FACTOR DE ÉXITO

¡La clave está en la diferenciación!

NEW YORK

@RevistaFactordeExito Revista Factor de Exito @RevistaFDE
www.revistafactordeexito.com

Arianny Mercedes

Fundadora de Revamped

Historias que abren puertas

Talento y tecnología:
El punto de intersección en la transformación digital

Indhira Báez
Fundadora de CEO Talks Innovation

El liderazgo aumentado: la visión de una CEO que conecta tecnología y humanidad

Open Business
Expo Cumbre Factor de Éxito 2025 Sostenibilidad y convergencia: El futuro de los negocios en el caribe

Gente de Éxito
Diego Ledesma
Consultor en transformación organizacional y liderazgo digital

"La IA no reemplaza la sensibilidad humana, la amplifica"

En New York con éxito
Eddy Jiménez
Director de cine

La tecnología impulsa el cine sin apagar su voz creativa

Revitalizing
SERUM
jannetskincare
¡Devuélvele el brillo a tu piel!
Rejuvenece con nuestro Sérum Revitalizante: Hidratación Profunda y Antioxidantes para una piel radiante.
¡Transfórmala hoy y luce tu mejor versión!
www.jannetskincare.com

EXPO Cumbre 2025

FACTOR DE ÉXITO

LIDERAZGO EMPRESARIAL
Y DE NEGOCIOS

Sostenibilidad y Convergencia: El futuro de los negocios en el Caribe

Real Estate | Energía Renovable | Turismo | MiPymes

24 y 25 de octubre 2025

Hotel Sanctuary Cap Cana

¿Por qué participar?

- Conexiones directas con inversionistas y decisores de alto nivel
- Proyectos inmobiliarios exclusivos y oportunidades de inversión premium
- Networking estratégico con líderes empresariales globales

Un encuentro diseñado para:

- Desarrolladores inmobiliarios de clase mundial
- Fondos de inversión internacionales
- Operadores hoteleros de prestigio global
- Líderes en energías renovables
- MiPymes innovadoras

¡Asegure su lugar en el evento empresarial más exclusivo del Caribe!

Sea parte del futuro empresarial del Caribe:
cada conexión es una oportunidad
para crear el próximo gran proyecto regional.

Acceda a la información aquí

[editorial]

La tecnología evoluciona, pero el talento es quien la convierte en progreso.

Isabel Figueroa de Rolo

CEO y Directora Editorial, Factor de Éxito

En un mundo donde lo digital avanza a velocidad vertiginosa, nos encontramos frente a una verdad incuestionable: la transformación digital no es una opción, es una necesidad. Pero hay algo que esta revolución no puede —ni debe— reemplazar: el factor humano.

La tecnología evoluciona, pero el talento es quien la convierte en progreso.

En esta edición internacional de Factor de Éxito, recorremos el punto de intersección donde el capital humano y la tecnología se encuentran para redefinir el presente y construir el futuro. Desde las voces que lideran la banca digital, pasando por expertos en inteligencia artificial aplicada al reclutamiento, hasta formadores de líderes que entienden que sin habilidades humanas no hay innovación sostenible, encontramos una verdad transversal: la transformación digital es tan profunda como el talento que la guía.

Según un estudio de McKinsey & Company, el 87% de las organizaciones en el mundo ya enfrentan brechas de habilidades digitales y el 61% afirma que esas brechas se han vuelto más críticas desde la pandemia. Mientras tanto, el World Economic Forum proyecta que más del 40% de las competencias laborales actuales cambiarán para 2027 debido al avance de la automatización, la inteligencia artificial y el aprendizaje automático.

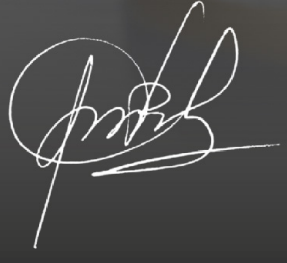
Esto nos obliga a una reflexión esencial: quien no abrace la transformación digital será sustituido por quien sí se prepare para liderarla.

No se trata solo de aprender nuevas herramientas, sino de reaprender cómo lideramos, cómo nos comunicamos y cómo resolvemos problemas en entornos cambiantes. Las empresas más exitosas no son las que más invierten en tecnología, sino aquellas que forman, valoran y escuchan a su gente. Porque incluso la IA más sofisticada necesita propósito, contexto y ética. Y eso sólo puede darlo el ser humano.

En esta edición especial, los testimonios que compartimos dan cuenta de un cambio cultural que ya no es futuro, sino presente. Desde las grandes urbes hasta las regiones emergentes, desde startups disruptivas hasta corporaciones consolidadas, vemos cómo el talento humano es el verdadero motor de la transformación digital.

