/2020-07/INFORME\\_Encuesta\\_Mipymes\\_PNUDMICM\\_17\\_6\\_2020-comprimido.pdf](https://dominicanrepublic.un.org/sites/default/files/2020-07/INFORME_Encuesta_Mipymes_PNUDMICM_17_6_2020-comprimido.pdf)

• [https://sb.gob.do/media/2zefoxmq/informe-mipymes-2023-en-el-sistema-financiero\\_preliminar.pdf](https://sb.gob.do/media/2zefoxmq/informe-mipymes-2023-en-el-sistema-financiero_preliminar.pdf)

## Legado inspirador



**P**etronila Polanco celebra diez años de trayectoria en el ámbito de las relaciones públicas en República Dominicana, destacamos su rol como estratega de Comunicaciones. Con estudios en Comunicación Social en la UASD y especializaciones en Comunicación Corporativa y Política en Madrid, esta joven comunicadora ha construido una carrera enfocada en el posicionamiento de figuras políticas, profesionales de la salud y talentos del entretenimiento.

Su trabajo se caracteriza por su dedicación en construir relaciones sólidas y auténticas, que no solo generan visibilidad, sino que promueven la confianza y la autenticidad en cada proyecto.

Su incursión en este sector inició al colaborar en un festival de cine, y su entusiasmo creció al ver el impacto de una comunicación efectiva y estratégica. A lo largo de su carrera, ha descubierto que el éxito de un profesional en relaciones públicas radica en equilibrar la proyección del cliente y la integridad de su mensaje. Este desafío, aunque complejo, define la esencia de su labor: encontrar y proyectar una voz genuina que se traduzca en resultados sólidos.

Para Polanco, uno de los logros más significativos es ver a sus clientes prosperar y abordar temas de relevancia social, como en el caso de los profesionales de la salud mental. Además, reconoce que en el ámbito político, una comunicación honesta es clave para la credibilidad y la buena percepción pública.

Su mensaje para las nuevas generaciones es claro: emprender en relaciones públicas requiere creatividad, compromiso y respeto por la profesión. Petronila Polanco continúa su misión de impulsar y posicionar talentos, construyendo un legado que inspira a otros a través de la comunicación auténtica.



Oficinas físicas y virtuales a la medida de tus necesidades

**En el mejor centro corporativo del país**



809.542.2462



@smartoffcenter

## Excelencia corporativa

**P**IZZOLANTE resultó seleccionada como “Consultora del Año para América Latina” en la categoría “Otros Mercados” durante los Latin American SABRE Awards, ceremonia organizada por Provoke Media y llevada a cabo este año en la ciudad de São Paulo, Brasil, junto a ABRACOM, la Asociación Brasileña de Firmas de Comunicación.

Este galardón reconoce la trayectoria y resultados de negocio de PIZZOLANTE como firma de vanguardia, cuya tenacidad la ha llevado a crecer y expandirse por la región en sus casi 50 años de fundada. Hoy, PIZZOLANTE mantiene operaciones, clientes y acuerdos de cooperación en varios países de la región.

“Me enorgullece ver como la gestión que hemos impulsado en PIZZOLANTE, nos ha hecho merecedores, en los últimos 5 años, de estar dos veces como finalistas y dos veces ganadores de este prestigioso galardón. Nuestra aproximación de servicio, metodologías probadas, experiencia y conocimiento del entorno regional, nos han permitido profundizar en las necesidades del mercado y sostener relaciones de alto valor para con nuestros clientes” Afirmó Thony Da Silva, CEO y Managing Partner de la firma.

Luego haber sido Fundada en Venezuela en 1976 por Italo Pizzolante, la firma no solo se consolidó como la firma líder para el mercado venezolano, sino que muy tempranamente se expandió a la región con su oferta de valor, alcanzando rápidamente la posibilidad de



trabajar con grandes empresas multinacionales, muchas de ellas parte del Fortune 500, en Estados Unidos, Europa y América Latina.

PIZZOLANTE presta servicios de consultoría en estrategia corporativa, negocios y comunicación empresarial a través de un portafolio de soluciones que incluye: Gestión de Reputación, Alineación y Planificación Estratégica, Identidad y Cultura Organizacional, Asuntos Públicos, Gestión de Riesgos y Manejo de Crisis, Sostenibilidad y RSE, Comunicación Corporativa, Digital y Capacitación de Altos Cuadros de Mando entre otros ámbitos.

“Somos un equipo multidisciplinario dedicado, tal como lo indica nuestro

propósito, a inspirar personas, impulsar empresas y fortalecer instituciones para contribuir al progreso sostenible que promueva un futuro de bienestar para todos, trabajamos con pasión por lo que hacemos, y orgullosos de los importantes hitos que hemos alcanzado en casi 50 años de historia” comenta Italo Pizzolante, Founding Partner de la firma.

La selección de “Consultoras del Año en América Latina 2024” son el resultado de un exhaustivo proceso de investigación y evaluación realizado por Provoke Media (antes Holmes Report), que incluyó numerosas postulaciones por parte de las más importantes firmas consultoras de Estados Unidos, Europa y América Latina que operan en toda la región.

## Retos económicos

Expertos del ámbito económico analizaron los retos y oportunidades de República Dominicana para 2024 y 2025 en la conferencia “Inteligencia Económica: Con o sin reformas, los negocios cambiarán de forma”, organizada por Ecoanalítica y C2S Consulting. Se discutió la insostenibilidad financiera de las Empresas Distribuidoras de Electricidad (EDES), destacada por Richard Medina, quien señaló el aumento en la generación energética desde 2019 gracias al gas natural y el carbón. Sin embargo, advirtió que las pérdidas del sector eléctrico exigen una reforma estructural, incrementos tarifarios del 22 % o subsidios anuales de US\$602 millones.

Bernardo Fuentes, del Banco BHD, abordó la estabilidad económica del país frente a un

panorama global complejo, con precios de materias primas estables que alivian la presión económica. Proyectó un crecimiento moderado del PIB para 2024 y 2025, aunque con posibles aumentos de inflación y reducciones de tasas de interés de hasta 3%. Por su parte, Magín Díaz, de la PUCMM, subrayó el impacto negativo de la falta de una reforma fiscal integral, con una deuda pública en aumento de US\$5,000 millones anuales, lo que limita la inversión en infraestructura y el crecimiento a largo plazo.

Jesús Hernández, gerente general de C2S Consulting RD y Ecuador, presentó el enfoque EcoTech, desarrollado junto a Ecoanalítica. Este concepto integra información operativa y económica con tecnología avanzada, fortaleciendo las capacidades organizacionales

para el análisis y la toma de decisiones de negocio. Hernández destacó el privilegio de colaborar con reconocidos economistas dominicanos en esta iniciativa.

Alejandro Grisanti, de Ecoanalítica, ofreció una visión global destacando los efectos de la caída en los precios del petróleo y las implicaciones de un dólar fuerte en América Latina. También alertó sobre posibles cambios en el comercio e inversiones por una reelección de Donald Trump en EE.UU.



## Futuro empresarial

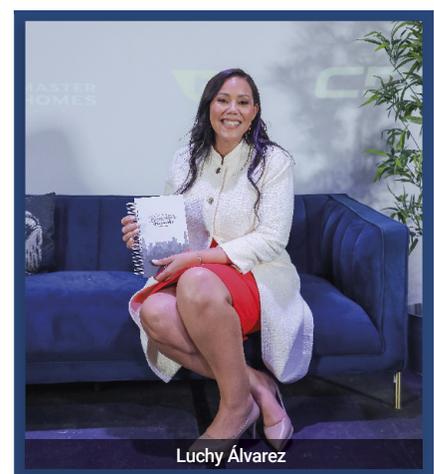
En el marco de la Semana Global de Emprendimiento, el evento Innovación Empresarial: Herramientas y Mentalidad para Innovar se posicionó como un pilar en el impulso de estrategias empresariales sostenibles y adaptadas a los desafíos del siglo XXI. Esta cuarta edición, liderada por Luchy Álvarez, reunió a visionarios del ámbito empresarial, consolidando su lugar como referencia en el ecosistema emprendedor dominicano.

El evento destacó por su diversidad de perspectivas, con ponencias de expertos como Simón Genao, líder en transformación e innovación; Nancy De Oleo, reconocida asesora empresarial; y Rossy Cuesta, coach especializada en desarrollo personal. Además, los asistentes disfrutaron de experiencias inmersivas

organizadas por el Instituto Tecnológico de las Américas (ITLA), como simulaciones de realidad virtual y exhibiciones multimedia.

Un punto clave fue la presentación de la Agenda 2025, una guía práctica que integra herramientas innovadoras para la gestión financiera personal y empresarial. Este lanzamiento, respaldado por aliados estratégicos como la Asociación Cibao y Laboratorios Mallén, destacó la relevancia de la planificación en un entorno competitivo y en constante cambio.

La exposición de productos innovadores, incluyendo los de la firma Jadys Pérez, enriqueció la experiencia, mientras que el networking permitió a los asistentes conectar con líderes del sector.



Innovación Empresarial 2024 no solo celebró la creatividad y el liderazgo, sino que marcó el inicio de un movimiento transformador para la economía dominicana, demostrando que el futuro de los negocios se construye con visión, colaboración y tecnología.

## Transformación e innovación con propósito compartido

La empresa impulsa el cambio en las organizaciones a través del pensamiento orbital y la tecnología, generando impacto social y económico.



Fernando Martínez, vicepresidente; Alejandra Marcano, directora financiera; Eduardo Valcárcel, managing partner; Yerenna Álvarez, directora de Cuentas y Luis Rubio, director de Cuentas.

Con dos décadas de liderazgo en la consultoría en comunicación estratégica, Newlink Dominicana se ha consolidado como una fuerza transformadora en la República Dominicana. Con un enfoque claro en la innovación tecnológica y el compromiso con el desarrollo social, la empresa se dedica a generar un impacto positivo que trasciende a sus clientes y alcanza a la comunidad en general.

Su modelo de operación se basa en el "Pensamiento Orbital", una metodología diseñada para comprender y atender las realidades organizacionales desde una perspectiva integral, lo cual permite no solo resolver los desafíos específicos de cada cliente, sino también fortalecer su impacto a nivel social, económico e institucional.

Desde su fundación, Newlink Dominicana ha evolucionado de ofrecer unos pocos servicios a construir una estructura robusta y diversa, con unidades estratégicas que incluyen Data Intelligence, Transformación Cultural, Marketing Experiencial y Asuntos Públicos. Esta diversidad de servicios es un reflejo de su visión expansiva y del espíritu de innovación que caracteriza a la firma.

Además, en su compromiso con un enfoque humano y personalizado, esta compañía ha creado un equipo dedicado a la comunicación interna y cultura organizacional, en colaboración con Both People & Comms en España, para apoyar a sus clientes en la gestión de sus equipos y en la creación de una robusta cultura corporativa y unificada.

Una de las claves del éxito de Newlink ha sido la construcción de un "Propósito Compartido" con sus clientes, a quienes considera aliados. Este enfoque de colaboración continua permite a la firma no solo acompañar a las organizaciones en la consecución de sus objetivos, sino también identificar y potenciar las sinergias que estos tienen con su entorno.

Proyectos como "Emprendamos Juntos con Coca-Cola", y en colaboración con el Ministerio de Industria, Comercio y Mipymes (MICM), han sido ejemplo de esta visión, logrando transformar miles de negocios en el país y recibiendo reconocimientos por su impacto social. De igual forma, iniciativas como el programa "Plan Barrio" de Maggi, en el que se capacita a mujeres en situación de vulnerabilidad, evidencian cómo Newlink Dominicana trabaja para crear un impacto sostenible a nivel comunitario.

En un mundo donde la tecnología y la hiperconectividad demandan rapidez y flexibilidad, Newlink Dominicana ha sabido adaptar sus estrategias a esta nueva realidad, permitiendo que sus clientes naveguen los desafíos de un mercado globalizado. Su enfoque en la tecnología, apoyado por unidades como Insights y Data Intelligence, y próximamente una unidad de inteligencia artificial, asegura que las soluciones propuestas sean fundamentadas en datos y en una visión precisa del contexto. Sin embargo, la firma de consultoría en comunicación estratégica no pierde de vista la importancia de los valores humanos; la tecnología es vista como una herramienta que potencia el talento y la experiencia de su equipo, elementos esenciales para entregar soluciones de alto valor que trascienden a la comunicación.

Al frente de Newlink está Eduardo Valcárcel, un profesional con más de treinta años de experiencia en telecomunicaciones, publicidad y consultoría. En

su rol como consultor, ha sido un pilar en el crecimiento de la firma, impulsando una cultura de innovación, compromiso y responsabilidad social que permea todas sus operaciones. Su enfoque en el desarrollo sostenible y su capacidad para crear conexiones significativas han hecho que Newlink se convierta en "The Engagement Company" de la República Dominicana, una consultora comprometida con el éxito de sus aliados y con el bienestar del país.

**En sus 20 años, ¿cómo ha logrado Newlink Dominicana crear conexiones de valor que transformen no solo a sus clientes, sino también a su entorno?**

*Si bien ha habido muchas innovaciones en el camino, el desarrollo de metodologías propias y la inclusión de numerosas herramientas tecnológicas, desde el principio en Newlink Dominicana ha primado un espíritu de verdadero acompañamiento a los clientes, al punto de que hace mucho que dejamos de llamarlos de ese modo y han pasado a convertirse en nuestros aliados. Justamente porque hemos hecho nuestros sus retos y metas, nos hemos definido como "The Engagement Company" de la República Dominicana. La verdad es que nos apasiona nuestro trabajo, y si se abren oportunidades para desarrollarlo, ¿por qué no aprovecharlas? Es lo que hemos hecho. Así, en el camino, hemos creado fortísimas conexiones con nuestros aliados y en torno a ellos. De esta manera, potenciamos aún más esos nexos, con lo cual se genera un mayor impacto económico, institucional y social.*

**¿Cómo aplica Newlink Dominicana su metodología de Estrategia Orbital en la práctica, y cómo ha beneficiado a sus clientes en términos de resultados concretos?**

*La Estrategia Orbital es una metodología que utilizamos en*

*todas las sedes del grupo Newlink en Estados Unidos, México, España, Chile, Argentina, Perú y República Dominicana. Parte de una auténtica mirada de conjunto.*

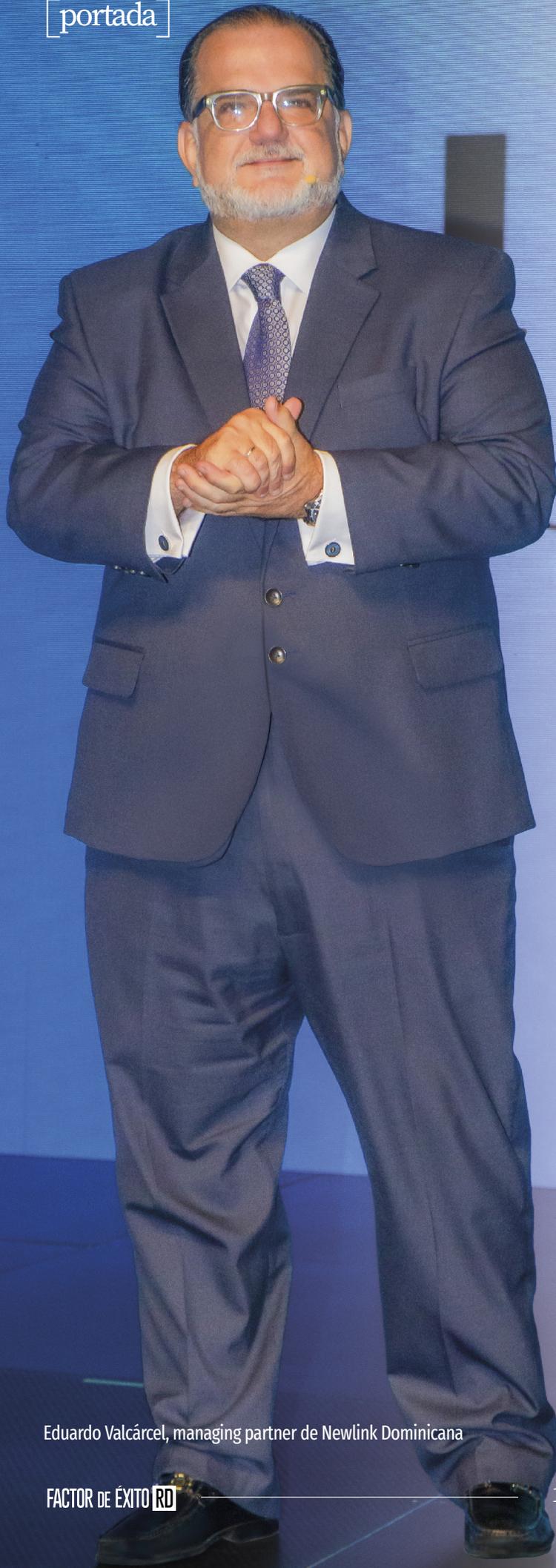
*Gracias a este enfoque, nuestros aliados han ganado una mejor comprensión de su realidad, un entendimiento mayor de los actores que intervienen en su funcionamiento, redefinición de sus objetivos, líneas de comunicación coherentes y cohesionadoras y, muy importante, nuevas estrategias para el corto, mediano y largo plazo. Podemos afirmar que nuestros aliados adquirieron una conciencia mayor respecto a su alcance en su industria, los mercados donde intervienen y la sociedad.*

**El concepto de Propósito Compartido es clave en su filosofía. ¿Podría compartir algún ejemplo donde este enfoque haya tenido un impacto transformador para una organización o comunidad?**

**Podemos mencionar varios casos:**

*En el caso de "Emprendamos Juntos con Coca-Cola", se desplegó un plan integral que implicaba el establecimiento de alianzas estratégicas con actores clave de los sectores público y privado, como el Ministerio de Industria, Comercio y Mipymes (MICM), universidades y actores bancarios. Así se logró una sinergia, una comunicación centralizada y diseñada para el público objetivo desde los medios, lo cual dio un sello de credibilidad a la iniciativa, con encuentros híbridos para mantener la cercanía con los participantes y la ruta de graduaciones. Todos estos factores resultaron claves para el éxito de una iniciativa que transformó más de diez mil pequeños negocios en el territorio nacional.*

*Asimismo, participamos en el programa "Plan Barrio", con el que Nestlé Dominicana capacita a miles de mujeres de sectores vulnerables para ofrecerles microcréditos y formación*



*(orientación en negocios, asesorías y talleres nutricionales) con el fin de aumentar sus ingresos.*

*Estos dos proyectos nos merecieron premios Effie por su impacto social. Prontamente volveremos a unir fuerzas con Coca-Cola y el MICM para avanzar en una nueva iniciativa destinada a generar prosperidad y empoderamiento al importante sector de los colmaderos. Nuestro objetivo es que nuestras operaciones sigan generando un propósito compartido que incida en el desarrollo del país.*

**¿Qué cifras o datos clave pueden destacar que reflejen el crecimiento de Newlink y su impacto en la República Dominicana durante estos 20 años?**

*De un par de servicios ofrecidos inicialmente, hoy contamos con unidades estratégicas de Insights, Data Intelligence, Marketing Experiencial, Transformación Cultural, Digital, Media Watch, Asuntos Públicos, Contenido y Medios. Además, contamos con los servicios de un Creative Center of Excellence y de la firma Both People & Comms (especializada en comunicación interna y cultura organizacional), que apoyan a las distintas sedes del grupo Newlink.*

*De un puñado de empleados, hoy rondamos el centenar de colaboradores y contamos con una amplia cartera de clientes que permanecen con nosotros tras cinco, diez y hasta trece años de servicio.*

**La hiperconexión ha redefinido la comunicación. ¿Cómo ha adaptado Newlink Dominicana sus estrategias para ayudar a sus clientes a navegar este nuevo contexto global?**

Partiendo de nuestra metodología de Pensamiento Orbital, que examina la realidad de las operaciones y las comunicaciones de una organización en toda su complejidad, hemos podido adaptar estrategias y planes que se ajustan a las particularidades del plano mediático nacional, las comunidades digitales y el relacionamiento con stakeholders clave, incluyendo sus públicos internos.

Hay que tener una gran capacidad de adaptación, sí, eso es evidente. Pero lo que se suele desestimar es que sin mensajes coherentes y estratégicos, en definitiva, todo lo demás flaquea. Parte de nuestro éxito en 20 años es, pues, entender y atender con sumo cuidado ese singular gran detalle.

**¿Qué rol ha jugado la cultura organizacional de Newlink Dominicana en su capacidad para descubrir y potenciar los intereses comunes de sus clientes y actores clave?**

La cultura organizacional ha sido clave para Newlink Dominicana, porque la hemos cuidado siempre desde lo más inmediato: nosotros mismos. Elementos como la reputación interna, el engagement, la inclusión, el trabajo intergeneracional, los espacios de participación y la innovación como valor, entre otros, han sido decisivos para nosotros y forman parte de nuestro éxito.

Hemos logrado recabar una experiencia propia valiosa que ahora se vierte en la Unidad de Transformación Cultural. Con este "hub" especializado, queremos ayudar a nuestros aliados a gestionar de la mejor manera los cambios, que siempre van a darse y que conllevan redefiniciones en el modo de operar, cuando no

forman parte de las propias metas y objetivos de la organización.

Adicionalmente, contamos con el apoyo de Both People & Comms, radicada en España y que pasó a ser parte del grupo Newlink. Esta firma cuenta con más de 20 años asesorando a grandes organizaciones a ambos lados del Atlántico en materia de comunicación interna y cultura organizacional. Un ejemplo de su experiencia fue el acoplamiento cultural tras la fusión entre los bancos centenarios españoles CaixaBank y Bankia, con más de 20 mil empleados. Ese know-how ahora está disponible para las organizaciones en República Dominicana.

**¿Cuál ha sido el mayor desafío que han enfrentado al implementar el Pensamiento Orbital en un proyecto, y cómo lo han superado?**

Una de las contrariedades que pueden darse al principio de un proceso orbital es cierto desajuste en la visión que una organización tiene sobre sí misma o sobre cómo cree que los demás la ven. A veces, estas discrepancias pueden ser muy severas; otras veces, se trata más bien de un exceso de optimismo. Nos corresponde, entonces, guiar a las empresas y a sus líderes con mucho profesionalismo, entender las razones de esas asimetrías en la percepción e indagar en la realidad de su entorno. No siempre son procesos fáciles, pero sí son procesos muy enriquecedores, para ambas partes.

**En un entorno empresarial tan dinámico, ¿cómo ha equilibrado Newlink la adopción de nuevas tecnologías con la preservación de los valores humanos en sus soluciones estratégicas?**

Así como lo estratégico ha sido la base para nosotros en el área de la comunicación, de la que luego derivan aplicaciones, formatos y públicos; en relación con la tecnología siempre ha primado el componente humano como centro de todo lo que hacemos. La tecnología es una herramienta que nos permite aprovechar mejor y ampliar el alcance de nuestro talento, tacto, criterio, experiencias y estrategias. Todos son elementos humanos que han sido la base de nuestras operaciones en estos 20 años. Ahora bien, también sabemos el potencial que tiene la tecnología y también apostamos por ella. De hecho, en Newlink Dominicana, además de contar con una robusta unidad dedicada a analizar insights y data intelligence, estamos integrando un equipo para trabajar exclusivamente innovación con inteligencia artificial con el objetivo no solo de fortalecer nuestro trabajo a lo interno, sino también de dar soporte a las operaciones del grupo Newlink en los otros países.

**Mirando hacia el futuro, ¿cómo planea Newlink Dominicana seguir transformando su entorno y sus clientes, manteniendo la filosofía del Propósito Compartido y el Pensamiento Orbital como pilares de su éxito?**

Newlink Dominicana va a seguir adelante con ese espíritu de buscar que sus operaciones generen bienestar no solo para sí misma, sino para amplios sectores de la República Dominicana. Una sociedad más sólida y justa derivará en organizaciones más exitosas. Nuestra apuesta es, por tanto, hacia la República Dominicana en su conjunto; por algo somos "The Engagement Company" del país.



*Nuestro Pensamiento Orbital seguirá nutriéndose de otros desarrollos, propios y externos, porque la innovación está muy presente en nosotros, tal como nos lo demanda nuestra esencia y una realidad siempre en constante cambio, o como siempre decimos, en “update permanente”. Avanzaremos todavía más en la dirección que por 20 años hemos labrado: hacernos cada vez más ese compañero estratégico de nuestros aliados, capaz de explorar nuevos territorios y de juntar lo mejor de su talento para abrir nuevas posibilidades de crecimiento para quienes confían en nosotros. Somos y seremos una firma consultora inquieta y movida por el bienestar de nuestra gente y del país.*



## Impacto global

Newlink Group se ha posicionado como un referente internacional en comunicación estratégica y consultoría, extendiendo su enfoque innovador y colaborativo a diversos mercados fuera de la República Dominicana. Con oficinas en Miami y presencia en Latinoamérica y Europa, la empresa lleva su metodología de Pensamiento Orbital a cada proyecto, adaptándola a las necesidades y realidades locales de cada país. Esta expansión no solo amplía su alcance, sino que también permite a Newlink exportar su compromiso con el desarrollo sostenible y la innovación, demostrando cómo una firma puede liderar en un entorno global en constante evolución.

ENERO  
**2025**

EDICIÓN #67  
REPÚBLICA DOMINICANA



# EL FUTURO FINANCIERO

## Navegando la Economía 2025

Analizaremos las perspectivas económicas de República Dominicana para 2025, proyecciones de crecimiento, empleo y estrategias empresariales. Exploraremos innovaciones fintech en el sector bancario, sus implicaciones para la inclusión financiera y competitividad. Incluiremos la evolución y perspectivas del mercado de valores dominicano.

**Sea parte del diálogo que está moldeando el futuro financiero del país.**

**¡Reserve su espacio en esta edición!**

# FACTOR DE ÉXITO

*¡La clave está en la diferenciación!*

Más información:



# Bartolomé Pujals

Director general de la Oficina Gubernamental de Tecnologías de la Información y Comunicaciones, OGTIC.

## Tecnología al servicio de la ciudadanía dominicana en la era digital

- Impulsa un cambio integral en el sector público, fortaleciendo la digitalización y empoderando a los ciudadanos con tecnología accesible y eficiente.



**B**artolomé Pujals, director ejecutivo del Gabinete de Innovación y director general de la Oficina Gubernamental de Tecnologías de la Información y Comunicación (OGTIC), se ha consolidado como un líder en la transformación digital de la administración pública dominicana. Con una sólida experiencia en el ámbito legal y administrativo, Pujals ha aprovechado su formación para impulsar proyectos de innovación tecnológica que benefician directamente a los ciudadanos, reduciendo la burocracia y facilitando el acceso a servicios públicos.

Bajo su dirección, la OGTIC ha lanzado importantes iniciativas como Soy Yo RD, Mi Carpeta Ciudadana, una aplicación que permite a los ciudadanos gestionar sus documentos de manera rápida y segura, y la Firma Digital Gubernamental, que ahorra tiempo y recursos al simplificar procesos administrativos. Ambas herramientas fortalecen la transparencia y el control ciudadano sobre sus datos, alineándose con el objetivo de Pujals de construir un gobierno más eficiente y accesible.

Además, la Estrategia de Interoperabilidad ha permitido que distintas instituciones públicas compartan información de forma ágil, optimizando la seguridad y calidad

en los servicios. Esta estrategia, junto con la implementación de la Estrategia Nacional de Inteligencia Artificial (ENIA), ha posicionado a la República Dominicana como líder en innovación tecnológica en la región. La ENIA, lanzada en 2023, establece un marco para desarrollar soluciones basadas en IA en el sector público y fomenta un ambiente de innovación en sectores claves como educación, justicia y economía.

En su compromiso con el desarrollo del talento, Pujals ha impulsado los Semilleros Digitales, programas que capacitan a jóvenes de comunidades vulnerables en habilidades tecnológicas, preparándolos para contribuir al crecimiento digital del país. Este enfoque social refuerza la visión de Pujals de un liderazgo basado en el servicio público, la ética y el compromiso con el bienestar de la ciudadanía.

**Como director de la OGTIC, ¿cuáles han sido los mayores retos en la implementación de soluciones tecnológicas que impulsen el emprendimiento en la República Dominicana?**

*La República Dominicana es un país con una composición mayormente joven, con casi el 60% de su población, lo cual implica una demanda de servicios de vanguardia y una*

*inclinación hacia el uso intensivo de tecnología. Sin embargo, muchas organizaciones, tanto públicas como privadas, muestran cierta resistencia al cambio y un rezago en la adopción de estas innovaciones.*

*Por esta razón, considero que el gran reto que intentamos asumir desde la OGTIC es generar un cambio de mentalidad hacia una mayor automatización, sustentada en la innovación y en la eficiencia de los procesos, que impacte de manera integral. Ser menos burócratas en el acompañamiento y desarrollo de nuevas ideas y estar más abiertos al cambio, aunque eso implique transformar profundamente todo lo que conocemos en el día a día o en la forma de hacer negocios. Esa posibilidad de estar abiertos en mente, cuerpo y alma a desaprender para aprender nuevas formas de hacer las cosas.*

**En su rol como director ejecutivo del Gabinete de Innovación y Desarrollo Digital, ¿podría compartir datos sobre los proyectos más recientes que han promovido la adopción de tecnología en sectores clave del país?**

*Hemos trabajado en iniciativas encadenadas que transforman las estructuras de algunos servicios del Estado, haciéndolos más*



eficientes y reduciendo tiempos en tareas rutinarias, lo que impacta positivamente en la calidad de vida de los ciudadanos.

Uno de los mayores logros ha sido implementar la interoperabilidad pública, que permite a las instituciones del Estado compartir datos relevantes sin apropiarse de ellos, reduciendo burocracia y tiempos de espera en temas de seguridad, justicia y emergencias. Esta interoperabilidad ha mejorado la seguridad pública al permitir alertas enlazadas para rastrear a personas prófugas.

Otra innovación clave es la Carpeta Ciudadana, una aplicación móvil llamada “Soy Yo RD” que permite a los ciudadanos acceder y controlar sus datos públicos. Esta herramienta ofrece a los usuarios su huella digital en relación con el Estado, fortaleciendo la transparencia y el empoderamiento ciudadano.

Estas iniciativas se complementan con la Firma Digital Gubernamental, que permite un ahorro anual de más de 41 millones de pesos. La firma digital está siendo adoptada por instituciones como el Ministerio de Salud Pública y el Ministerio de Educación, optimizando pagos y trámites. Este avance reduce el papeleo, agiliza procesos y asegura el ejercicio de derechos de los ciudadanos, permitiendo al Gobierno actuar de forma ágil y eficiente en sus tareas de protección pública.

**Desde su perspectiva, ¿cuáles han sido los principales avances en la República Dominicana en cuanto a innovación y transformación digital que considera clave para**

## **el desarrollo del emprendimiento local?**

Un avance significativo en el país ha sido la mejora en transacciones de negocios y formalidad operativa, que, aunque no parezca llamativo, facilita procesos esenciales en el día a día. La implementación de la Firma Digital, el uso de inteligencia artificial generativa y el fortalecimiento de normativas han sido fundamentales en la transición del Estado hacia un entorno digital.

En la OGTIC, nos hemos enfocado en actualizar las normativas de aprovechamiento tecnológico NORTIC, que regulan el uso de la tecnología para mejorar la calidad y rapidez de los servicios. Estas normativas cubren desde el diseño de portales con una mejor experiencia de usuario (UI/UX) hasta la organización de la arquitectura digital, adaptada al ecosistema dominicano y global, e incluyen aspectos de accesibilidad, transparencia y organización de la información.

Otro avance importante ha sido la reducción de burocracia en trámites para la formalización de negocios, impulsado por el programa Burocracia Cero, que simplifica y agiliza el establecimiento de emprendimientos y empresas.

## **¿Existen cifras que destaquen el impacto de la transformación digital impulsada desde el Gabinete de Innovación en el último año, y cómo han medido estos resultados?**

Durante el último año, hemos logrado avances significativos en la transformación digital del país. Uno de los logros más destacados es la Carpeta Ciudadana, un aplicativo móvil que permite a los ciudadanos tener a la mano todos sus documentos, con 164,161 descargas hasta la fecha, lo que refleja su importancia para los dominicanos.

Además, la expansión de los Puntos GOB ha centralizado los servicios del Estado, facilitando trámites presenciales. Desde su apertura, los cuatro Puntos GOB han ofrecido 1,195,215 servicios a 882,601 ciudadanos, con más de 250 servicios disponibles a través de más de 30 instituciones. Esta expansión es parte de nuestra Estrategia de Omnicanalidad, que busca que los ciudadanos accedan a los servicios por vías presencial, digital y telefónica, incluyendo las líneas de atención \*462

y \*311, que reciben un promedio de 95,950 llamadas mensuales.

A través del Programa Burocracia Cero y del Portal Único de Atención Ciudadana, GOB.do, hemos optimizado y digitalizado más de 305 trámites, agilizando la experiencia del usuario. También lanzamos Viaje Cero para trámites no digitalizados, con 21 quioscos en funcionamiento y 8 más en camino.

Impulsamos el talento digital con Semilleros Digitales como INTRO e INCUBO, donde 223 jóvenes se capacitan en programación e inteligencia artificial. En apoyo a la inclusión, el programa Ella es Astronauta ha enviado a 35 niñas dominicanas a la NASA, inspirándolas en carreras científicas.

Finalmente, el portal Beca Tu Futuro ha democratizado el acceso a becas con 349,754 usuarios y 40,235 aplicaciones en 2023. Además, Dominicana Innova ha tenido tres ediciones, impactando a más de 15,000 participantes y celebrando la innovación en todo el país.

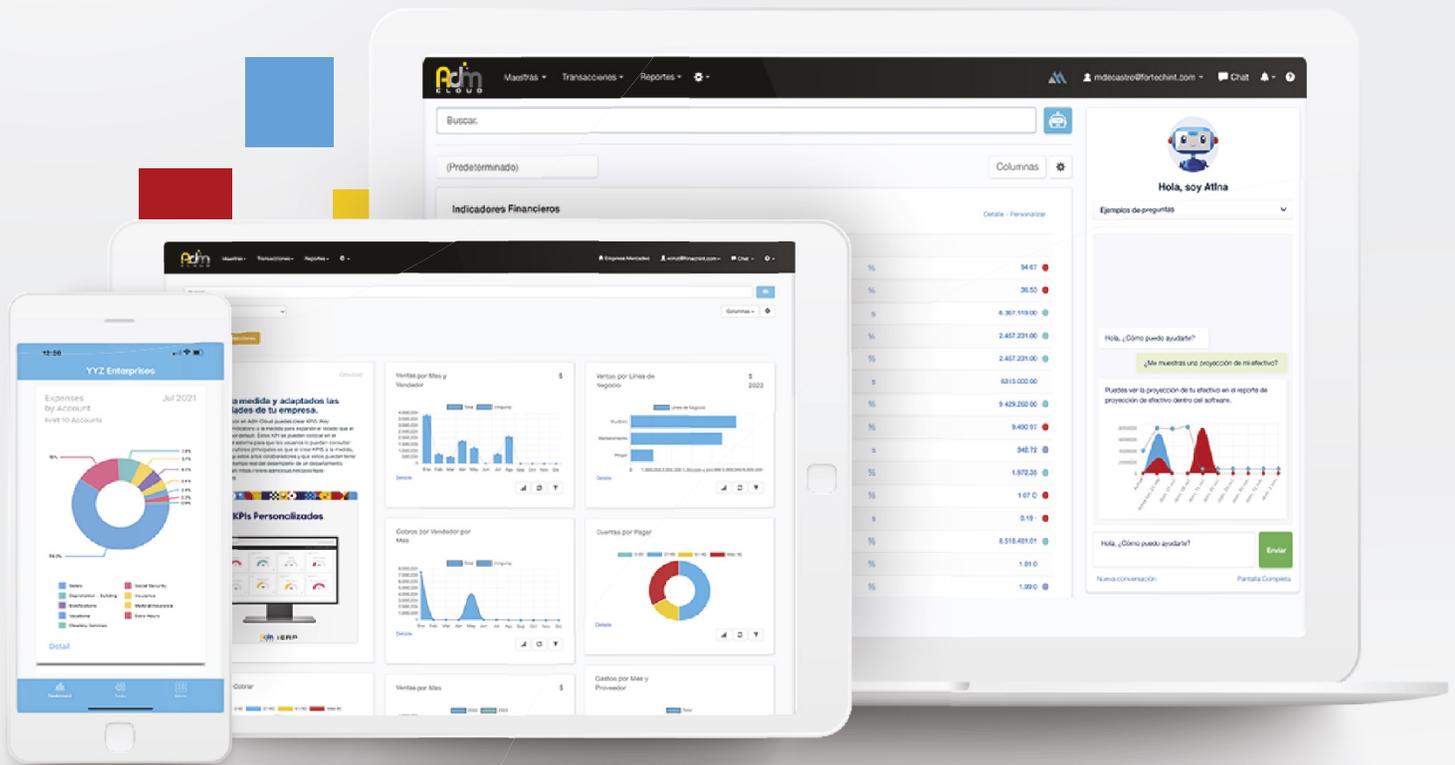
## **¿Cómo asegura que las innovaciones tecnológicas cumplen con estándares éticos y legales, protegiendo los derechos de los ciudadanos en la digitalización del sector público?**

Cada planteamiento que desarrollamos incluye dimensiones jurídicas y éticas, basadas en la protección de derechos fundamentales, equidad de género, diversidad y cuidado de entornos sociales, comunitarios y ambientales. Esto está respaldado por la Constitución Dominicana y tratados internacionales, y se consolida en nuestra “Carta Compromiso”. Además, nuestra institución mantiene una regulación sistemática y cumplimiento de indicadores éticos y de rendimiento, evaluados anualmente.

Para cubrir posibles puntos ciegos, co-creamos iniciativas junto a la ciudadanía. En caso de inquietudes éticas o legales, ajustamos criterios en sus fundamentos, como lo hacemos en nuestra Estrategia Nacional de Inteligencia Artificial (ENIA). Esta estrategia incorpora principios éticos para que la inteligencia artificial potencie derechos y libertades, evitando riesgos que comprometan la identidad y cultura del país.



# Revela el potencial de tus datos con nuestro ERP Inteligente.



Sé parte de las **+1000 empresas** en **+10 países** que administran su negocio con Adm Cloud iERP. Ahora con **asistente virtual financiera** impulsada por inteligencia artificial generativa.

- ◆ **OCR** (Reconocimiento Óptico de Caracteres)
- ◆ **Machine Learning**
- ◆ **GenAI** (Inteligencia Artificial Generativa)  
Interactúa con la data de tu negocio mediante nuestra asistente financiera impulsada con Inteligencia Artificial, Atina.



Conoce más sobre **Atina** en [www.admcloud.net/atina](http://www.admcloud.net/atina)

## +20 MÓDULOS

Configurables acorde a las necesidades de tu empresa:

- ◆ *Inteligencia de Negocios*
- ◆ *KPI's Personalizables*
- ◆ *Facturación Electrónica Nativa*



# Heidi Matos

Gerente General de Mix Comunicaciones

## Innovación y tecnología al servicio de la comunicación efectiva

■ Estrategias basadas en inteligencia artificial y sostenibilidad potencian el impacto social y la conexión de las marcas con sus audiencias.

**E**n el cambiante mundo de la comunicación y las relaciones públicas, la innovación tecnológica es un factor clave para mantenerse relevante y construir conexiones sólidas con el público. Este es el enfoque que distingue a Heidi Matos Almánzar, Gerente General de Mix Comunicaciones SRL, una agencia líder en el sector que se especializa en desarrollar estrategias efectivas de comunicación y relaciones públicas con un impacto social transformador.