Hoy más que nunca, el liderazgo se define por la capacidad de adaptarse y aprender continuamente. Quien desarrolla habilidades técnicas pero no cultiva su visión estratégica y humana, se queda a mitad del camino. Por eso, desde Factor de Éxito, apostamos por visibilizar a quienes lideran esta nueva era entendiendo que la tecnología es el medio, pero el talento es el fin.

Esta edición es un homenaje a quienes están cambiando las reglas del juego. A quienes entienden que no hay transformación digital sin transformación humana. A los líderes del presente que ya están construyendo el futuro.



LEx ADVISOR
By Liderazgo Exponencial ®

Chile

Desarrolla tu Liderazgo

Con Evidencia Neurocientífica

Nuestros entrenamientos

- ☑ Autorregulación emocional
- ☑ Toma de decisiones consciente
- ☑ Motivación basada en el cerebro social

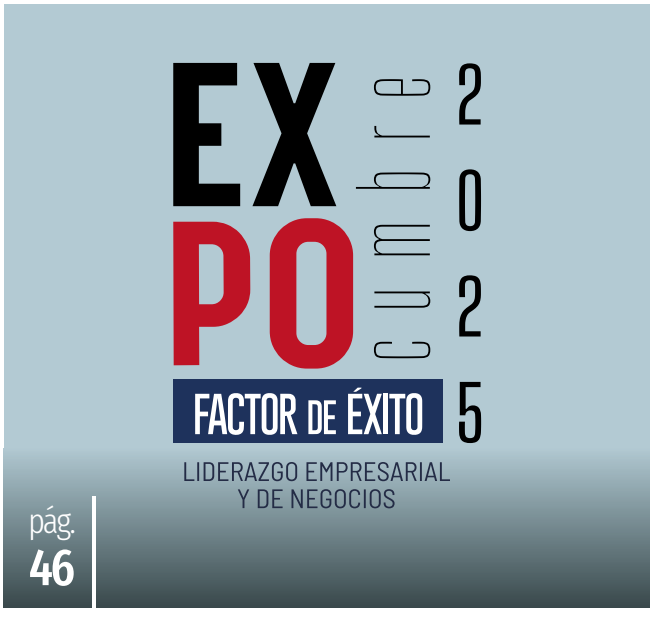
www.lexadvisors.org

contenido

portada
Historias que abren puertas
pág. 12
Arianny Mercedes
Fundadora de Revamped

interview
Liderazgo transformacional con propósito: el arte de influir, emocionar y dejar huella en la era digital
pág. 32
Ramón Fauria
Founder & CEO de Experience RF | Conferencista de alto impacto y experto en mindset, comunicación e influencia

interview
El liderazgo aumentado: la visión de una CEO que conecta tecnología y humanidad
pág. 42
Indhira Báez
Fundadora de CEO Talks Innovation


EXPO cumbre 2025
FACTOR DE ÉXITO
LIDERAZGO EMPRESARIAL Y DE NEGOCIOS
pág. 46

Gente de éxito
"La IA no reemplaza la sensibilidad humana, la amplifica"
pág. 50
Diego Ledesma
Consultor en transformación organizacional y liderazgo digital

En New York con éxito
La tecnología impulsa el cine sin apagar su voz creativa
pág. 58
Eddy Jiménez
Director de cine

Revista Factor de Éxito Nueva York
Número 15, Año 4

directorio

CEO y Directora Editorial:
Isabel Mariella Figueroa de Rolo
i.figueroaderolo@revistafactordeexito.com

Dirección Administración y Finanzas:
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

Asesora comercial:
Rosely Matos

Secretaria Administrativa:
Eimy Pimentel

Digital Content Manager:
Tina Pérez
Lina Bsaris

Web Master:
Juan Rebolledo

Digital Marketing Manager:
Jacqueline Leon

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

Asistente de Dirección Editorial:
Vanessa Vasquez

Portada:
Arianny Mercedes
Fundadora de Revamped

Articulistas de esta Edición:
Gustavos dos Santos
Jeannina Valenzuela
Andres Silva Arancibia
Alvaro Cuco De Venegas
Amarilis González
Gonzalo Zermeño

Revista Factor de Éxito New York
Instagram: @RevistaFactordeExito
Twitter: @RevistaFDE
Facebook: Revista Factor de Éxito
www.revistafactordeexito.com

Sede Principal:
Factor de Éxito Rolga Group SRL
RNC 1-3135817-9
Dirección: Av. Lope de Vega #29, Novo Centro. Nivel 3.
Local C-6.
Ensanche Naco. Santo Domingo.
Teléfonos: +1 829.340.5724 – 809.542.2479
info@revistafactordeexito.com

Mejor lugar para trabajar

Fifth Avenue Financial (FAF) celebra un hito importante en 2025 al obtener por tercer año consecutivo la recertificación como uno de los Mejores Lugares para Trabajar y, por primera vez, el reconocimiento como Mejor Lugar de Trabajo para Mujeres. Estos logros reflejan el firme compromiso de la empresa con la construcción de un entorno laboral inclusivo, diverso y orientado al bienestar de sus colaboradores.