Matos ha liderado MixCom desde sus inicios, guiando su crecimiento y fortaleciendo su posición en el mercado dominicano con una visión clara: la integración de la tecnología y la sostenibilidad para optimizar la comunicación de sus clientes y generar valor en sus relaciones.

Mix Comunicaciones SRL, conocida como MixCom, es una agencia de relaciones públicas innovadora y comprometida con una comunicación estratégica de alto impacto. Entre sus servicios destacan la gestión de relaciones públicas, inteligencia de datos y escucha social digital, publicidad estratégica y organización de eventos.

La agencia se enfoca en diseñar y ejecutar campañas personalizadas, adaptándose a las necesidades únicas de cada cliente. Su labor en la recopilación y análisis de datos, impulsada por la inteligencia artificial, ha permitido a MixCom anticiparse a las tendencias y ajustar sus estrategias en tiempo real, logrando resultados tangibles para sus clientes.

La agencia no solo se destaca en el ámbito de la comunicación y las relaciones públicas, sino también en su compromiso con la sostenibilidad. Matos ha orientado sus estrategias hacia la creación de narrativas que promuevan valores sostenibles, alineando sus campañas con las metas ambientales y sociales de sus clientes.

**¿De qué manera MixCom ha integrado herramientas tecnológicas en sus estrategias de comunicación y relaciones públicas para impulsar el emprendimiento en sus clientes?**

*Utilizamos plataformas de análisis de datos para comprender mejor el comportamiento del público y las tendencias del mercado, lo que*

*nos permite diseñar campañas más efectivas y personalizadas.*

*En el año 2022, integramos a nuestros servicios un software de inteligencia artificial que nos permite monitorear y analizar plataformas de redes sociales y medios digitales que arroja información sobre menciones, sentimientos, tendencias y comportamientos de los consumidores en línea. Este software nos ha permitido comprender mejor la percepción de los públicos, sobre las marcas con las que trabajamos y clientes potenciales.*

*Con este sistema obtenemos análisis de sentimientos, monitoreo integral, segmentación de datos, análisis de competencias, informes personalizados, entre otros.*

**Desde su perspectiva, ¿qué importancia tiene la escucha social digital y el uso de la inteligencia artificial en la recopilación y análisis de datos para mejorar la relación con el público objetivo?**

*Vivimos en una sociedad hiperconectada donde la comunicación digital continúa en constante expansión. A través de la virtualidad, hemos creado nuevas formas de interactuar, entretenernos, negociar y aprender. En este contexto, la escucha social digital y el uso de la inteligencia artificial se han vuelto herramientas fundamentales en la investigación de mercados, especialmente para aquellas empresas, personas u organizaciones que buscan influir en comunidades o grupos específicos.*

*Estas herramientas nos permiten escuchar, analizar y comprender las necesidades del público a una velocidad sin precedentes. Gracias a la escucha social digital, podemos monitorear interacciones en las distintas plataformas de redes sociales en tiempo real sobre temas de interés, lo que nos ayuda a identificar tendencias, sentimientos, preocupaciones y expectativas. Esta información es crucial para la toma de decisiones estratégicas, permitiendo a las empresas ajustar sus mensajes y tácticas de comunicación de manera ágil.*

*Además, el uso de la inteligencia artificial se ha convertido en un aliado poderoso en este proceso. Cuando se utiliza con ética, integridad y respeto, puede potenciar el desarrollo de emprendedores y organizaciones*



*de maneras que aún estamos comenzando a explorar. Por lo tanto, es evidente que la escucha social digital y la inteligencia artificial son esenciales para cualquier empresa que aspire a mejorar su relación con el público objetivo.*

*En Mix Comunicaciones, entendemos la importancia de estas herramientas, su potencial para alcanzar resultados significativos y construir conexiones auténticas con su audiencia.*

**Su agencia se ha destacado por su enfoque innovador en el manejo de relaciones públicas. ¿Podría compartir alguna cifra o resultado clave que refleje el impacto positivo que han logrado a través de sus estrategias?**

*Hemos aumentado de manera exponencial tanto en la cantidad de clientes que continúan confiando en nosotros como en los que se han sumado. También hemos crecido en estructura y colaboradores, optimizando nuestros servicios.*

*Desde 2022, hemos invertido más de medio millón de pesos al año en tecnología y software de análisis de escucha social digital. Actualmente, nos estamos trasladando a un espacio más cómodo que nos permita expandir nuestro proyecto de monitoreo de medios digitales y tradicionales, con un enfoque en la calidad del contenido. Esto nos permitirá medir mucho más que cifras, realizando un análisis exhaustivo del origen del contenido al combinar la inteligencia artificial*

con la inteligencia humana. Nuestro objetivo es extraer información valiosa que ayude en la toma de decisiones de nuestros clientes y aliados.

**¿Cómo considera que el uso de tecnología avanzada ha transformado su rol como líder en relaciones públicas? ¿Cuál cree que es el mayor desafío que enfrenta en esta área?**

Como líder en mi equipo y en el sector de relaciones públicas, el uso de tecnología avanzada ha transformado mi rol al permitirnos fortalecernos internamente: más organización, mejor comunicación, mejor uso del tiempo, entre otras. Herramientas como la escucha social y análisis de datos nos permiten estar un paso adelante al entender mejor a nuestros públicos y adaptar nuestras estrategias de manera más efectiva.

Sin embargo, desde mi punto de vista, existen dos desafíos que vale la pena destacar:

- El primer desafío es la necesidad de formación adecuada para el uso crítico de estas herramientas. Aunque la tecnología puede facilitar y optimizar procesos, es fundamental contar con las habilidades necesarias para aprovecharlas al máximo. La inteligencia artificial puede ser un motor de crecimiento o un recurso subutilizado, dependiendo de cómo se maneje.

- El segundo es la velocidad del cambio tecnológico. Mantener al equipo actualizado y capacitado en las nuevas herramientas es fundamental para seguir siendo competitivos y ofrecer soluciones innovadoras que realmente impacten a nuestros clientes. Estar siempre al día con las tendencias es esencial para seguir liderando en el mercado.

**¿Podría compartir un dato relevante o ejemplo concreto de cómo la innovación tecnológica en MixCom ha influido directamente en el crecimiento de una empresa cliente en República Dominicana?**

Un ejemplo claro de cómo la innovación tecnológica ha beneficiado a uno de nuestros clientes es una campaña que realizamos para una

empresa en San Juan. Utilizamos herramientas avanzadas de análisis de datos y marketing digital para entender mejor el perfil, las necesidades y las preferencias de su público en la zona sur del país.

Diseñamos una estrategia integral que combinó escucha social, creación de contenido relevante, colaboración con influenciadores auténticos y relacionamiento estratégico. Gracias a este enfoque, logramos aumentar la visibilidad del cliente en su área objetivo en un 150% en comparación con años anteriores. La campaña ayudó a destacar temas importantes en la agenda pública y a captar la atención de las autoridades ligadas a una situación en específico. También se establecieron grupos sociales de apoyo a nivel digital, lo que fortaleció el posicionamiento y respaldo social de la marca.

Nos enfocamos en las métricas de engagement en redes sociales, lo que resultó en un aumento significativo en la interacción con su audiencia. Esto mejoró la percepción de la marca y fomentó una comunidad más activa y empoderada en la región. La inteligencia artificial aplicada a la escucha social digital fue clave para el éxito de este proyecto, ya que nos permitió ajustar e implementar la estrategia de manera rápida, maximizando el valor y la conexión de nuestro cliente con su público y alcanzando sus objetivos.





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

**FELICIDAD**

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

**UN MUNDO MEJOR  
EN CADA ENTREGA**

[www.ecomensajeria.com.do](http://www.ecomensajeria.com.do)  
809-363-8732  
@ecomensajeriard



# Darwin Castillo

Presidente de la Cámara TIC

## La tecnología como motor de cambio para un futuro digital en la República Dominicana

- Comparte cómo la innovación y la educación digital impulsan el emprendimiento y desarrollo tecnológico en el país.

**D**arwin Castillo, actual presidente de la Cámara TIC de la República Dominicana, es un profesional con más de dos décadas de experiencia en consultoría empresarial y tecnologías de la información. Desde su juventud, Castillo mostró un fuerte interés por la tecnología y el valor del trabajo constante. Esta pasión lo ha llevado a participar en proyectos de alcance global, logrando un impacto transformador en sectores clave, tanto en su país como a nivel internacional. Su trayectoria se caracteriza por la búsqueda de eficiencia y un enfoque en el desarrollo de estructuras tecnológicas que permitan un crecimiento sostenible.

En su rol actual, Castillo lidera una organización cuyo propósito es promover la adopción tecnológica en la República Dominicana, impulsando la intersección entre tecnología, talento humano y normativas. Según Castillo, la Cámara TIC ha sido clave en la creación de un ecosistema digital que fomenta la colaboración entre sectores, permitiendo a las empresas locales acceder a herramientas tecnológicas avanzadas y conocimientos necesarios para adaptarse a un mundo cada vez más digitalizado.

Este enfoque, según él, se sostiene en tres pilares: el fortalecimiento de los marcos legales para la adopción de nuevas tecnologías, la formación técnica de profesionales y la expansión de soluciones tecnológicas que impulsan la productividad del país.

Uno de los aspectos que Castillo resalta como fundamental para la transformación digital es la implementación de la tecnología 5G. Bajo su liderazgo, la Cámara TIC ha trabajado de cerca con proveedores clave como Claro Dominicana y Altice, quienes han sido impulsores de esta tecnología en el país. Castillo destaca que el uso del 5G es esencial para el desarrollo de una economía digital robusta y para la eficiencia en el manejo de datos, lo cual beneficia tanto a empresas como a emprendedores.

En cuanto al emprendimiento, Castillo considera que la educación y la formación técnica de las nuevas generaciones son esenciales. La Cámara TIC ha colaborado con el Ministerio de Educación y el

Consejo Nacional de la Empresa Privada (CONEP) para fomentar una enseñanza basada en disciplinas STEM (ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas), asegurando que los jóvenes adquieran las competencias necesarias para enfrentar los desafíos tecnológicos actuales.

**¿Cuál considera usted que es el papel de la Cámara TIC en el desarrollo de una economía digital robusta en República Dominicana?**

*La Cámara TIC desempeña un papel crucial en la interconexión de tres factores clave: tecnología, talento humano y normativas. En cuanto a tecnología, la Cámara cuenta con un ecosistema de miembros que ofrecen soluciones digitales y comparten su conocimiento para facilitar la transición de las empresas hacia el entorno digital. En el aspecto de talento, trabaja para asegurar que el país disponga de los recursos humanos necesarios, cubriendo la demanda de técnicos en el sector tecnológico. Finalmente, en el ámbito normativo, la Cámara promueve un marco legal competitivo que favorece la adopción de nuevas tecnologías, la formación técnico-profesional y la implementación de tecnologías según los marcos regulatorios de la República Dominicana.*

**La tecnología 5G es fundamental para la transformación digital. ¿Cuáles son los principales avances que la Cámara TIC ha promovido para acelerar su adopción en el país?**

*Dentro de nuestra membresía contamos con la contribución de Claro Dominicana y Altice, empresas catalizadoras en telecomunicaciones que ofrecen un amplio portafolio de productos y servicios basados en 5G. Esta tecnología ha permitido al país transformar el uso de dispositivos y la gestión de datos, facilitando una operación eficiente y una toma de decisiones más oportuna para quienes la adopten.*

*Más que fundamental, el 5G es esencial para el desarrollo de las naciones y la industrialización de organizaciones que buscan dar un salto significativo en esta era digital.*

**La Cámara TIC ha participado en eventos de colaboración internacional. ¿Podría compartir datos sobre los impactos**



**económicos alcanzados de estas alianzas para el sector tecnológico local?**

*La participación en eventos de colaboración internacional y la membresía en organizaciones regionales, como la Asociación Latinoamericana de Internet (ALAI) y la Federación ALETI (Federación de Entidades de Tecnología de la Información de América Latina y el Caribe, España y Portugal), han sido esenciales para el sector. Estas alianzas han facilitado el intercambio de información comercial, han fortalecido la presencia de empresas tecnológicas en la República Dominicana y han permitido compartir experiencias y prácticas organizacionales que impulsan el crecimiento del sector.*

**En cuanto a la adopción de tecnologías avanzadas, ¿qué iniciativas están liderando ustedes para potenciar el emprendimiento tecnológico entre las nuevas generaciones dominicanas?**

*El marco educativo tiene un rol fundamental en preparar a las nuevas generaciones para un uso eficiente de la tecnología. Promover una educación centrada en disciplinas STEM (ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas) ha sido prioritario en nuestras discusiones con el Ministerio de Educación, a través de la Comisión de Educación del Consejo Nacional de la Empresa Privada (CONEP), organización de la cual*

somos miembros. Trabajamos en conjunto para fortalecer el sistema educativo nacional en competencias clave, de modo que el país pueda afrontar los desafíos de la adopción e implementación de tecnologías avanzadas.

**La transparencia y los datos abiertos son temas actuales. ¿Cómo apoya la Cámara TIC la implementación de estas prácticas en el sector público y privado?**

Como presidente de la Cámara TIC, formo parte de la Comisión Nacional de Datos Abiertos, cuya función es orquestar y elaborar todo marco estratégico y regulatorio para una adopción integral en todos los sectores de una práctica de transparencia y datos abiertos. En 2022, junto a la Organización de Estados Americanos (OEA), la Open Government Partnership (OGP), AbreLatAm-ConDatos y la Dirección General de Ética e Integridad (DIGEIC), organizamos el evento América Abierta, el cual reunió a diversos expertos de la sociedad civil, academia, sector privado y gobierno para intercambiar ideas, crear alianzas y buscar soluciones en pro de una región más abierta, participativa e inclusiva.

**La colaboración entre sectores es clave en la innovación. ¿Podría compartir algún caso reciente de colaboración con otras entidades que haya generado resultados concretos para los emprendedores?**

El sector tecnológico, y todo aquel sector empresarial que requiere de mano de obra especializada, ha enfrentado grandes retos al tratar de contar con recursos técnicos suficientes para satisfacer la demanda de los sectores productivos. Esto ocurre por diversas razones, como la fuga de talentos a otros mercados, talentos que, aun residiendo en Dominicana, ofrecen sus servicios al exterior por la oferta/demanda, o porque la demanda es mayor a la que podemos cubrir como nación con el talento técnico disponible en el mercado.

A través de la Comisión de Educación del CONEP,

hemos construido un plan integral para abordar la educación técnica-formativa de forma contundente, elevando nuestras necesidades como sector privado hacia cada instancia del sector educativo del país. Sin un sistema integral de formación alineado con las necesidades y capacidades de nuestro mercado, nos veremos en desventaja frente a países como Costa Rica y Colombia, que han adoptado estos temas como estrategia nacional.

**¿Cómo define usted el impacto social que la Cámara TIC busca alcanzar en la República Dominicana mediante sus proyectos?**

La Cámara TIC busca crear una estructura educativa técnico-profesional que permita contar con recursos ajustados a las necesidades del mercado a medida que se forman. También trabajamos para establecer

mecanismos de “ciclo virtuoso” que permitan formar recursos en función de la demanda local e internacional que tenga nuestro país. República Dominicana no tiene nada que envidiar a sus pares de la región en cuanto a la capacidad de sus recursos y la demanda que es capaz de satisfacer. Esto es algo que debería ser claro para empresas como Google, Meta, Microsoft e IBM, que ya tienen representación en países latinoamericanos con competencias similares a las nuestras.

**En su experiencia de más de 20 años, ¿cuál diría que ha sido su mayor aprendizaje en cuanto al balance entre crecimiento profesional y valores personales?**

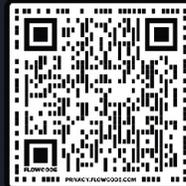
El talento nunca será suficiente. Pero si acompañas el talento con disciplina, enfoque, lealtad, pasión y propósito, te llevará a niveles extraordinarios.





# VISIBILIDAD Y EXPOSICIÓN INTERNACIONAL PARA MAYOR COMPETITIVIDAD

APUNTA Y ACCEDA A TODAS NUESTRAS EDICIONES



# Diego Torres

Miembro del Consejo Asesor del Club de Innovación RD

## La permanencia de una empresa se soporta en su capacidad de innovar

■ Destaca el papel de la innovación y la gobernanza para fomentar empresas sostenibles y preparadas para los desafíos futuros.

**D**iego Torres, asesor estratégico con más de tres décadas de experiencia en la creación de valor y la implementación de prácticas de buen gobierno corporativo, es un profesional respetado por su enfoque transformador en la asesoría de líderes empresariales, juntas directivas y propietarios en Iberoamérica.

Su carrera ha estado marcada por un compromiso con el desarrollo de estrategias de crecimiento sostenibles, integrando una perspectiva de innovación y adaptabilidad, especialmente en economías emergentes como la de la República Dominicana. Con un enfoque claro en la tecnología como catalizador de cambio y la gobernanza como pilar estructural, Torres guía a las organizaciones hacia la alineación entre sus objetivos estratégicos y las oportunidades que ofrece el mercado.

La formación de Torres refleja su dedicación a una asesoría profunda y fundamentada. Egresado de Stanford Graduate School of Business y con estudios en el Programa Ejecutivo de Singularity University, además de certificaciones en gobierno corporativo y capital privado, Torres ofrece una visión integral que abarca tanto el fortalecimiento interno de las organizaciones como su relación con el entorno. Como asesor de Barna Management School, donde colabora en el programa de gobierno corporativo, y cofundador de iDirectores.com, plataforma que conecta a miembros de juntas directivas de Iberoamérica, Torres promueve una cultura de transparencia, innovación y adaptación al cambio, pilares que considera esenciales para la permanencia y el éxito de las empresas en el tiempo.

Además de su amplia experiencia profesional, Torres encuentra en su propósito superior una fuente de equilibrio personal y profesional, un aspecto que también traslada a su trabajo de asesoría. Según Torres, identificar este propósito no solo potencia la efectividad de los líderes, sino que también genera resultados tangibles y de impacto duradero en las organizaciones. Para él, la innovación debe estar alineada con la misión personal y corporativa, ya que solo a través de esa coherencia es posible generar un cambio significativo y sostenible.

**En su rol como asesor estratégico, ¿cómo ha observado que la tecnología está transformando la gobernanza corporativa en las empresas que asesora, y qué herramientas considera esenciales para potenciar esta evolución?**

*En la historia, la competitividad de las empresas y de las naciones ha sido determinada por su capacidad de adaptarse al entorno y adoptar tecnologías emergentes para diferenciarse en el cumplimiento de su propósito superior. La voluntad y decisión de adaptarse y transformarse depende de cómo se gobiernan, y como se ejecutan las decisiones que toman los órganos de gobierno corporativo.*

*No estamos hablando solamente de grandes corporaciones, sino de todas las empresas. Cada una tiene una forma de gobernarse, y de ejecutar las decisiones. Desde la sociedad unipersonal hasta el conglomerado global. La gobernanza y ejecución existen en todas. El nivel de institucionalización varía según el nivel de desarrollo, tamaño del mercado y el espacio competitivo en que se desempeña.*

*Herramientas esenciales para potenciar a las empresas en esta evolución, podemos destacar, la primera que es descubrir el propósito superior de tu empresa u organización. Un ejercicio de introspección y evaluación profunda que te permitirá entender el corazón de la motivación y del camino hacia tu éxito. La segunda, es incentivar la experimentación interna. La tercera, transformarte rápidamente. La cuarta, perseguir ser excelente en lo que haces. Para todas, necesitas estar dispuesta a cambiar, adaptarte, crear espacios de prueba de tecnologías emergentes y aceptar los aprendizajes y fallas.*

**¿Cuál es el mayor desafío que enfrentan hoy las organizaciones en Latinoamérica al integrar innovación y gobernanza corporativa? ¿Qué estrategias sugiere para enfrentarlo?**

*El caso Latinoamérica - o en forma ampliada, Iberoamérica-, refleja un nivel de desarrollo económico de sus conglomerados y empresas muy similar. Un porcentaje mínimo de las empresas es de capital público (negociadas en alguna bolsa de valores), y la gran mayoría son*



*controladas aun por fundadores y segundas generaciones. La gran mayoría de las empresas existentes y exitosas en esta región tiene menos de cincuenta años de fundadas.*

*El capital externo y profesional inició su entrada recientemente, y ha contribuido a transformar sus niveles de gobernanza. Prácticas de buen gobierno corporativo e institucionalización se empiezan a exigir como factor clave de ventaja competitiva y como garantía de permanencia de las empresas. La permanencia de las empresas, entendida como que la empresa sobreviva y trascienda el ciclo de vida natural de sus fundadores y sus familias.*

*Esa permanencia se soporta en la capacidad competitiva de las empresas. La capacidad competitiva se basa en el nivel de innovación que demuestra la empresa durante su vida para enfrentar desafíos, generar impacto y beneficiarse de las oportunidades que ofrecen todos los mercados.*

**Con su experiencia en innovación empresarial, ¿cuáles tecnologías emergentes considera que tienen el mayor potencial para impulsar el emprendimiento en la República Dominicana y por qué?**

- La conectividad digital, masiva, con alta velocidad, seguridad, confiabilidad y que sea casi gratis.
- La capacidad de generación y acceso a fuentes de energía



independiente, eficiente, competitiva y redundante.

Estos retos tecnológicos tienen el mayor potencial para la República Dominicana y así permitirle a toda la población que se beneficie de las oportunidades y soluciones -sin límites estructurales- que ofrece el mundo de la información y del conocimiento. Podrán innovar con soluciones de problemas que afectan a cualquier población en el mundo. La convergencia de todas las tecnologías con la Inteligencia Artificial ofrece una oportunidad de cerrar brechas de desarrollo y crecimiento en el mundo.

**¿Cómo contribuyen los modelos de gobernanza a fomentar una cultura de innovación en los consejos de administración, y cómo alinea esta visión con su trabajo en el Club de Innovación?**

El consejo de administración como órgano de gobierno, asegura la permanencia de las empresas y el cumplimiento de su propósito superior. Esto obliga a que las decisiones que se tomen dentro de ese órgano requieran flexibilidad y den apoyo irrestricto a procesos de innovación dentro de ambientes controlados. La labor de la gerencia y los ejecutivos de las empresas es la ejecución y optimización de esas capacidades y recursos que el consejo pone a su disposición. El Club de Innovación a través de sus distintos programas y actividades facilita estos ambientes controlados y la formación de las personas en este ámbito.

**¿Qué lecciones clave ha aprendido en su carrera sobre cómo construir estrategias de crecimiento sostenibles y alineadas con los cambios tecnológicos? ¿Podría compartir un ejemplo reciente?**

**Lecciones clave:**

- Existe una convergencia e interacción virtuosa entre capital, gobernanza y tecnología, que asegura

la transformación, permanencia y crecimiento de las empresas.

- Cada empresa y organización tiene un propósito superior que, cuando se descubre y desarrolla, asegura un alineamiento estratégico ilimitado en todos los niveles.

- Cada individuo aporta un nivel de magnanimidad en todos los procesos de transformación, innovación y adaptación.

- La persona es el centro de cualquier proceso de transformación.

Hemos visto ejemplos recientes, sin nombres específicos, en la industria manufacturera y de comercio minorista, donde algunos casos han transformado sus gobiernos corporativos —anteriormente estructurados como empresas familiares tradicionales—, han recibido inyección de capital externo y han adoptado nuevas tecnologías digitales en sus soluciones. Estas empresas se están fortaleciendo y asegurando su permanencia y crecimiento sostenible como líderes en el país y la región.

**En un rol de liderazgo estratégico, ¿cómo mantiene usted el equilibrio entre su vida profesional y personal, y de qué manera considera que esto influye en su enfoque para asesorar a otros líderes?**

Trabajo permanentemente en validar y descubrir el propósito superior que me motiva y que permite equilibrar todo lo que me rodea. "Cuando ese propósito superior está alineado con el de la organización o empresa donde trabajas, asesoras o lideras, tus ideales y principios personales se potencian, al igual que los resultados e impacto que consigues. La transformación individual se inicia con esa identificación personal de cada líder con su propósito superior. La innovación es el resultado de crear soluciones a problemas y oportunidades que detectas en ese proceso de generar impacto y satisfacer tanto tu propósito superior como el de la empresa.



● **Natalia Batista**  
Directora general fundadora de Multiplicity

● **María Gabriela López Batista**  
Directora General de Competenciando  
Encargada de Comunicación Estratégica de Multiplicity

## ● Multiplicity impulsa la transformación digital para el desarrollo humano

Plataformas innovadoras en evaluación y desarrollo de competencias impulsan el crecimiento personal y profesional de sus usuarios.

**M**ultiplicity es una plataforma digital líder en evaluación del talento, diseñada para ayudar a empresas e individuos a maximizar su potencial mediante metodologías avanzadas de assessment center y psicometría. Con presencia en mercados como República Dominicana, España, Venezuela y México, Multiplicity ofrece soluciones tecnológicas de alta precisión que cumplen con rigurosos estándares de validez y manejo de datos. A través de Competenciando, una plataforma complementaria, Multiplicity fomenta el desarrollo práctico y la conexión entre usuarios, creando una comunidad activa de aprendizaje y autodesarrollo.

Natalia Batista, Directora General Fundadora de Multiplicity, lidera esta empresa desde 2016, impulsando su expansión internacional y su consolidación en el mercado de evaluación de competencias. María Gabriela López Batista, Directora General de Competenciando, aporta una visión moderna de aprendizaje colaborativo y humano en el entorno digital. Con su pasión por la innovación y el crecimiento personal, ambas líderes han creado un ecosistema que permite a los usuarios mejorar tanto en el ámbito profesional como en su vida personal.

**¿Cuáles han sido los factores clave para el éxito de Multiplicity en mercados como España, Venezuela y México?**

*Batista: Nuestro éxito en mercados internacionales se basa en la capacidad de ofrecer una solución digital robusta que cumple con altos estándares de validez y seguridad en el manejo de datos. Estar presentes en un mercado como el español, líder en evaluación y psicometría, ha requerido un producto de alta calidad y un sistema de soporte bien estructurado. Este proceso implica más que solo adaptarse a nuevos entornos; se trata de establecer relaciones estratégicas de distribución que permitan que Multiplicity funcione de manera fluida y alcance un impacto significativo en cada país.*

*Nos centramos en construir alianzas locales sólidas que respalden nuestras operaciones, minimizando así los riesgos financieros y facilitando una escalabilidad sostenible.*

**En términos de innovación, ¿qué avances tecnológicos ha integrado Multiplicity para mejorar la precisión y efectividad de sus evaluaciones?**

*Batista: Hemos logrado avances significativos al digitalizar el assessment center, una metodología de evaluación de competencias que tradicionalmente requería interacción presencial y que tiene un alto grado de fiabilidad. Al trasladar este proceso al entorno digital, enfrentamos el reto de mantener la misma precisión y rigor. Para esto, trabajamos con un equipo de investigación de una universidad europea prestigiosa, que nos ayudó a desarrollar una plataforma capaz de ofrecer resultados precisos y consistentes.*

*La tecnología que implementamos permite no solo la evaluación de competencias en tiempo real, sino también la creación de un repositorio de datos que ordena y segmenta la información. Esto facilita comparaciones constantes y permite ver correlaciones entre competencias, ayudándonos a mejorar la validez de las evaluaciones con el tiempo. Además, el sistema de Multiplicity incorpora funcionalidades actualizadas que simplifican la experiencia del usuario, dándole un acceso intuitivo y dinámico a los resultados que obtiene, lo cual optimiza el proceso y facilita la toma de decisiones en el ámbito laboral.*

**¿Cómo visualiza el rol de la tecnología en el futuro de las evaluaciones de talento?**

*Batista: La tecnología será cada vez más crucial para personalizar las experiencias de evaluación y mejorar la precisión de los procesos. Veo un futuro en el que los sistemas serán capaces de adaptarse a cada usuario, ofreciendo evaluaciones que consideren el contexto y las metas individuales, lo que hará que la experiencia sea más efectiva y relevante.*

*La automatización también desempeñará un papel importante al simplificar las tareas administrativas, permitiendo que los profesionales de recursos humanos se concentren en interpretar y aplicar los resultados. En Multiplicity, estamos explorando herramientas de inteligencia*

*artificial para lograr un análisis predictivo más preciso de las competencias, lo cual nos permitirá ofrecer información de valor a los líderes organizacionales y mejorar el impacto de nuestras evaluaciones en las decisiones estratégicas de cada empresa.*

**¿Cómo logra Competenciando mantener una experiencia humana y cercana en una plataforma digital?**

*López: Competenciando tiene como misión no solo evaluar competencias, sino también construir una comunidad de aprendizaje y crecimiento personal. Logramos mantener una experiencia humana al alentar a nuestros participantes a conectar y compartir sus experiencias dentro de la plataforma. Este enfoque va más allá de los módulos y guías de autodesarrollo que ofrecemos; buscamos que los usuarios interactúen a través de foros, reflexiones y actividades colaborativas.*

**¿Qué impacto ha tenido la metodología 70/20/10 en el desarrollo de competencias en el mercado dominicano?**

*López: La metodología 70/20/10, que combina el aprendizaje práctico (70%), la observación de otros (20%) y la teoría (10%), ha demostrado ser especialmente efectiva en el desarrollo de competencias en la República Dominicana. A través de esta metodología, en Competenciando hemos visto que la teoría es fundamental, pero que el verdadero cambio ocurre cuando las personas aplican lo que aprenden en su vida diaria.*

*Esta metodología se alinea con nuestra visión de que el aprendizaje debe estar basado en la experiencia. Además, el componente del 20% de observación fomenta la construcción de una comunidad de aprendizaje, en la cual los participantes pueden observar y aprender de las experiencias de los demás. En el mercado dominicano, Competenciando ha tenido un gran recibimiento entre líderes que ven en esta metodología un enfoque integral para el desarrollo de competencias, impulsando una cultura de autodesarrollo y promoviendo la responsabilidad individual en el crecimiento personal y profesional.*

**¿Cómo ha evolucionado Competenciando en términos de funcionalidades y apoyo a los participantes?**

*López: En Competenciando, la innovación constante es clave. Hemos agregado diversas funcionalidades para enriquecer la experiencia de los usuarios, lo cual permite que aprovechen al máximo los programas. Desde un blog que mantiene a la comunidad informada sobre recursos y consejos hasta un sistema de seguimiento personalizado que ayuda a los participantes a monitorear su progreso, nuestra plataforma sigue evolucionando. Además, el equipo de soporte se encarga de motivar y guiar a cada persona, reforzando el lema de Competenciando: 'Todo lo que se hace en comunidad se expande y toca más corazones'.*

# Carlos H. Brandt

Strategic Advisor en PrintTech

La creatividad y tecnología hiper personalizada son clave en cada solución de PrintTech

- La empresa combina tecnología y data variable para crear experiencias únicas y maximizar el impacto de cada proyecto.

**C**arlos H. Brandt, Strategic Advisor en PrintTech, se ha destacado por su trayectoria de más de 20 años en la aceleración empresarial y el acompañamiento a líderes en proyectos innovadores. Abogado y MBA, Brandt ha logrado consolidarse como un estratega de alto nivel, orientado a generar impacto y resultados medibles. Con una sólida experiencia en los mercados de Latinoamérica y Europa, su papel en PrintTech ha sido fundamental para que la empresa crezca como referente en la personalización de experiencias y soluciones tecnológicas avanzadas.

PrintTech nació con un enfoque claro en la personalización, inicialmente en la creación de libros infantiles personalizados. Esta visión inicial evolucionó rápidamente hacia soluciones para grandes empresas y eventos, permitiendo a PrintTech destacarse en la creación de productos hiperpersonalizados. Brandt y su equipo han liderado proyectos de gran envergadura, como la producción de 70,000 revistas únicas para un congreso de marketing en Portugal, y la personalización de millones de tarjetas y diplomas en México y Argentina. Estos logros han sido posibles gracias a un motor de personalización propio de PrintTech que procesa grandes volúmenes de datos y permite crear archivos únicos, optimizados para impresión o entrega digital.

La visión de Brandt va más allá de los resultados operativos y se centra en la experiencia del cliente. Según él, el verdadero valor de la personalización está en crear conexiones significativas, logrando no solo un retorno de inversión alto, sino también un nivel de satisfacción y retención del cliente sobresalientes. Para Brandt, la personalización representa una estrategia de negocio y una oportunidad de conectar con los clientes de manera profunda y relevante, lo que se ha traducido en valor agregado para sus clientes y sus marcas.

En su liderazgo, Brandt ha enfrentado desafíos significativos, especialmente en temas de protección de datos en mercados estrictamente regulados como el europeo. Para PrintTech, garantizar la transparencia y seguridad de la información es una prioridad. A medida que la personalización se convierte en una tendencia global,



Brandt ve grandes oportunidades en la adopción de tecnologías emergentes como machine learning, inteligencia artificial e impresión 3D. Estas herramientas permiten a PrintTech avanzar en su misión de ofrecer productos y servicios adaptados a cada cliente, maximizando el impacto de las campañas de marketing y eventos que lideran.

**¿Cuál es el enfoque principal de Print Tech en cuanto a la personalización de marcas en experiencias no tradicionales?**

*Nacimos creando libros personalizados para niños. Queríamos que nuestros hijos tuvieran un cuento con sus nombres y sus historias, únicos para cada uno de ellos. Pensando así, conseguimos unos clientes que ya contaban historias y vendían libros, y también querían personalizarlos. Así hemos crecido y evolucionado, hasta los proyectos y clientes con los que estamos trabajando actualmente: 70.000 revistas hiper personalizadas y únicas, para cada uno de los participantes de un gran Congreso de marketing de 3 días en Portugal.*

**¿Cómo utilizan la data variable para mejorar la experiencia del cliente en las campañas que desarrollan?**

*Contamos con un motor de personalización bien robusto y afilado, que es nuestro, no vendemos ni licenciamos, que es nuestra salsa secreta para cada proyecto para traducir grandes cantidades de data variable en formato de archivos únicos, listos para imprimir, o entregar digitalmente, según sea el*

*requerimiento. Hemos trabajado desde miles de revistas, diplomas, paquetes de dulces, tarjetas credenciales, campañas con materiales e intangibles, libros, etc.*

**¿Podría compartir en cifras el impacto de las tecnologías aplicadas a sus clientes y los resultados que han obtenido?**

*Ayudamos a una empresa en Argentina a generar 6.000.000 de tarjetas únicas de impulso prepago en tiempo record (4 semanas), siendo que cada tarjeta tenía 3 códigos únicos + datos personales. También tuvimos una solicitud en México de 106.000 diplomas y sobres personalizados por carrera, grado y reconocimiento para ser entregados en menos de 1 mes. En este par de ejemplos, sin nuestra tecnología y motor de personalización, se hubiera tomado más de 1 año el proyecto de las tarjetas para su diseño por la imprenta que nos lo pidió, y casi 8 meses en formatear y validar los diplomas. Nuestro mayor impacto siempre está asociado a la velocidad de cumplimiento y al ahorro de recursos (tiempo, personal, licencias, etc). También por la manera de sorprender al consumidor final de forma única e individualizada en una campaña.*

**Cuéntenos sobre un caso emblemático en el que la personalización y el uso de data variable hayan generado resultados significativos. ¿Qué cifras puede destacar de este proyecto?**

*Para nosotros Splendid Tales es un caso espectacular. Se trata de libros ilustrados personalizados para niños diversos e inclusivos que se venden en*



ETSY desde Canadá. Nuestro trabajo era hacer posible la personalización de los libros, de manera automatizada y sencilla (Hazlo tú mismo - DIY) de manera que pudiera cumplirse su poderosa promesa, la cual también compartimos: "...celebrar las cualidades únicas que hacen que cada niño sea especial. ¡Cada niño es el héroe en sus propias historias!"

**¿Qué logros importantes ha alcanzado Print Tech en términos de retorno de inversión (ROI) y crecimiento para sus clientes tras implementar sus soluciones tecnológicas?**

Al ser tecnología que se integra temporalmente con sistemas, Data bases y Manejadores de relaciones y data, de nuestros clientes y sus requerimientos específicos, hay indicadores que nos interesan mucho, como retención de clientes, adquisición de nuevos clientes, e incremento de ticket promedio, entre otros. Nuestro trabajo tiene un impacto multiplicador en la facturación de eventos masivos entre el x8 y el x10 para los organizadores, por contar con nuevos espacios de contacto entre anunciantes, participantes, expositores y patrocinadores. En la industria de la venta de productos retail, el promedio de precio que se cobra por la personalización puede rondar un +45% para el vendedor; y así. Es muy variable cada caso, pero queda claro que el retorno de la inversión en tecnología de personalización es alto

y supera con creces su inversión. Cada proyecto es un reto muy enriquecedor.

**¿Cómo se integra la innovación tecnológica con la creatividad en las estrategias que diseñan para sus clientes?**

Es indispensable aproximarse a todos los proyectos con la cabeza abierta y libre de juicios. La creatividad es clave y nuestro habilitador es la tecnología. Por eso, si se quiere ver de una manera entretenida, somos un equipo externo de innovación que impulsa y habilita posibilidades para empresas y marcas con las que trabajamos. Sabemos que la tecnología puede tornarse inentendible, complicada y abrumadora, por lo que nos enfocamos en el cliente y la experiencia que desea generar, trabajamos como diseñadores y construimos una solución hiper personalizada a su requerimiento.

**¿Cuál ha sido el mayor desafío en cifras para la implementación de estas tecnologías y cómo lo han superado?**

El mayor desafío hasta la fecha es la protección de los datos y sus regulaciones por países. Hemos operado en Norte, centro y Suramérica, tenemos un par de proyectos en Asia y en Australia. Pero en Europa el reto ha sido titánico. Para cumplir con la regulación, tuvimos que mudar servicios y equipos para la locación del cliente, de manera que se garantizara el cumplimiento normativo. Ese

aprendizaje nos ha ayudado a tener una mirada aún más fresca y cuidadosa del flujo de los datos, su uso y devolución. Para Print Tech lo más importante es la transparencia y devolución de la información, datos y especialmente los personales, cuando hemos trabajado en proyectos.

**¿Qué tecnologías emergentes están observando que podrían influir en la evolución del marketing digital y la personalización de marcas en el futuro cercano?**

Todo lo que hemos logrado y aprendido del Machine Learning y de la automatización, así como de los modelos de diseño e impresión 3D, y las tendencias del contenido hiper personalizado, nos indica que la industria está apenas empezando a entender el potencial de la tecnología al servicio de la personalización. Estamos apenas comenzando. Y con la AI - Inteligencia Artificial mejorando día a día, vemos mucho potencial para todo tipo de negocios que deseen entregar tangible o intangiblemente, algo personalizado. Generar sistemas de autogestión de impresiones, negocios de grandes marcas que quieren delegar el diseño a sus usuarios; Influencers que quieren vender mercancía que sus fans personalicen. Muchas cosas sucederán en esta industria. Apostamos a todas las tecnologías disruptivas, siempre que sirvan al ser humano y nos permitan ser cada vez más personales.



# CEREM

Global Business  
School

## Potencia carreras del futuro en áreas de IA, cibercrimen y sostenibilidad empresarial

La casa de estudios cuenta con más de 45 años de trayectoria en la formación de líderes en el ámbito empresarial ofreciendo una educación 100% online.



Sue Toro

**E**n un contexto global en constante cambio, donde la tecnología y la innovación están redefiniendo la forma en que trabajamos, es esencial que las nuevas generaciones estén preparadas para enfrentar los nuevos retos en el mundo empresarial.