El director ejecutivo, Scott Greenfield, destacó que estas distinciones son el resultado de una cultura organizacional basada en el respeto y la motivación: "Cuando las personas se sienten valoradas e inspiradas, pueden lograr resultados extraordinarios". Por su parte, Christina Mantzaris, directora financiera y de operaciones, subrayó la importancia de que las mujeres en la empresa se sientan apoyadas y con oportunidades de crecimiento, calificando el reconocimiento como especialmente significativo.

FAF continúa priorizando el desarrollo profesional y personal de su equipo, asegurando que cada miembro disponga de recursos y apoyo para sobresalir. La certificación Best Places to Work, otorgada globalmente, evalúa mediante encuestas a empleados y análisis de prácticas de RR. HH., garantizando que solo las organizaciones con altos estándares reciban este distintivo anual, consolidando su reputación como empleadores confiables y atractivos a nivel internacional.

Networking y celebración

Más de 175 líderes empresariales y profesionales locales participaron en la Noche de Networking de Verano, celebrada el pasado mes de julio en el recién inaugurado Complejo Borden en Long Island City. El evento marcó el 20.º aniversario del Distrito de Mejora Comercial de Long Island City (LIC BID) y reunió a figuras destacadas de la comunidad para fortalecer lazos y celebrar el desarrollo económico de la zona.

Entre los asistentes se encontraban la concejal Julie Won, el presidente de la Cámara de Comercio de Queens, Thomas Grech, y otros representantes cívicos y empresariales. Los invitados disfrutaron de bebidas y aperitivos ofrecidos por Manducatis Rustica, además de impresionantes vistas panorámicas de la ciudad, en un ambiente diseñado para fomentar la colaboración y las nuevas oportunidades de negocio.

El encuentro fue organizado por Innovo Property Group, en colaboración con LIC Partnership, LIC BID y la Cámara de Comercio de Queens. Se trató de uno de los primeros eventos comunitarios celebrados en el Complejo Borden, un desarrollo de más de 90.000 metros cuadrados que incluye espacio industrial y un moderno estudio de cine y televisión, inaugurado en marzo.

Andrew Chung, fundador y director ejecutivo de Innovo Property Group, destacó la importancia de apoyar iniciativas que fortalezcan a la comunidad y contribuyan al crecimiento dinámico de los negocios locales.

Mercado laboral e IA

Una nueva encuesta de Qlik revela que los aranceles y las disrupciones comerciales están influyendo en las decisiones profesionales de los graduados casi tanto como la inteligencia artificial (IA). El 34% de los estudiantes de las promociones 2024 y 2025 señalaron que estos factores cambiaron sus planes laborales, cifra cercana al 33% que citó a la IA como influencia principal.

Este fenómeno refleja transformaciones más amplias en la dinámica empresarial. El aumento de los aranceles y las interrupciones en la cadena de suministro global han impulsado la creación de nuevos roles, como estratega de mitigación de aranceles, gerente de relocalización o analista de resiliencia de la cadena de suministro. De hecho, una de cada cinco compañías contrata actualmente para puestos inexistentes hace cinco años.

Brendan Grady, gerente general de Qlik, subrayó que los aranceles han dejado de ser un tema político para convertirse en un factor determinante en la contratación y en las decisiones de carrera de los graduados. Además, el 31% de las empresas estadounidenses planea aumentar inversiones en cadena de suministro y manufactura durante el próximo año, pese a las disrupciones actuales.

Sin embargo, persiste un reto: solo el 57% de los líderes empresariales considera que los recién graduados están preparados, señalando la falta de habilidades en IA, automatización y análisis de datos como las principales brechas.

Alianza estratégica

New York Life Group Benefit Solutions (NYL GBS) anunció una alianza estratégica con Employee Navigator, plataforma líder en administración de beneficios, con el objetivo de ofrecer experiencias más simples y conectadas a corredores, empleadores y empleados.