“En CEREM estamos comprometidos con la formación de profesionales que no solo se adapten al futuro, sino que lo lideren. Nuestros programas están diseñados para aquellos que buscan convertirse en agentes de cambio. Los estudiantes aprenderán a identificar oportunidades de negocio, desarrollar modelos innovadores y aplicar estrategias que no solo beneficien a sus empresas, sino que también generen un impacto positivo en la sociedad”, señala Sue Toro, Directora General en CEREM.

Las carreras del futuro, especialmente en áreas como la transformación digital en los negocios, Inteligencia Artificial, Big data, marketing digital, cibercrimen, seguridad de la información y sostenibilidad empresarial, requieren un enfoque multidisciplinario que en CEREM

Global Business School se promueve de manera efectiva.

“La IA se puede utilizar en muchas aplicaciones empresariales: desde Recursos Humanos, gestión de talento, gestión de la cadena de suministro, identificación y conexión de las redes de negocio que requiere automatización, en finanzas, entre otras. Es un aliado en la automatización y en la optimización de los procesos en las relaciones con los clientes, pero con un toque humano.

Si somos capaces de embeber todas las capacidades de la IA en nuestro día a día de una forma transparente con mucho respeto a los datos que se están utilizando, a la regulación asociada en cada uno de los países. Esta tendencia tecnológica nos va a ayudar mucho a acelerar negocios”, Señala Fernando Meco, Experto en Negocios Globales, Innovación y Analítica. Además de su destacada participación en CEREM como conferencista en el evento de Networking internacional Global Business Immersion.



Fernando Meco

La casa de estudios cuenta con más de 45 años de trayectoria

en la formación de líderes en el ámbito empresarial ofreciendo una educación 100% online, lo que permite que a los estudiantes puedan desarrollar sus habilidades mientras equilibran sus responsabilidades personales y profesionales. Las alianzas con prestigiosas universidades europeas permiten a sus graduados una doble titulación internacional.

Estos son los programas actuales que ofrece CEREM, las carreras del futuro: MBA Especializado en IA y Big Data en los negocios, MBA Especializado en transformación digital en los negocios, MBA Especializado en Estrategia digital en Marketing, Máster en Cibercrimen y seguridad de la información y Máster en Sostenibilidad Empresarial.

Estos programas aportan a los futuros alumnos en tener una visión estratégica de cómo abordar cualquier transformación digital desde un punto de vista de objetivos, de cultura de la empresa, tener una visión estratégica del concepto de empresa y cómo aplicar esta tecnología desde el punto estratégico.

“La educación de calidad es la clave para abrir nuevas oportunidades y enfrentar los desafíos del mañana. Por eso, invitamos a todos aquellos profesionales que buscan impulsar su carrera a que se unan a la nueva generación de líderes y formen parte de la gran comunidad de CEREM. Juntos, estamos construyendo un futuro lleno de posibilidades, donde la innovación es una de las protagonistas en el camino hacia el éxito”, concluye Toro.

PROYES

# Edith Smester

Presidenta de Proyes

Proyes ofrece eventos de calidad que dejan un impacto positivo en el entorno

■ La empresa transforma cada momento en una experiencia única y memorable, con tecnología avanzada e innovadora.

Con una trayectoria de más de dos décadas, Edith Smester ha demostrado ser una líder pionera en la organización y logística de eventos en la República Dominicana. Como Presidenta de Proyes (Proyectos y Estrategias), Smester ha implementado tecnología avanzada y prácticas sostenibles para ofrecer experiencias memorables a clientes que buscan eventos de gran impacto.

Egresada en Publicidad de la Universidad Apec y Coach acreditada por la International Coach Federation, Smester desarrolló una base sólida en mercadeo y relaciones públicas en su carrera de 12 años en Codetel-Verizon, experiencia que hoy impulsa el crecimiento de Proyes en un mercado competitivo.

Desde su fundación en 2011, Proyes se ha consolidado como una empresa innovadora y estratégica en logística, que abarca eventos destacados como el Festival Presidente y conciertos de artistas de renombre, entre ellos, Coldplay y Romeo Santos. La empresa ha organizado más de 1,000 eventos, atendiendo a millones de personas en el país y elevando los estándares de la industria de entretenimiento.

El uso de herramientas tecnológicas es fundamental en Proyes, incluyendo software de inteligencia artificial y planificación automatizada, lo cual permite mejorar la eficiencia en un 20% a 30% al sincronizar a los proveedores y recursos. Un ejemplo de innovación reciente es la implementación de pulseras LED para gestionar accesos en eventos, mejorando tanto la organización como la experiencia de los asistentes. Proyes también ha introducido tecnología RFID y control biométrico de acceso, elevando la precisión y seguridad en los eventos.

La sostenibilidad es otro pilar en Proyes, ya que la empresa ha implementado la reducción de plásticos de un solo uso y fomenta el reciclaje de materiales en sus eventos. La visión de Smester es clara: ofrecer experiencias de calidad que dejen un impacto positivo en el entorno, convirtiendo cada evento en una oportunidad de avanzar en prácticas responsables.

Para Smester, el éxito de Proyes radica en su compromiso con la excelencia y el trabajo en equipo, valores que le han permitido



posicionarse como líder en la industria y superar las expectativas de sus clientes.

**En Proyes, se especializan en la creación de experiencias memorables. ¿Cómo ha integrado la tecnología en la planificación y ejecución de eventos para elevar la calidad y el impacto de estas experiencias?**

*En Proyes, estamos comprometidos con la creación de experiencias inolvidables, y para lograrlo, integramos tecnología de vanguardia en cada etapa de la planificación y ejecución de eventos. Constantemente investigamos las últimas tendencias en entretenimiento a nivel global, especialmente en mercados donde la industria está más avanzada, para identificar y adaptar innovaciones tecnológicas que puedan implementarse en el mercado local.*

*Utilizamos herramientas de planificación automatizadas, como gestores de proyectos, que nos permiten sincronizar eficientemente a nuestros proveedores y mejorar la precisión de los tiempos de entrega para nuestros clientes, lo que ha aumentado nuestra eficiencia de trabajo entre un 20% y un 30%. Además, contamos con un equipo de desarrolladores listo para crear y*

*personalizar soluciones tecnológicas, ajustándose a las necesidades específicas de cada cliente. Así, no solo elevamos la calidad de los eventos, sino que también reforzamos el valor humano y personalizado de cada experiencia que ofrecemos.*

**La personalización de eventos parece ser clave en su estrategia. ¿De qué manera ofrecen soluciones innovadoras y ajustadas a las necesidades de sus clientes?**

*Cada evento tiene su propia huella digital, sin importar que sea mismo venue, mismo cliente, mismo tema. Por ende, En Proyes, cada evento es único y personalizado para reflejar las metas específicas de nuestros clientes y para cada evento realizamos un levantamiento exhaustivo de todas las posibles necesidades que consideramos en el mismo basándonos en las metas que se deben lograr en todo evento sin importar la índole y además en las metas particulares de cada cliente. Este levantamiento nos permite identificar las mejores soluciones y priorizarlas de acuerdo con su costo-eficiencia, asegurando así que cada propuesta esté alineada con los resultados esperados. Si es necesario, ajustamos nuestras recomendaciones para optimizar aún más la relación entre costo y beneficio, garantizando*



que cada evento cumpla con las expectativas de nuestros clientes y genere el mayor impacto.

**A lo largo de los 13 años que lleva liderando Proyes, ¿podría compartir algún dato o cifra importante que refleje el crecimiento de la empresa y su impacto en el mercado dominicano?**

Proyes a lo largo de sus 13 años trabajando en más de 1,000 eventos realizados exitosamente a 5,000 personas aproximadamente los cuales, aunque no son fijos en la empresa, son reiterativos y fieles a laborar con nosotros una nueva vez.

En estos eventos hemos asistido a un aproximado entre 2 a 3 millones de personas a lo largo del tiempo (promediado en base a la asistencia en nuestra base de datos), hemos creado necesidades que no existían en el mercado dominicano como es nuestra plataforma de acreditaciones de personal la cual fue pionera en 2016 para el manejo de personal de manera centralizada y más organizada a como se realizaba antes. Hemos sido los primeros en laborar de la mano con grandes empresas internacionales para implementar tecnologías como el consumo por medio de RFID en festivales, y manteniendo relaciones con las mismas.

**La tecnología está transformando rápidamente la industria de los eventos. ¿Qué tendencias tecnológicas actuales considera fundamentales para continuar innovando en la logística y ejecución de eventos?**

Constantemente estamos evaluando oportunidades de mejora para disminuir la posibilidad de fraudes, evaluando la aplicaciones móviles con boletas dinámicas (tipo token) que van cambiando cada cierto tiempo. No es una tecnología nueva en el mercado internacional más si en el mercado local. Así como el control de acceso biométricos, tanto para asistentes como personal de trabajo, eliminando en su totalidad los fraudes, aumentando la seguridad y control de todos los presentes en el evento. También estamos trabajando en el desarrollo de aplicaciones que aumenten mejoren la experiencia de los asistentes en los eventos y que permitan a nuestro clientes captar una data que les sea más aprovechable tanto en tiempo real como a futuro. Pero estas aplicaciones con todo la tecnología significa grandes inversiones por lo que debe ser un programa escalonado.

**En términos de sostenibilidad, ¿cómo están incorporando prácticas responsables dentro de la logística de eventos para reducir el impacto ambiental y fomentar el uso eficiente de recursos?**

Este tema nos encanta porque es algo del que todos nos sentimos parte, aunque en los eventos, algunas veces es complicado por ser algo efímero y rápido, tratamos siempre de no utilizar plásticos de un solo uso dando mayor vida a estos y en los casos que nos vemos obligados hemos optado

por hacer separación de los mismos y retornarlos a nuestras oficinas para hacer entrega a puntos de acopio de plástico para reúso de los mismos. De igual manera, gran parte de nuestros equipos usan baterías y las mismas no se descartan en caso de finalizar su uso, sino que se almacenan hasta hacer envío a entidades extranjeras que trabajan para hacer el desuso adecuado de las mismas.

De hecho, estamos elaborando un evento de sostenibilidad y 100% integrando prácticas de responsabilidad, por nuestra pasión en este sentido.

**¿Podría enumerar algunos de los eventos más importantes que Proyes ha realizado en los últimos años?**

Entre los eventos más destacados se encuentran los conciertos de artistas internacionales y nacionales como Coldplay, Juan Luis Guerra en CAPITALIA, Elton John en El Dorado Cap Cana y Romeo Santos en su concierto 360. Además, han coordinado el emblemático Festival Presidente, el 50 Aniversario de Altos de Chavón, los Premios Soberanos y el Foro de Cine de DGCINE. Otros eventos importantes incluyen el BID de las Américas, el festival gastronómico Bocao, el festival Electric Paradise, el Carnaval Vegano, el aniversario de ARS Humano, la fiesta navideña para empleados de la DGII, Expo Mujer MIPIEM y el evento tecnológico Clarotech, todos ellos ejecutados con altos estándares y atención al detalle, consolidando la posición de Proyes como líder en logística de eventos en República Dominicana.

**¿Hay algún evento en particular que haya representado un mayor desafío? Cuéntenos por qué fue tan desafiante y cómo lograron superarlo.**

Hasta el momento creo que el más desafiante debió ser el Concierto de Romeo Santos 360o en el Estadio Olímpico en el 2014, por ser el primer evento de este tipo en ese venue, y siendo el evento con mayor aforo en la historia del mismo, pero fue superado con éxito utilizando todos nuestros mecanismos para control de flujo de los asistentes al evento para evitar embotellamientos, creación de plan de señalización en conjunto con el productor para evitar confusión de los asistentes, mucho personal con muchas ganas de trabajar.

# SKYhigh

Dominicana

## ¡Descubre el encanto de **MIAMI!**



Viaja con los mejores beneficios



 [skyhighdo.com](http://skyhighdo.com)

# Gabriel Brens

Socio fundador y actual CEO de Idecus SRL

## Idecus apunta al liderazgo en consultoría digital y optimización de procesos

- Impulsa el crecimiento empresarial dominicano mediante tecnología avanzada y automatización, guiando a sectores estratégicos hacia la eficiencia digital.

**G**abriel Brens, socio fundador y actual CEO de Idecus SRL, es un profesional dedicado a la transformación digital en la República Dominicana. Con más de siete años de experiencia en sectores como tecnología, turismo, salud, bienes raíces, hostelería y automotriz, Brens ha construido una carrera en la que la innovación y la automatización de procesos han sido las herramientas clave para potenciar el crecimiento y la competitividad de sus clientes.

Su sólida formación en mecatrónica, administración de empresas y dirección de proyectos le ha permitido implementar soluciones digitales a medida, adaptándose a las necesidades específicas de cada sector.

Desde su fundación, Idecus ha estado en la vanguardia de la consultoría digital en el país, especializándose en la automatización y la implementación de tecnologías avanzadas. A través de una gestión de proyectos ágil y el uso de tendencias tecnológicas de última generación, Brens y su equipo han optimizado los procesos operativos de sus clientes, logrando aumentos de hasta un 34% en productividad y reduciendo los costos hasta un 30% en ciertos sectores, como el turístico. Con soluciones a medida y una visión estratégica, Idecus no solo se enfoca en la tecnología, sino en cómo esta puede generar un impacto tangible en la rentabilidad y el rendimiento general de las empresas.

**Idecus ha sido pionera en la introducción de tecnologías de automatización y robótica. ¿Cuáles son los beneficios tangibles que han observado sus clientes en términos de productividad y reducción de costos?**

*En Idecus, nuestra misión consiste en implementar soluciones que optimicen los procesos. Por ello, hoy en día, las empresas que trabajan con nosotros en el sector turístico e inmobiliario han logrado aumentar la productividad de sus operaciones comerciales en un 34%, mejorando la retención y satisfacción de sus clientes mientras garantizan un crecimiento de hasta un 10% en ventas, gracias a nuestro sistema de CRM que apuesta por la automatización y la Inteligencia Artificial.*

*Destacamos que, como parte de nuestras soluciones para reducir los*

*costos operativos al eliminar tareas manuales para nuestros clientes del sector turístico, también trabajamos con integraciones XML, lo que se traduce en una disminución de hasta un 30% en gastos de personal y un 25% en reducción de errores como el overbooking y tarifas incorrectas.*

*En términos de desarrollo a la medida, hemos introducido soluciones que utilizan el aprendizaje automático o machine learning y la IA dando así a nuestros clientes un ahorro de hasta un 25% en costos de reclutamiento y capacitación, para enfrentar de manera estratégica la rotación de personal.*

*Cada implementación que realizamos está orientada a ofrecer resultados medibles, lo que ayuda a nuestros clientes a visualizar claramente el retorno de su inversión en el tiempo.*

**Con su experiencia en proyectos de tecnología avanzada, como Roboteam, ¿podría mencionar algún dato relevante sobre la proyección de crecimiento para esta división en los próximos años?**

*Roboteam es una solución de robótica avanzada que busca ofrecer a las empresas una manera innovadora de delegar tareas en robots para desempeñarse en las áreas como servicio al cliente, promoción en eventos y ferias, y publicidad interactiva, etc. La visión detrás de Roboteam es facilitar que las empresas puedan optimizar sus recursos humanos en actividades estratégicas, mientras que los robots cubren tareas operativas y de interacción directa con los clientes.*

*Con este proyecto buscamos marcar una diferencia significativa en sectores donde la presencia y asistencia personalizada son clave, como el sector turístico que cada año está en constante crecimiento. Anticipamos que este proyecto tendrá una tasa de crecimiento anual significativa para nuestra compañía y nos permitirá abrir nuevas oportunidades en el mercado de automatización y robótica aplicada al ámbito comercial y de marketing, así como marcar nuestro país como un referente en el sector.*

**Uno de sus próximos lanzamientos, Inbomarket, se orienta al sector inmobiliario. ¿Qué potencial de impacto económico y transformación espera que esta**



**plataforma aporte a la industria en la República Dominicana?**

*Inbomarket es una herramienta digital para el sector inmobiliario, diseñada para simplificar la gestión de propiedades y maximizar las oportunidades de negocio. Su enfoque principal, es romper la brecha digital que existe actualmente, al poner a disposición de los agentes inmobiliarios una plataforma intuitiva y fácil de utilizar para promover y gestionar sus proyectos de manera efectiva.*

*Este proyecto busca transformar la industria inmobiliaria en la República Dominicana al reducir costos operativos y mejorar la eficiencia de los agentes mediante una gestión ágil de propiedades. Al integrar todas las funciones en una sola plataforma, Inbomarket promueve la transparencia y acelera los tiempos de venta, atrayendo tanto inversión local como internacional. Con este lanzamiento, esperamos impulsar el crecimiento y la modernización del sector inmobiliario en nuestro país.*

**En su trayectoria, menciona su participación en la NASA a temprana edad. ¿De qué forma esta experiencia ha influido en su enfoque hacia la innovación tecnológica en el país?**

*Mi experiencia en la NASA fue transformadora y me inspiró a desafiar límites y superar obstáculos, lo que*

ha definido mi enfoque hacia la innovación tecnológica en la República Dominicana. En 2012, gané el concurso *Mi Viaje a la NASA*, patrocinado por la Comisión Internacional Asesora de Ciencia y Tecnología (CIACT) y el despacho de la primera dama. Aunque cursaba mis asignaturas básicas en el bachillerato, la creatividad y el ingenio fueron mis mejores aliados para destacar. Esta experiencia me brindó una perspectiva única sobre el poder de las ideas y el impacto de la perseverancia.

Además de ganar dicho concurso con la propuesta de las piernas robóticas, realicé una propuesta nueva basado en un exotraje de exploración espacial, que permitirá al hombre explorar el planeta Marte de una manera más cómoda y protegidos de la radiación solar.

Posteriormente, la NASA me ofreció participar en sus programas y pasantías en dos ocasiones, pero sentí un llamado más profundo: contribuir al cambio desde aquí, en la República Dominicana, y hacer historia.

**Respecto a Comercialo, la plataforma de e-commerce para pequeños comerciantes, ¿cómo considera usted que esta solución beneficiará a los emprendedores que recién inician en el comercio digital?**

Comercialo es un centro comercial virtual, diseñado especialmente para los nuevos emprendedores que venden productos físicos y desean dar el salto al comercio electrónico sin incurrir en altos costos de desarrollo. Esta plataforma integral les ofrece todo lo que pequeñas empresas necesitan para gestionar su tienda online, desde la creación de su página web hasta herramientas de gestión empresarial como un ERP integrado, que facilita la administración de finanzas, contabilidad e inventario.

A nivel de beneficios tangibles, nuestros clientes experimentarán una reducción significativa de costos operativos, tendrán acceso a una mayor visibilidad online y nuestro acompañamiento para los servicios de marketing digital, lo que les permitirá atraer más clientes y generar mayores ventas, facilitando su transición hacia el mundo digital de manera exitosa.

**Como visionario, usted suele enfocarse en proyectos con alto impacto social, como Despertando**

**Conciencia RD. ¿Qué cambios o mejoras espera ver en el sistema educativo dominicano mediante esta iniciativa?**

*Despertando Conciencia RD es una iniciativa educativa de alto impacto social que busca formar ciudadanos modelo en la República Dominicana. Su visión es que cada participante complete un programa de formación cívica integral, al final del cual recibirán un anillo de plata y oro con el emblema nacional, simbolizando su compromiso y conocimiento en derechos, deberes y conciencia social. Este proyecto, al que denomino modelo socio-radical, tiene el potencial de construir una sociedad cívicamente fortalecida, con ciudadanos conscientes y preparados para reducir problemas sociales y combatir la corrupción. La propuesta, que no posee patente, está aquí planteada con la esperanza de que algún día sea implementada.*



# LUXURY IN THE CARIBBEAN

 **UTOPIA**  
DEVELOPMENT

**Le Ciel At Cap Cana:** The combination of the elegant architecture of the pool and the majestic nature of the golf course create a visual experience that is truly breathtaking.

An experience that combines the natural beauty of the environment with the luxury and exclusivity of an elegant design.

@utopia\_development | utopiadevelop.com





# Jonathan Bournigal Read

Fundador & Socio Gestor en Carabela Search & Management.

## Compromiso social e innovación impulsan el éxito Empresarial

■ Empresas medianas dominicanas deben estar comprometidas a innovar y adaptarse al cambio tecnológico para crecer.

**J**onathan Bournigal Read, inversionista y emprendedor formado en Harvard Business School y Babson College, ha destacado en el sector empresarial de la República Dominicana. Como fundador y líder de Carabela Search & Management, Bournigal encabeza una de las primeras firmas de inversión en el país enfocada en impulsar el crecimiento de empresas medianas. Su enfoque estratégico y tecnológico permite a estas empresas enfrentar los desafíos del mercado actual y aprovechar nuevas oportunidades.

Desde su creación en 2013, Carabela ha dejado una huella en sectores clave, como el de la gestión documental y la publicidad exterior. Entre sus logros se destaca la adquisición de Bunker, empresa líder en servicios documentales, donde implementaron un sistema de gestión avanzada para mejorar la eficiencia y la atención al cliente. Asimismo, en Cartel, empresa de publicidad exterior, lograron una transición tecnológica que incluyó la digitalización de espacios publicitarios y una plataforma de reservas en la nube, innovando la oferta y fortaleciendo su posición competitiva en el mercado.

Para Bournigal, la transformación digital es esencial en la estrategia de crecimiento de cualquier empresa, aunque no sin retos. Parte de su visión incluye colaborar con instituciones educativas para reducir la fuga de talento, asegurando que el país cuente con profesionales calificados en tecnología.

**Desde su perspectiva, ¿cómo ha transformado la tecnología las oportunidades de inversión y desarrollo para las empresas medianas en la República Dominicana?**

Las empresas medianas en la República Dominicana representan un segmento con un enorme potencial de crecimiento, pues muchas de ellas necesitan apenas un par de iniciativas estratégicas para alcanzar nuevos niveles de éxito. En las últimas décadas, la tecnología ha emergido como una de esas iniciativas clave, creando oportunidades significativas para impulsar el valor de estas empresas, tanto en el crecimiento de

sus ingresos como en la optimización de sus márgenes de ganancia.

En este sentido, la tecnología ofrece un rango de posibilidades que se ajustan a la realidad de cada empresa, desde modernizar sistemas operativos complejos como un ERP, hasta implementar herramientas simples pero efectivas como un CRM gratuito. En la actualidad, la mayoría de las empresas medianas dominicanas se sitúan en las primeras etapas de este camino de creación de valor a través de la transformación digital. El futuro es prometedor para aquellas empresas medianas que abracen el cambio tecnológico.

**¿Podría compartir algún dato que refleje el impacto de la tecnología en los procesos o en el crecimiento de las empresas que Carabela Search & Management ha adquirido?**

Las adquisiciones que realizamos en los años 2015 y 2016 nos brindaron una oportunidad invaluable para integrar tecnología en los procesos fundamentales de nuestras empresas y con ello, potenciar tanto la eficiencia operativa como la propuesta de valor para nuestros clientes.

En el caso por ejemplo de BUNKER, líder en custodia de archivo y soluciones documentales, logramos un cambio significativo al implementar un nuevo sistema avanzado de gestión de almacenes (WMS). Este sistema nos permite tener visibilidad y trazabilidad de las cajas en tiempo real y proporciona una interfaz de autoservicio para los clientes, elevando así la experiencia de servicio y la medición óptima de resultados.

Para Cartel, empresa líder en publicidad exterior, combinamos la migración a una plataforma de reserva de espacios en la nube con la introducción de vallas de gran formato digital. Este enfoque no solo facilitó la gestión y reservación de espacios, sino que también mejoró significativamente nuestra oferta de productos.

En ambos casos, nos replanteamos cómo mejorar la eficiencia y, al mismo tiempo, crear una propuesta de valor superior para nuestros clientes. Alcanzar este equilibrio entre



optimización interna y satisfacción del cliente es uno de los logros más gratificantes en el mundo de los negocios.

**En su experiencia liderando Carabela, ¿qué factores tecnológicos considera esenciales para mantener el crecimiento y la competitividad de las empresas en las que invierten?**

Mantener el crecimiento y la competitividad en nuestras empresas implica una combinación de factores clave. En primer lugar, el amor por aprender es fundamental. Al ser una firma agnóstica en términos de industria, nos obsesionamos con cada sector en el que nos involucramos, dedicándonos a comprender profundamente sus modelos de negocio y cómo la tecnología está transformando ese ámbito específico. Este enfoque de aprendizaje continuo nos permite anticiparnos a las tendencias y aprovechar oportunidades emergentes.

El pragmatismo también es esencial. No toda solución tecnológica tiene que desarrollarse internamente; existen innumerables soluciones tecnológicas listas para usar que pueden generar un impacto inmediato y significativo. Muchas de estas herramientas son

*incluso gratuitas, y utilizarlas nos permite acelerar procesos y responder rápidamente a las necesidades del negocio sin reinventar la rueda.*

*Finalmente, contar con una visión clara y un equipo empoderado es crítico. Tener un equipo de gestión que se identifique con la visión, se sienta empoderado para tomar decisiones y esté cómodo con el uso de la tecnología es esencial para el éxito.*

**Uno de los principios de Carabela es fortalecer el compromiso de las empresas con su comunidad.**

*En el caso de Cartel, nuestro impacto fue más continuo a lo largo de nuestro período de inversión. Nos gustaba afirmar que tener “un micrófono abierto” implica una gran responsabilidad y es necesario utilizarlo para bien. Por ello, colaboramos de manera constante con el sector social y creativo, ayudando a maximizar el alcance de mensajes positivos. Ejemplos de ello fueron las exposiciones de arte a cielo abierto con el Centro León en el año 2020 y colaborar con la exposición “Tovar Infinito” con la Fundación Tovar en 2024, iniciativas que promovieron el*

**Desde su perspectiva, ¿cuál es el mayor desafío tecnológico que enfrentan las empresas medianas en la región, y cómo planean superarlo en Carabela?**

*El mayor desafío tecnológico que enfrentan las empresas medianas en nuestra región es, sin duda, la escasez de capital humano calificado para liderar la transformación digital. Dado que estas habilidades son demandadas globalmente, estamos experimentando una especie de “fuga de cerebros” silenciosa. Muchos profesionales de tecnología*



**¿De qué manera ha impactado este enfoque en las empresas que administran, y cuáles han sido los resultados más significativos?**

*Cada empresa tiene un rol único en la sociedad y comprenderlo a fondo es clave para maximizar el impacto de sus iniciativas. Al reconocer esta ventaja comparativa, podemos identificar y ejecutar proyectos que realmente generan un cambio positivo.*

*En BUNKER, nuestra iniciativa de mayor impacto fue el asistir al plan de vacunación nacional contra el COVID-19 -VacúnateRD- en la digitalización de archivos -durante la pandemia. Con nuestra experiencia en gestión documental y digitalización, fue una decisión natural ofrecer nuestro apoyo en este momento tan crítico, contribuyendo a un esfuerzo de salud pública esencial.*

*arte y la cultura en espacios públicos en República Dominicana.*

**¿Cómo asegura Carabela que los valores y principios de las empresas adquiridas se mantengan a lo largo de la transición tecnológica y de gestión?**

*Indudablemente, preservar los valores y principios de una empresa durante una transición depende en gran medida de su cultura organizacional y de los colaboradores que la conforman. Al final del día, cualquier proceso o herramienta tecnológica es susceptible de ser modificada, y si no existe un compromiso ético, podría incluso utilizarse de manera incorrecta. No podemos esperar que las máquinas tengan una “inteligencia moral”; esta es una cualidad exclusiva del ser humano.*

*altamente capacitados están siendo empleados de manera remota por empresas extranjeras, lo que deja un vacío significativo para las compañías locales que necesitan cubrir estas posiciones clave.*

*En Carabela, entendemos que superar este obstáculo requiere un enfoque estratégico en el desarrollo y retención de talento local, así como en la colaboración con instituciones educativas para formar la próxima generación de profesionales tecnológicos. Además, fomentamos ambientes laborales que promuevan el crecimiento y desarrollo profesional, lo cual es fundamental para atraer y retener el talento necesario para impulsar una verdadera transformación digital en nuestras empresas.*

**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



## Arlette Palacio

CEO, SIP Group & Educology y Co-Directora, Club de Innovación RD

## Sarah de la Cruz

CEO de Holistika y Co-Directora, Club de Innovación RD

# La tecnología es el puente hacia un mundo sostenible

- Impulsa la transformación empresarial, fomentando la innovación sostenible y colaborando en un ecosistema competitivo y desafiante.

**E**l Club de Innovación RD, fundado por Arlette Palacio y Sarah de la Cruz, se ha convertido en un centro de referencia para empresas en búsqueda de innovación en la región. Con un enfoque en fortalecer la colaboración entre empresas dominicanas e internacionales, el club actúa como un facilitador en la creación de proyectos que aporten valor y generen impacto en los negocios. Esta iniciativa, que fomenta una mentalidad innovadora, busca también fortalecer las capacidades empresariales al integrar el

aprendizaje y la innovación en cada estrategia corporativa.

Para sus empresas socias, el Club de Innovación ofrece una variedad de beneficios que van más allá de las soluciones convencionales. Al incorporar la innovación en la identidad y narrativa de cada marca, las empresas logran inspirar tanto a sus equipos como a sus clientes, diferenciándose en un mercado competitivo.

Sarah de la Cruz y Arlette Palacio, con su liderazgo en el club, comparten una visión de

crear un espacio de colaboración constante donde el aprendizaje y el intercambio de ideas impulsen el crecimiento empresarial. Gracias a alianzas como la Red Latinoamericana de Clubes de Innovación (RELACI), las empresas que forman parte de esta red pueden beneficiarse de conocimientos y experiencias compartidas, generando un ecosistema de apoyo mutuo que favorece tanto a República Dominicana como a otros países de América Latina.



Arlette Palacio

**¿Cómo ha visto que la tecnología educativa puede apoyar el crecimiento y la competitividad de las pequeñas y medianas empresas en República Dominicana?**

Las empresas dominicanas internalizan muchas externalidades que afectan enormemente su competitividad, siendo la calidad de la educación una de estas externalidades que tiene un impacto negativo en los negocios. La educación virtual enfocada en el desarrollo de habilidades y el conocimiento necesario para desempeñar un trabajo específico es una solución bastante costo-efectiva, tanto para el usuario como para las empresas, que no existía en esta medida anteriormente.

**Su plataforma LMS se enfoca en simplificar la capacitación y la integración de empleados.**

**¿Qué resultados concretos ha observado en términos de mejora de habilidades y desempeño en las empresas que la utilizan?**

Entérminos de mejora de habilidades, la mayoría de las empresas que lo utilizan ha experimentado una mejora sustancial en el periodo de tiempo que les toma capacitar a un colaborador para desempeñar una posición, lo cual incide directamente en el rendimiento. Si antes un proceso de inducción completo tomaba entre un mes y tres meses, una solución como Educology no solo ayuda a reducir el tiempo sustancialmente, sino también a automatizar el seguimiento, que es un punto de dolor recurrente para los gestores de recursos humanos.

**La educación accesible es clave para el desarrollo de un ecosistema empresarial fuerte. ¿Cuáles son los**

**mayores desafíos en democratizar el aprendizaje en el entorno laboral?**

Entiendo que el principal desafío es que aún las empresas no tratan a sus colaboradores como un activo principal; en mi experiencia, la mayoría de las empresas no invierten en el talento humano en la misma medida que invierten en otros activos. En un momento de tanta disrupción tecnológica e incertidumbre por parte de los trabajadores en relación con el futuro del trabajo y su empleabilidad, el aprendizaje en el lugar de trabajo se convierte en un aspecto clave para la productividad y el bienestar.

Otro reto es el hecho de que estamos en una época donde la mayoría de las empresas están pasando por un proceso de transformación radical de sus modelos, lo que las obliga a desarrollar la capacidad de aprender a integrar y gestionar el conocimiento en tiempo real y a fomentar una cultura de aprendizaje que permee toda la organización. Esto es clave para seguir fortaleciendo el ecosistema empresarial.

**¿Qué metas tiene para el Club de Innovación en los próximos años, y cómo imagina que su trabajo contribuirá al desarrollo de un ecosistema empresarial más innovador y colaborativo en la región?**

Este primer año nos ha permitido conocer en mayor detalle las necesidades del mercado local, y tenemos como meta introducir nuevos productos y servicios que ayuden a las empresas dominicanas a innovar y a seguir aumentando la membresía del Club.

Nuestro objetivo con el Club es, precisamente, vincular a empresas de la República Dominicana con otras de la región a través de la Red Latinoamericana de Clubes de Innovación (RELACI). Nuestras empresas están enfrentando muchos retos que otras ya han superado; ¿por qué no aprender de estas experiencias? No es necesario reinventar la rueda.

Es en esta colaboración, intercambio y transferencia de conocimientos donde se genera un círculo virtuoso que fortalece el ecosistema de innovación tanto en la República Dominicana como en la región.

Sarah de la Cruz



**Desde su rol en el Club de Innovación, ¿cuál considera que es el impacto de la tecnología en el desarrollo de emprendimientos sostenibles en República Dominicana?**

La tecnología es el puente que conecta nuestra visión de un mundo sostenible con la acción concreta de los emprendedores. En el Club de Innovación, observamos cómo la tecnología permite a los emprendedores no solo resolver problemas locales, sino también crear soluciones con impacto global desde República Dominicana. Con herramientas digitales, podemos diseñar modelos de negocio más eficientes, sostenibles y resilientes, y esto es fundamental para el contexto dominicano, donde el talento y la creatividad abundan. Aquí, la tecnología no es solo un recurso; es el habilitador que empodera a cada emprendedor para ser un agente de cambio en su comunidad y en el mundo.

**Con su experiencia en desarrollo institucional, ¿cómo ve que la colaboración entre el sector público y privado puede potenciar la innovación y el crecimiento de nuevas empresas?**

La colaboración entre el sector público y privado es una de las fuerzas más poderosas para desbloquear el potencial innovador de un país. Cuando ambos sectores unen fuerzas, se genera un ecosistema en el que las políticas públicas pueden respaldar y acelerar las ideas del sector privado.

En el Club de Innovación, fomentamos este tipo de alianzas porque creemos que un entorno colaborativo abre puertas a los recursos, conocimientos y redes que los emprendedores necesitan para crecer. Imagina un país donde el talento y la visión de los emprendedores encuentran un respaldo estratégico en la inversión y la política. Eso es posible, y juntos podemos construir ese futuro.

**El club de innovación reúne a líderes del sector. ¿Qué iniciativas recientes destacaría que están impulsando el emprendimiento en el país y cómo se vinculan con los objetivos del club?**

Desde el Club de Innovación, hemos estado creando iniciativas que buscan informar, conectar y elevar el potencial de los emprendedores dominicanos. Hemos organizado actividades para compartir las tendencias tecnológicas más relevantes, como la inteligencia artificial, que ofrece herramientas revolucionarias para el crecimiento; normas que permiten mejorar la eficiencia operativa; y metodologías para desarrollar intraemprendimientos, que potencian el espíritu emprendedor dentro de las empresas ya establecidas. Además, hemos construido espacios de colaboración entre diversas industrias y empresas, fomentando un ecosistema donde la innovación cruza fronteras sectoriales.

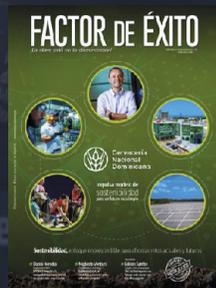
También hemos sido activos en gremios y foros que promueven la educación y la visibilidad de la innovación, subrayando su rol clave en la competitividad del país. Nuestro objetivo es claro: fortalecer el tejido empresarial dominicano para que cada emprendedor y líder vea en la innovación un pilar de crecimiento y sostenibilidad.

**Como profesional comprometida con el desarrollo sostenible, ¿qué valores personales considera clave para fomentar un ecosistema de emprendimiento responsable y qué consejo daría a nuevos emprendedores en esta línea?**

La empatía, la resiliencia y la visión de largo plazo son fundamentales para un ecosistema de emprendimiento responsable. La empatía permite entender y responder a las verdaderas necesidades de las personas y el medio ambiente; la resiliencia nos da la fortaleza para superar los retos; y la visión de largo plazo nos mantiene enfocados en crear un impacto positivo duradero. A los nuevos emprendedores, les diría: sueñen con propósito, construyan con integridad y siempre recuerden que sus acciones tienen el poder de inspirar y transformar. No están solos; en el Club de Innovación encontrarán la guía y el respaldo para que su emprendimiento sea una fuerza de cambio positivo.

# FACTOR DE ÉXITO

¡La clave está en la diferenciación!



PLATAFORMA PARA EL  
LIDERAZGO EMPRESARIAL  
Y DE NEGOCIOS



EVENTOS | REVISTA | DIGITAL | WEB SITE

ESTE  
**2025**

¡Se parte del futuro empresarial!



RESERVA TU ESPACIO  
INFO@REVISTAFACORDEEXITO.COM



Chile



Colombia



Ecuador



México



Estados Unidos: Atlanta, Miami y New York



Bahamas



República Dominicana



Jamaica



Panamá

A professional portrait of Manuel Alejandro Grullón Hernández, a man with dark hair, wearing a dark pinstriped suit jacket, a white shirt, and a red patterned tie. He is standing against a solid blue background with his hands clasped in front of him.

## Manuel Alejandro Grullón Hernández

Vicepresidente del Consejo de Administración de Banco Popular Dominicano  
Presidente y Fundador de GCS International

**Innovar con propósito:**  
la clave del éxito en la inclusión financiera

- Impulsa la tecnología financiera y la inclusión en el país, transformando el acceso a servicios en zonas rurales.



**M**anuel Grullón Hernández es un líder clave en la inclusión financiera y la innovación en República Dominicana. Con más de 15 años de trayectoria en los sectores Fintech y tecnológico, ha impulsado iniciativas que promueven el acceso financiero a través de herramientas tecnológicas, beneficiando a miles de dominicanos. Como vicepresidente del Consejo de Administración del Banco Popular Dominicano y fundador de GCS International, Grullón se ha dedicado a crear soluciones inclusivas y accesibles para diversos sectores de la población.

A través de GCS International, Grullón ha desarrollado plataformas como tPago, que facilita el acceso a servicios financieros básicos para usuarios bancarizados y no bancarizados, superando barreras de acceso en zonas rurales y urbanas.

Grullón fue el primer presidente y miembro fundador de la Asociación Dominicana de Empresas Fintech (Adofintech), donde, entre 2019 y 2021, lideró esfuerzos para fomentar la colaboración entre banca, empresas y reguladores, promoviendo un entorno financiero más accesible y resiliente. Su visión de un ecosistema inclusivo ha sido fundamental para empoderar a comunidades vulnerables y facilitar el acceso financiero en el país.

Desde su rol en el Consejo del Banco Popular, Grullón contribuye a impulsar avances tecnológicos y, con

la integración de GCS International como filial del Grupo Popular, amplía las capacidades del grupo en pagos móviles y transferencias. A través del Comité de Tecnología e Innovación, se enfoca en promover una gobernanza que balancea objetivos estratégicos con innovación y sostenibilidad, respaldada por su formación en programas de liderazgo y gobernanza, así como por un doctorado en Penn University que cursa actualmente.

Grullón fundamenta su liderazgo en valores de integridad, empatía y compromiso social, principios que orientan su visión de impacto positivo en la sociedad dominicana. Estos valores le permiten entender las necesidades de los usuarios, manteniendo un enfoque ético y de beneficio común en cada proyecto.

**Como líder pionero en la innovación financiera en República Dominicana, ¿cuál considera que ha sido el mayor impacto de la tecnología en su visión de emprendimiento y en el desarrollo de soluciones inclusivas para el país?**

*La tecnología impulsa la inclusión financiera en la República Dominicana, permitiendo que miles de personas antes excluidas participen en la economía. En los últimos 15 años, la colaboración entre fintechs, la banca y los reguladores ha facilitado el acceso a servicios esenciales desde el móvil, beneficiando a los sectores*

*vulnerables. Este impacto va más allá de la banca, promoviendo el bienestar y empoderando a individuos y comunidades para fortalecer la economía local en zonas con poco acceso a bancos físicos.*

**La creación de la primera plataforma de pago móvil con servicios financieros inclusivos fue un hito en su carrera. ¿Podría compartir alguna cifra o logro reciente que demuestre el impacto de esta iniciativa en la inclusión financiera a nivel nacional?**

*El lanzamiento de tPago por GCS International en 2010 transformó la inclusión financiera en el país. Con más de un millón de usuarios y dos millones de transacciones mensuales, tPago conecta a usuarios bancarizados y no bancarizados para gestionar sus finanzas de forma segura, eliminando barreras de tiempo y distancia.*

*La plataforma permite realizar pagos, transferencias y recargas desde el móvil, incluso sin internet, a través de una red que incluye más de 80 instituciones y empresas, facilitando el acceso financiero en zonas rurales y urbanas. Este avance impulsa el desarrollo económico al formalizar pequeños negocios y promover la inclusión digital y financiera en todo el país. Nuestro objetivo es continuar expandiendo el ecosistema de tPago para reducir las brechas de acceso financiero en la República Dominicana.*

**La tecnología es un motor clave para el crecimiento en el sector financiero. ¿Cómo fomenta la adopción de nuevas tecnologías en su equipo y qué desafíos ha enfrentado en este proceso?**

*Fomentar la adopción tecnológica requiere un entorno donde la innovación y el aprendizaje sean fundamentales. En el Grupo Popular, hemos instaurado una cultura flexible que valora el cambio y el crecimiento continuo. Cada miembro entiende que la tecnología potencia su capacidad para crear soluciones inclusivas, construyendo una organización que se reinventa para ofrecer servicios accesibles. Los principales desafíos incluyen la rápida capacitación en tecnologías emergentes como IA y análisis de datos, así como la adaptación continua sin comprometer la calidad y seguridad.*

**El emprendimiento requiere una combinación de visión y resiliencia. Desde su experiencia, ¿cuáles son las cualidades de liderazgo más importantes para transformar una idea innovadora en un negocio exitoso y escalable?**

*Liderar un emprendimiento exitoso y escalable requiere una visión clara y conectada con las necesidades del entorno. En tPago, nuestra misión fue simplificar y democratizar el acceso a servicios financieros en República Dominicana, un propósito que sigue guiando nuestras decisiones. Un líder necesita adaptarse a un entorno cambiante, escuchando al mercado y al equipo, además de mostrar resiliencia para superar desafíos regulatorios y tecnológicos.*

*La adaptabilidad es esencial en tecnología financiera, permitiéndonos ajustar el rumbo sin perder de vista los objetivos. Asimismo, las alianzas estratégicas son fundamentales para crecer de manera sostenible; en nuestro caso, las asociaciones con bancos y proveedores fueron esenciales para un ecosistema sólido.*

*Finalmente, el compromiso con el propósito y los valores no solo orienta el negocio, sino que también inspira, construyendo un liderazgo basado en la integridad y el esfuerzo por soluciones con impacto positivo en la sociedad.*

**Como promotor de la inclusión financiera, ¿cuáles son las metas futuras en este ámbito y qué datos**



**clave resaltaría sobre los progresos realizados hasta el momento en la República Dominicana?**

*La inclusión financiera en República Dominicana exige la colaboración del sector público y privado. Aunque hemos avanzado en accesibilidad digital, aún enfrentamos desafíos, especialmente para alcanzar a la población rural y vulnerable. Hoy, alrededor del 50% de los dominicanos tiene una cuenta formal, pero muchos siguen fuera del sistema financiero. La conectividad es fundamental; por ello, la red de subagentes bancarios “Mi Punto” se ha expandido a más de 700 puntos, realizando 500,000 transacciones mensuales y facilitando a personas en zonas remotas el acceso a servicios financieros.*

*La educación financiera también es esencial para un uso efectivo de estos servicios. Debería integrarse en programas educativos y enfocarse en sectores como mujeres y jóvenes, quienes se beneficiarían enormemente de herramientas de ahorro y crédito.*

**El movimiento Fintech está transformando la banca y los servicios financieros. En su rol en el Banco Popular Dominicano, ¿cómo ha integrado el enfoque de innovación tecnológica para anticiparse a las tendencias y responder a las nuevas demandas del mercado?**

*En el Banco Popular, impulsamos una visión centrada en la innovación para anticiparnos a las tendencias y responder a las demandas del mercado. Como parte de este compromiso, estamos modernizando nuestra infraestructura, integrando análisis de datos e inteligencia artificial, y ofreciendo servicios digitales accesibles y seguros.*

*Esta visión nos llevó, hace un año, a la integración de GCS International como filial del Grupo Popular, lo que*

*nos ha permitido ampliar nuestras capacidades en pagos móviles y plataformas de transferencia.*

*Además, desde mi rol como vicepresidente del Consejo de Administración del Banco Popular Dominicano y presidente del Comité de Tecnología e Innovación, he aprendido que las acciones deben estar respaldadas por una estructura de gobernanza sólida que asegure que cada proyecto de innovación no solo responda a las necesidades del mercado, sino que también esté en sintonía con los objetivos estratégicos y los valores de la organización.*

*Actualmente, estoy profundizando en este tema en mi doctorado en Penn University, donde analizo cómo los consejos de administración pueden promover una cultura de innovación responsable y sostenible.*

**La formación de startups y proyectos innovadores ha sido una constante en su trayectoria. ¿Qué estrategias utiliza para atraer inversión y capital semilla en sus emprendimientos, y cómo mantiene el impulso de crecimiento en estas iniciativas?**

*Para atraer inversión y capital semilla, considero que el principal enfoque está en propuestas de valor sólidas, alineadas con problemas reales y tendencias de mercado. Es fundamental contar con una visión clara y escalable que equilibre el impacto social y financiero, atrayendo a inversores comprometidos. Además, valoro las alianzas estratégicas que aportan capital, experiencia y redes de contacto. Busco socios que compartan la visión y contribuyan al crecimiento desde su área.*

*Asimismo, la adopción de una visión a largo plazo permite construir negocios sostenibles que generen valor para los inversores y beneficios tangibles para la sociedad.*

# LLEVA Y TRAE

MERCANCÍA PESADA PARA  
TU EMPRESA CON **EPS**



Conoce más de nuestros servicios de

**CARGA AÉREA**

y

**CARGA MARÍTIMA**



# Silvina Arce

CoFounder & CEO, Club Chief Data Officer Spain & Latam

## Los datos no solo informan, transforman organizaciones

- Lidera la innovación tecnológica en empresas de España y Latinoamérica, destacando el impacto de la cultura basada en datos.

**S**ilvina Arce, cofundadora y CEO del Club Chief Data Officer Spain & Latam, es una líder influyente en el manejo de datos en España y Latinoamérica. Desde hace más de siete años, dirige una red de más de 600 empresas de sectores como finanzas, energía, retail y telecomunicaciones, impulsando la transformación digital y promoviendo una cultura basada en datos. Este club ha formado a más de 100 especialistas en estrategia y gobernanza de datos en colaboración con el Instituto de Empresa, fortaleciendo el talento analítico en la región.

Arce utiliza el poder de los datos como herramienta clave para mejorar la toma de decisiones estratégicas y la innovación. En sectores como el financiero, los datos han permitido personalizar servicios, optimizar la gestión de riesgos y detectar fraudes, mientras que en el retail, han revolucionado el ecommerce y mejorado la logística. Su liderazgo impulsa la automatización de procesos y mejora la experiencia tanto de clientes como de colaboradores, reflejando su visión de transformar organizaciones a través de estrategias basadas en datos.

El Club Chief Data Officer ha desarrollado herramientas como dataMat y dataToolkit, utilizadas por más de 200 empresas para medir la madurez analítica y estructurar estrategias eficaces de datos. Estas iniciativas han acelerado la captura de valor en las compañías, promoviendo un cambio cultural hacia modelos "data driven". Además, fomenta el intercambio de conocimientos entre líderes mediante encuentros, workshops y visitas interempresariales, fortaleciendo la colaboración y generando soluciones innovadoras.

El éxito de Arce se basa en una visión clara y comunicativa, complementada con la promoción de una cultura organizacional de aprendizaje continuo y adaptabilidad. Su compromiso con la gobernanza de datos garantiza calidad y seguridad, elementos esenciales para una transformación digital efectiva.

En lo personal, valores como la integridad, la pasión, la empatía y la resiliencia son fundamentales en su trayectoria, ayudándola a

inspirar a otros líderes y fomentar un crecimiento sostenible. Su enfoque ético e innovador refleja el impacto positivo de la tecnología de datos en la evolución empresarial.

La visión y liderazgo de Arce destacan el papel transformador de los datos en el desarrollo de organizaciones modernas, potenciando el talento y la innovación en España y Latinoamérica.

**En el ámbito del liderazgo femenino, ¿cómo emplea usted el poder del manejo de datos para influir en la toma de decisiones y generar impacto en las organizaciones que lidera?**

*Utilizo el manejo de datos como una herramienta esencial para fundamentar nuestras decisiones estratégicas. Los datos nos proporcionan una visión objetiva de nuestras operaciones, permitiéndonos identificar áreas de mejora y oportunidades de innovación. Además, empodero a mi equipo con acceso a información precisa y relevante, promoviendo una cultura de transparencia y responsabilidad. Igualmente, con los datos impulsamos la automatización de procesos y la mejora significativa de la experiencia del cliente y de los colaboradores.*

*El tipo de liderazgo, en este sentido, está muy orientado a influir y convencer a las diferentes áreas para que diseñen y adopten soluciones basadas en datos que tengan un impacto relevante en el negocio.*

**El Club Chief Data Officer Spain & Latam cuenta con la participación de más de 600 empresas. ¿Podría compartir algún dato relevante sobre el perfil de estas empresas y cómo ha evolucionado su cultura basada en datos?**

*Las empresas del Club Chief Data Officer Spain & Latam abarcan una amplia gama de sectores, desde finanzas hasta energía, gobierno, retail, transporte, construcción, telecomunicaciones... Aproximadamente un 40% de las empresas son de la región Latam. Desde el inicio del Club hace más de 7 años, vemos una evolución muy positiva en la madurez analítica en las diferentes compañías y se ve mayor robustez en el diseño de la Estrategia*



*de Datos que están llevando a cabo y en la generación de valor con los mismos. También se ha ido creando una generación de nuevos talentos, con preparación específica para ser los Responsables de Datos en sus compañías.*

*Desde el inicio del Club, hemos preparado a más de 100 personas que han realizado la formación de la Certificación en Estrategia y Gobierno del Dato que lideramos conjuntamente con el Instituto de Empresa. Nuestro objetivo en este sentido es ayudar a promover el cambio cultural necesario en todas las organizaciones para que haya una evolución hacia un buen manejo y uso de los datos de forma global.*

**Desde su rol en Data & Analytics, ¿cómo ha observado que la tecnología de datos impulsa la innovación y transforma el emprendimiento en sectores como el financiero y el retail, tanto en España como en Latinoamérica?**

*En el sector financiero, la tecnología de datos ha permitido personalizar servicios y productos para los clientes, mejorar la detección de fraudes y optimizar la gestión de riesgos. Los datos han sido una pieza fundamental en toda la evolución fintech. En el retail, los datos ayudan a entender mejor el comportamiento del consumidor, permitiendo estrategias de marketing más efectivas y una gestión de*



inventarios y logística más eficiente. En este sector también se ha contribuido mucho a la expansión del e-commerce, con mejoras relevantes en los motores de búsqueda de productos y de ayuda a la contratación y compra online.

En ambos sectores, la capacidad de analizar y actuar sobre grandes volúmenes de datos está impulsando una ola de innovación que transforma el panorama empresarial.

**El Club Chief Data Officer busca fomentar una cultura del dato en las empresas. ¿Podría destacar algún logro reciente que demuestre el impacto de esta iniciativa en la adopción de modelos Data Driven en la región?**

En el Club hemos desarrollado dos herramientas que ayudan a la medición de la Madurez Analítica (dataMat) y al diseño de una Estrategia del Dato (dataToolkit). Estas herramientas funcionan como un estándar de mercado y están siendo utilizadas

por más de 200 compañías. Con esta medición de la madurez, ayudamos a que las empresas identifiquen sus principales retos a la hora de abordar el diseño de su estrategia y a definir bien sus prioridades. El principal logro es la aceleración de la captura de valor con datos en las compañías y promover el consenso entre las diferentes áreas de las metas a perseguir.

Adicionalmente, hemos desarrollado diferentes programas formativos para apoyar en la democratización de los datos y acelerar la adquisición de conocimientos y habilidades necesarios en diferentes áreas de negocio.

Contribuimos de esta manera a incrementar la densidad del talento en data, que actualmente está impulsando diferentes proyectos con generación de valor medible.

**El avance hacia una cultura centrada en datos requiere una estructura sólida en estrategia**

**y gobernanza. ¿Qué prácticas de liderazgo considera esenciales para promover una transformación digital exitosa en las empresas?**

Es fundamental establecer una visión clara y comunicativa que alinee a todos los niveles de la organización con los objetivos de la transformación digital. Además, fomentar una cultura de aprendizaje continuo y adaptabilidad, asegurando que los equipos estén capacitados y motivados para utilizar nuevas tecnologías. La gobernanza de datos también es crucial; implementar políticas claras y estándares para la gestión de datos garantiza su calidad, seguridad y utilidad.

Fomentar la comunicación continua y directa entre diferentes equipos de negocio facilita dar visibilidad a los logros que se van consiguiendo e impulsa un efecto “contagio” entre ellos, para ir sumando nuevas iniciativas de valor con datos.

**La colaboración entre Chief Data Officers de distintas organizaciones es fundamental para la innovación. ¿Cómo fomenta el Club Chief Data Officer este intercambio de conocimientos y cuáles han sido los beneficios más significativos?**

Tenemos diferentes formatos para facilitar el networking y la conexión entre los miembros del Club:

Encuentros trimestrales, donde se producen conversaciones en grupos de trabajo alrededor de un tema identificado previamente como relevante para la comunidad.

Workshops específicos, para tratar temas más concretos que ayuden a resolver problemáticas o generar nuevas ideas sobre cómo abordar ciertos aspectos de la gestión de los datos.

Encuentros y visitas entre empresas, donde el equipo de la empresa visitada muestra los principales logros que han conseguido y cómo han abordado los retos que se han ido planteando.

Este intercambio de conocimientos promueve la creación de iniciativas conjuntas y soluciones innovadoras que no serían posibles de manera aislada. Además, la colaboración fomenta una red de apoyo donde los líderes pueden aprender y crecer juntos.



## La transformación constante inspira el éxito empresarial

La agencia dominicana, Brandesign, consolida su liderazgo en publicidad y marketing con un galardón internacional.



Darlina Reynoso y Bacilio Valenzuela

**B**randesign, una agencia con más de una década de trayectoria en el mercado dominicano, recibió el prestigioso “Premio a la Innovación Empresarial en Publicidad y Marketing” durante los Business Management Awards 2024. La ceremonia, celebrada el 24 de octubre en el Hotel Barceló San José, Costa Rica, reunió a líderes empresariales de toda la región para celebrar la excelencia y la innovación.

“Este logro reafirma nuestra visión de ser un referente de innovación y estrategia. Agradecemos a nuestro talentoso equipo, a nuestros clientes y aliados, quienes son el motor de este éxito”, expresó Bacilio Valenzuela, gerente general de Brandesign

### Un equipo impulsado por la creatividad

La CEO de Brandesign, Darlina Reynoso, subrayó la importancia del equipo detrás del éxito: “La pasión y profesionalidad de nuestro personal nos permite diseñar soluciones efectivas, sustentadas en creatividad y servicio diferenciado”.

La agencia se ha consolidado como un líder regional gracias a su capacidad para ofrecer estrategias de branding integrales y campañas que combinan creatividad e impacto.

### De la visión al liderazgo internacional

Fundada en 2010 bajo el nombre B & D Gestión Publicitaria, Brandesign inició su transformación como una agencia digital en 2017. En 2021, la compañía realizó un rebranding significativo, adoptando su nombre actual y ampliando su oferta con nuevas tecnologías y servicios como marketing digital, animación 3D, diseño gráfico, eventos corporativos y relaciones públicas.

Su misión, liderada por Valenzuela y Reynoso, es clara: “Potenciar marcas con soluciones innovadoras y eficientes, manteniéndonos competitivos en un mercado global dinámico”.

### Impacto y visión a futuro

Más allá de su éxito corporativo, Brandesign se compromete con el desarrollo sostenible y el impacto positivo en las comunidades donde opera. Este enfoque integral fue destacado por Global Business Corporation, organizador de los Business Management Awards, al reconocer a empresas que no solo crecen, sino que también aportan valor a su entorno.

“Nuestro enfoque es la transformación constante, adaptándonos a las necesidades de nuestros clientes y superando sus expectativas con resultados sólidos y sostenibles”, agregó Valenzuela.

### Un galardón que inspira

Este premio no solo reconoce a Brandesign como una agencia de publicidad de referencia en el Caribe, sino que también refuerza su compromiso con la excelencia, la innovación y el crecimiento sostenible.

“Es un sello de calidad que avala nuestro trabajo y nos motiva a seguir innovando para nuestros clientes”, destacó Reynoso.



## REVOLUCIONANDO EL POTENCIAL HUMANO A TRAVÉS DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

**Wanda Montero**

Country President Ipsos RD

© @wandamonterop Instagram @ipsoscca

**L**a IA puede agilizar drásticamente los ciclos de innovación con conocimientos más rápidos e inteligentes para productos que pueden revolucionar el mercado. Con la capacidad de crear contenido de forma autónoma, la IA tiene el potencial de reformular el proceso tradicionalmente lineal de innovación, desde el descubrimiento de necesidades no satisfechas hasta el desarrollo completo de la combinación de productos.

Lo hace de tres maneras:

- **1-Perspectivas más ricas para una innovación más audaz:** La IA fomenta una innovación más audaz a través de conocimientos más ricos de diversos conjuntos de datos de consumidores. Cuando los modelos de IA se entrenan con diversas fuentes de datos, como encuestas, redes sociales, datos de búsqueda o datos de pruebas de productos, pueden generar ideas, conceptos, productos y paquetes más audaces, que logran mayores tasas de éxito, porque están más estrechamente alineados con las necesidades auténticas de los consumidores. Al utilizar la IA, las empresas pueden simular escenarios de productos de manera más efectiva, predecir el desempeño en el mercado y responder con prototipos y conceptos mejorados.
- **2-Ciclos optimizados para un tiempo de comercialización más rápido:** La IA transforma el NPD tradicional al hacerlo más rápido, más dinámico y continuo. Por ejemplo, la IA generativa puede producir diversas ideas para mejorar el producto utilizando datos de una sola prueba de producto, para enriquecer las etapas iniciales de desarrollo con decisiones confiables basadas en datos. Este proceso acelera la creación de prototipos y pruebas, lo que lleva a un tiempo de comercialización más rápido, con conceptos y paquetes que logran un mejor ajuste con los prototipos en las primeras etapas de innovación.
- **3-Procesos más inteligentes para hacer más con menos:** Finalmente, la IA supera las barreras comunes en las etapas tradicionales al permitir un bucle continuo de intercambio de datos, donde cada entrada puede alimentar a otra. Al utilizar de manera efectiva las fuentes de datos existentes, el proceso que alguna vez estaba restringido a etapas específicas

ahora puede comenzar en cualquier momento y desde cualquier punto. – Por ejemplo, los datos de prueba de productos se pueden usar para mejorar los conceptos con las percepciones de los consumidores relacionadas con el desempeño funcional de un producto y la experiencia del usuario. Mientras tanto, los datos de prueba de conceptos pueden acelerar el diseño de prototipos, con información relacionada con las percepciones y expectativas de los consumidores que se utilizan para predecir la aceptación de los numerosos prototipos.

“Damos forma a nuestras herramientas, nos enamoramos de ellas y, a partir de ahí, nuestras herramientas nos dan forma”: esta afirmación ilustra perfectamente la profunda influencia de la tecnología en el comportamiento humano, en particular en el sector empresarial.

A medida que entramos en una era en la que la IA se está volviendo omnipresente en las empresas, es clave entender cómo afectará a diferentes profesiones y dinámicas. Por ejemplo, los fabricantes de productos de consumo masivo están preparados para experimentar un cambio significativo en los roles y responsabilidades dentro de los departamentos de marketing y de conocimiento técnico del consumidor

**Para alcanzar el potencial de GEN AI en Investigación, se deben garantizar los siguientes 3 aspectos:**

**UTILICE HERRAMIENTAS DE AI CREADAS PARA INVESTIGAR**



Es fundamental que sus herramientas se basen en datos de investigación de mercado. Esto garantiza que los resultados sean mejores, más seguros y más relevantes.

**HAGA LAS PREGUNTAS CORRECTAS**



Para obtener la respuesta correcta, debes saber cómo hacer la pregunta correcta. Te ayudamos con eso.

**EVITE LAS TRAMPAS**



La inteligencia artificial no es perfecta. Si se utiliza mal, puede provocar alucinaciones, perpetuar prejuicios o generar problemas de seguridad.



## EL EMPRENDIMIENTO COMO FORMA DE ESTAR EN EL MUNDO

...CUANDO YO EMPRENDÍ,  
APARECIÓ OTRO...

**Alex Visic**

Coach, escritor, emprendedor digital

[www.linkedin.com/in/alex-visic/](http://www.linkedin.com/in/alex-visic/)

### ¿Cuál es la emoción característica del emprendedor?

La angustia con esperanza.

Si, seguro hay otras, y a mí me hace sentido la angustia.

El emprendedor al que me refiero anda por la vida en una emoción que le dice que algo no está funcionando como desea y le hace actuar.

Para mí, nadie emprende por desarrollo personal o por desear algo para sí, el emprendedor es un ser comprometido con el mundo y con los cambios; y actúa en la dirección de lograr esos cambios que anhela, innovando para satisfacción de alguien más.

Entonces de la comparación y diferencia entre un futuro deseado y un presente insatisfactorio, surge un dolor, una carencia que lo desafía. Si tiene la determinación a cerrar esa brecha y en tal caso aparece otro al que beneficiar, entonces estamos en el camino de emprender.

El emprendedor es un observador preocupado y se hace cargo de lo que observa. Se compra un problema. Por cierto que hay muchas cosas que le molestan del mundo en el presente y sin embargo no actúa en consecuencia. En simple, significa que es más “sensible” a algunas cosas que a otras... por eso “emprender consiste en escuchar y transformar ese saber escuchar en energía para transformar”.

Emprender no tiene que ver con hacer planes de negocios ni con predecir el futuro. El futuro no se predice, se inventa conversando con otros.

Emprender no tiene necesariamente que ver con ser empresario o con negocios rentables.

Emprender se relaciona  
con una forma de estar en el mundo.

Lo que distingue al emprendedor es que se constituye en un ser innovador y cultural que se hace cargo de lo que observa, que

dentro de ese contexto, cambia circunstancialmente la forma de vida de otros. Por cierto, que puedes emprender con fines de lucro. ¡bienvenido!

Desde esta particular forma de ver el emprendimiento, no cualquier cosa que tu sepas hacer es un emprendimiento. Ciertas habilidades, te pueden permitir hacer tu negocio y mantener a tu familia. Sólo que con el ánimo de distinguir fenómenos diferentes a esto le llamaremos, independiente de su tamaño, un negocio.

Un empresario observa una oportunidad, compete y disputa la riqueza prestando un excelente servicio. Si, no hay creación de riqueza nueva, no hay emprendimiento para mí, hay solo un legítimo, honesto y simple negocio.

El emprendimiento siempre surge en el margen de lo aceptable y no se enseña como un método, sino que se aprende en el cultivo de una sensibilidad. Nos decía el Phd Fernando Flores Labra

Hoy, presentes en un mundo de cambios, es muy importante las habilidades propias de un emprendedor: Saber escuchar, observar anomalías, desarrollar sensibilidad, innovar conversando con otros y ser creador de riqueza donde nadie lo ha hecho antes.

No todo emprendedor tiene que ser empresario, y me parece difícil que hoy un empresario pueda desarrollarse sin ser emprendedor.

Finalmente, el emprendimiento es capacidad de acción y puedes poner esa capacidad al servicio de resolver algo cotidiano o para temas complejos

Cuando yo emprendí, apareció otro ser humano en convivencia conmigo.



## REVOLUCIONANDO EL POTENCIAL HUMANO A TRAVÉS DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

**David González Natal**

Partner & North Latam General Director at LLYC

Vivimos en una época en la que la inteligencia artificial (IA) está transformando profundamente las industrias. No se trata únicamente de automatizar tareas, sino de replantear el potencial humano. Lo que está en juego no es solo el futuro de ciertos empleos, sino una revisión completa de cómo entendemos el talento y la creatividad. Lejos de deshumanizar el trabajo, la IA ofrece oportunidades únicas para potenciar las capacidades humanas. Pero hay que tener claro: la IA no es ni una amenaza absoluta ni una solución perfecta.

Más allá de una simple herramienta de sustitución, la IA tiene la capacidad de convertirse en una aliada que amplía las posibilidades de lo que los empleados pueden lograr. Contrariamente a la visión fatalista de que la automatización solo elimina trabajos, la IA también crea oportunidades. Según el Foro Económico Mundial, aunque 83 millones de empleos podrían verse afectados, se estima que surgirán 69 millones de nuevas posiciones, demandando habilidades más especializadas. Esto desafía a los empleados a evolucionar, adquirir nuevos conocimientos y adaptarse, mientras la IA los acompaña en este proceso de capacitación. Este camino redefine lo que significa ser productivo y plantea un nuevo paradigma en la forma en que las empresas gestionan y desarrollan el talento. Sin embargo, aquí surge una contradicción importante: aunque las empresas reconocen la relevancia del upskilling, muchas no invierten lo necesario para capacitar a sus equipos y aprovechar este cambio. Se reconoce su importancia, pero eso no se refleja en una inversión tangible.

Un claro ejemplo de esta transformación se observa en la publicidad, donde la IA no solo ahorra tiempo, sino que permite a los creativos enfocarse en estrategias que antes eran inalcanzables por la falta de información procesable en tiempo real. Herramientas que analizan enormes cantidades de datos permiten a los equipos de marketing,

comunicación y diseño, y otros sectores, desarrollar estrategias más complejas, delegando las tareas repetitivas a algoritmos. Esto da lugar a un ciclo creativo más ágil y dinámico, donde la tecnología no solo apoya el trabajo, sino que lo eleva a nuevos niveles.

Este impacto también se siente en el ámbito de los recursos humanos, donde la IA está mejorando los procesos de selección, el engagement y la gestión de empleados. Los sistemas que filtran currículos, analizan datos de candidatos y predicen su adecuación cultural permiten a los reclutadores centrarse en lo más importante: tomar decisiones estratégicas y conectar de manera personal con los postulantes. Según un estudio de Accenture, el 71% de los ejecutivos planea utilizar IA generativa para potenciar las habilidades de sus empleados, no para sustituirlos, reforzando así la importancia del talento humano en este entorno tecnológico.

Sin embargo, uno de los grandes retos en la adopción de la IA es la idea equivocada de que la tecnología y el talento humano están necesariamente en competencia. Para que esta colaboración sea efectiva, las empresas deben promover una cultura que valore la sinergia entre ambos. La tecnología no debe percibirse como un simple sustituto de tareas, sino como una herramienta que acompaña y potencia a los empleados. No se trata solo de ser más eficientes, sino de cómo la IA puede abrir nuevas vías de creatividad y resolución de problemas, permitiendo que las personas se concentren en lo que mejor hacen: pensar, innovar y liderar.



## TRANSFORMACIÓN DIGITAL: MÁS ALLÁ DE LAS REDES SOCIALES PARA UN CRECIMIENTO EMPRESARIAL SOSTENIBLE

**Gabriel Montiel Toro**

CEO de Boosty Digital y creador del Método Boosty

 @gabrielmontieloro 
  @gmontieloro 
  Gabriel Montiel Toro

### ¿Está tu negocio preparado para enfrentar la nueva era digital?

¿Por qué invertir en una estrategia digital? En un mundo donde cada dólar cuenta, la respuesta está en optimizar cada recurso. Como siempre digo, no se trata de gastar más, se trata de rastrear mejor y hacer que cada dólar rinda el doble. Esto significa que debemos concentrarnos en captar a aquellos usuarios que ya están buscando nuestro producto o servicio, y no solo en crear una necesidad a través de redes sociales. Enfocarse exclusivamente en redes sociales como Instagram, aunque poderoso, representa sólo una fracción del alcance digital que un negocio necesita. La estrategia digital integral requiere comprender que el 85% del proceso de captación de clientes potenciales ocurre fuera de las redes sociales. No se trata solo de estar presente en redes como una vitrina, sino de implementar un sistema de rastreo y prospección que haga visible tu negocio cuando el cliente está realmente buscando.

La realidad es que la gente no se levanta pensando en cómo darte su dinero. Las personas tienen una necesidad que desean satisfacer, y nuestra labor es estar visibles cuando esa búsqueda comienza. Es aquí donde entra en juego la importancia de los buscadores: si tu empresa está bien posicionada, te conviertes en la opción ideal en el momento en que el cliente lo necesita. No permitas que tu página web sea el florero más caro de tu casa, una website no debe ser solo estética; su función principal es rastrear y captar a esos usuarios interesados. Al rastrear correctamente, puedes impactarlos posteriormente en redes sociales, logrando un efecto similar a “me están leyendo la mente”, al aparecer tus anuncios justo donde ellos están.

Un sitio web bien optimizado es esencial para captar esa demanda natural y permitirnos rastrear a quienes muestran interés. De este modo, puedes maximizar tu inversión y asegurarte de estar presente cuando y donde el cliente te necesita.

Ahora bien, no basta con ser encontrado; una vez que los clientes potenciales lleguen a ti, el proceso debe continuar de forma fluida. ¿Qué sucede cuando ese usuario te contacta a través de distintos canales como Instagram, Facebook, Whatsapp, o correo electrónico? Aquí es donde la centralización se convierte en un activo invaluable. Un CRM omnicanal permite reunir todas estas interacciones en un solo lugar, garantizando una respuesta oportuna y una experiencia consistente.

Entonces, pregúntate: ¿Cuánto tiempo esperas tú para recibir una cotización? Vivimos en una era de inmediatez, donde los clientes esperan respuestas rápidas, incluso si te contactan a las 10 de la noche. Si no ofreces esa velocidad, corres el riesgo de perder oportunidades valiosas. Con un CRM bien implementado, cada mensaje, sin importar el canal por el que llegue, es atendido de forma eficiente, manteniendo el interés del cliente y avanzando en el proceso de venta. Automatizar y gestionar estos contactos permite no solo optimizar tiempos, sino asegurar que cada interacción suma valor hacia el cierre.

Al combinar el poder del CRM omnicanal con una página web optimizada para el rastreo, estás construyendo una estrategia que no solo atrae, sino que también retiene y convierte. La tecnología actual permite que tu inversión en marketing digital sea mucho más precisa, ayudándote a aparecer ante aquellos que realmente necesitan lo que ofreces, en lugar de intentar captar la atención de una audiencia general.

En un entorno competitivo, entender el comportamiento del usuario y saber impactar cuando esté listo para tomar una decisión es la verdadera ventaja. Así, construyes una presencia digital no solo atractiva, sino funcional y rentable, que acompaña al cliente desde la búsqueda inicial hasta la conversión final.

La optimización de estrategias digitales, sumada a un enfoque omnicanal, ha permitido a empresas de gran trayectoria adaptarse con éxito a los cambios y asegurar una gestión integral de sus comunicaciones. Invertir en herramientas de rastreo digital y en una estrategia omnicanal no solo permite captar más clientes, sino que además proporciona un sistema para gestionar cada contacto con eficiencia. En la era digital, la transformación no es una opción, es una necesidad.



## LA BIENAL DE ARQUITECTURA EN REPÚBLICA DOMINICANA: UN RENACER DE IDEAS Y ESPERANZA PARA EL FUTURO DE NUESTRAS CIUDADES

**Yermys Peña**

CEO de Construger

Después de una pausa de 12 años, la Bienal de Arquitectura en República Dominicana regresa en 2024 para avivar el fuego del diseño y la innovación en nuestro país. Con Italia como país invitado, este evento no solo marca un hito en el ámbito cultural y profesional, sino que simboliza un renacimiento de ideales en un momento crucial para nuestras ciudades. Este año, tuve el honor de servir como jurado junto a arquitectos internacionales de renombre como Alessandro Melis, Marco Casamonti y Carlo Ratti, además de Rafael Álvarez, arquitecto dominicano de gran fama en Nueva York. Con la experiencia y perspectiva global de estos destacados colegas, el jurado reflejó una síntesis de culturas y miradas sobre la arquitectura contemporánea. La Bienal rindió también un merecido homenaje al arquitecto dominicano Don Cuquí Batista, una figura cuya influencia ha dejado una profunda huella en la identidad arquitectónica de nuestro país.

Este año, el lema "Eutopías: Construyendo Ideas para el Futuro" plantea una visión provocadora sobre cómo la arquitectura puede y debe contribuir a mejorar el mundo. La palabra "eutopía", con su sentido original de "buen lugar", invita a proyectar nuestras ciudades desde una aspiración de bienestar y resiliencia, un urbanismo que mira hacia el futuro sin dejar de ser consciente de las necesidades y los desafíos del presente. Es un llamado a imaginar nuestras ciudades como espacios de paz, inclusión y respeto ambiental, donde el diseño arquitectónico sea un motor de cambio social.

El retorno de la Bienal en este momento no es una coincidencia; es un símbolo de renovación, un reflejo de cómo los arquitectos dominicanos han comenzado a replantearse el rol de sus obras en la sociedad. En la última década, la arquitectura en la República Dominicana ha evolucionado notablemente hacia la sostenibilidad, con un compromiso cada vez mayor hacia el respeto ambiental y la cohesión social. Este cambio no se habría logrado sin el liderazgo de Adis Ozuna, presidenta de la Sociedad de Arquitectos de la República Dominicana (SARD), ni sin el apoyo invaluable de Lucirys Mateo, arquitecta comprometida con la innovación y el crecimiento profesional de nuestro sector. Gracias a su visión y esfuerzo, la Bienal ha vuelto a ser un espacio de diálogo, aprendizaje y crecimiento para todos los profesionales del diseño.

Revisar cada propuesta presentada fue un ejercicio fascinante que dejó ver la evolución y madurez de nuestros arquitectos. Las obras construidas en esta edición destacan por su énfasis en eficiencia energética, su armonía con el entorno y un enfoque orientado a mejorar la vida urbana. Estas características representan una clara evolución respecto a los estilos más tradicionales, donde la estética a menudo tenía prioridad sobre el impacto social y ecológico. Hoy, las obras dominicanas integran una conciencia por el bienestar colectivo que es esencial para enfrentar los desafíos urbanos de nuestro tiempo.

En la categoría de proyectos no construidos, se encontraron propuestas innovadoras que, con un atrevimiento digno de mentes visionarias, desafían los límites del diseño. Estos conceptos, aún en fase de desarrollo, abren una ventana hacia un futuro donde nuestras ciudades pueden crecer en más de una dirección:

no solo en tamaño, sino en calidad de vida y respeto al medio ambiente. Cada propuesta es un acto de valentía creativa y, al mismo tiempo, una reflexión crítica sobre el rol de la arquitectura en la sociedad.

Uno de los aspectos más enriquecedores de esta Bienal fue la participación de estudiantes y académicos, quienes mostraron un entusiasmo contagioso por transformar nuestra realidad urbana. Los temas abordados por los jóvenes arquitectos revelan una sensibilidad que en generaciones pasadas no siempre tuvo la misma relevancia. Hoy, el cambio climático, la inclusión social y la sostenibilidad ya no son temas opcionales; son ejes transversales en la formación de nuestros futuros arquitectos. La participación de los estudiantes, con sus ideas frescas y visión disruptiva, sugiere que la arquitectura dominicana está en buenas manos y que el futuro de nuestras ciudades promete un cambio positivo.

La Bienal de Arquitectura nos recuerda que el diseño no es solo la configuración de espacios, sino una herramienta poderosa de transformación social. Este evento ha dejado un mensaje claro: la arquitectura dominicana tiene un papel fundamental en la construcción de un futuro más justo y equilibrado. Cada proyecto presentado bajo el lema "Eutopías: Construyendo Ideas para el Futuro" es una pieza de ese gran rompecabezas que, al completarse, podría darnos una ciudad más humana, inclusiva y sostenible.

Este año, el prestigioso premio de la Gran Bienal recayó en el proyecto La Casa del Bosque, diseñado por los arquitectos Luis Sabater y Alex Gormley, una obra que redefine la armonía entre arquitectura y naturaleza. Otros proyectos sobresalientes también fueron reconocidos: Bolero, de José Marion, galardonado en la categoría de diseño arquitectónico construido, y Ruinas de la Vega, un diseño no construido de Carmen Silva, que evoca magistralmente el pasado histórico del país en un contexto contemporáneo. Estos galardones son testimonio de la riqueza de la creatividad y el compromiso de los arquitectos dominicanos en todos los aspectos de su quehacer profesional.

Cada propuesta presentada es una prueba de que, unidos en una visión, podemos construir un futuro mejor. La Bienal 2024 es mucho más que un evento; es una llamada a la acción, una inspiración para quienes soñamos con ciudades que dignifiquen y eleven la vida de sus habitantes. Que cada idea sembrada aquí sea el inicio de una transformación genuina en la manera en que concebimos y vivimos nuestra arquitectura.



LEND OF



# CONGR3SO INT3RN4CIONAL M3RC4D3XPO



**KISHAWNA PECK**

DECODE THE FUTURE



**JORGE BRANGER**

THE HUMAN SIDE OF DATA



**ENGEL FONSECA**

THE PERFECT COMBINATION INFORMED INTUITION



**DAVID URIBÉ**

CONSUMER THROUGH DATA



**ANDRES SILVA**

DATA STORYTELL-IN



**XAVIER MOREANO**

WELCOME TO THE MARKET-IN



**KAREN MONTALVA**

THE POWER OF INTUITION



**AUGUSTO SALVATTO**

THE REALITY VS AI



AV. FRANCIA #129, GAZCUE, SANTO DOMINGO, R.D. TEL.: 809-689-4111, EXTS.: 2023, 2026, 2025



*Live Cap Cana* TU CIUDAD DESTINO



Disfrute de espectaculares playas, del campo de golf Punta Espada, reconocido como el No.1 del Caribe y México. Navegue desde la marina a una experiencia de pesca inolvidable o únase a la aventura de los parques temáticos Scape Park y El Dorado Water Park. Deléitese con la exquisita gastronomía de +50 restaurantes y con la hospitalidad que se ofrece en Eden Roc Cap Cana, Secrets Cap Cana, Sanctuary Cap Cana, TRS Cap Cana Hotel, Margaritaville Island Reserve Cap Cana, Hyatt Ziva y Hyatt Zilara, Sports Illustrated Resort y pronto en el St. Regis Cap Cana Resort & Residences.

1+809-CAP CANA | [WWW.CAPCANA.COM](http://WWW.CAPCANA.COM) |    