La integración con el Intercambio de Datos de Employee Navigator permitirá optimizar la gestión de beneficios mediante la sincronización automatizada de datos, reduciendo la carga administrativa de los departamentos de RR. HH. También mejorará la experiencia de facturación a través de informes personalizados y facilitará la inscripción, el acceso y el procesamiento de reclamaciones para los empleados.

Corey Remillard, director de Relaciones con Productores de NYL GBS, destacó que la participación en la plataforma permitirá a los agentes conectar más fácilmente a los empleadores con las soluciones de la compañía. Por su parte, Kristina Welke, vicepresidenta de Estrategia y Soluciones, subrayó que la conectividad fluida es ahora una necesidad empresarial y que esta colaboración refuerza el compromiso de NYL GBS con la eficiencia operativa y el servicio al cliente.

Las nuevas capacidades estarán disponibles a partir del 1 de enero de 2026. Con esta alianza, NYL GBS amplía su alcance en el mercado, consolidando su reputación como líder en soluciones de beneficios y fortaleciendo la relación con corredores y empleadores a través de una experiencia simplificada y centrada en el usuario.

Capacitación laboral

La gobernadora Kathy Hochul anunció la asignación de $14.4 millones en Becas para el Desarrollo de la Fuerza Laboral, destinadas a apoyar programas de capacitación docente en SUNY, CUNY y universidades privadas de Nueva York. Los fondos se distribuirán entre el Programa de Capacitación de Paraprofesionales y el Programa de Certificación de Maestros Alternativos, con el objetivo de ampliar las vías de acceso a la docencia y abordar la escasez crítica de maestros en el estado.

El Programa de Capacitación de Paraprofesionales beneficiará a auxiliares docentes y personal de apoyo, brindándoles recursos para obtener la certificación inicial mediante programas de licenciatura. Por su parte, el Programa de Certificación Alternativa permitirá a candidatos de posgrado acceder a vías más rápidas y económicas para incorporarse a la profesión docente.

Entre los beneficiarios se encuentran SUNY New Paltz y Queens College (CUNY), que recibirán $4.5 millones bajo el primer programa, mientras que Bank Street Graduate School of Education, Adelphi, SUNY Buffalo y City College of New York obtendrán $9.9 millones para certificación alternativa.

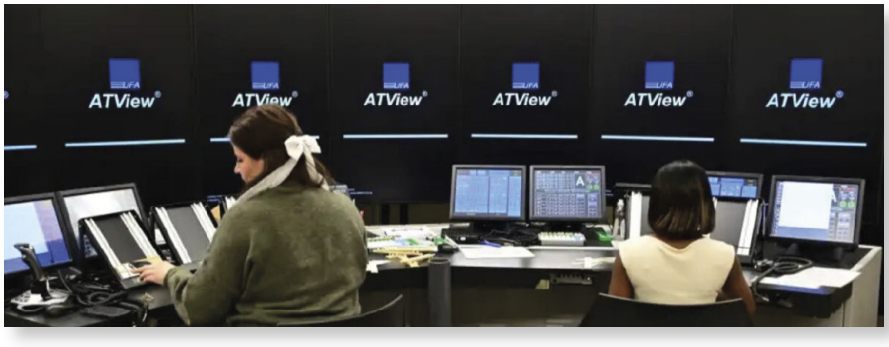
Funcionarios de SUNY, CUNY y la Comisión de Universidades Independientes destacaron que la inversión fortalece la

formación docente, elimina barreras económicas y acelera la preparación de futuros educadores. Legisladores estatales coincidieron en que estas becas son esenciales para asegurar una enseñanza de calidad y atender las necesidades de las comunidades escolares de Nueva York.

Entrenando futuros controladores aéreos

El Vaughn College of Aeronautics and Technology, en East Elmhurst, celebró la aprobación de su programa ampliado de formación de controladores de tráfico aéreo, autorizado en abril por la Administración Federal de Aviación (FAA). El programa, primero de su tipo en el noreste de EE. UU., busca enfrentar la escasez nacional de personal en este sector crítico de la aviación, ofreciendo a estudiantes locales una vía directa hacia empleos altamente demandados y bien remunerados.

La congresista Alexandria Ocasio-Cortez y el congresista Tom Suozzi respaldaron la iniciativa, destacando que brindará oportunidades a jóvenes del Bronx y Queens, al tiempo que mejorará la seguridad aérea. Suozzi subrayó que actualmente se necesitan más



de 4,000 controladores en el país y que los graduados de Vaughn podrán capacitarse directamente en instalaciones de la FAA, sin necesidad de trasladarse a la Academia en Oklahoma.

El programa permitirá entrenamientos en el New York TRACON (N90), responsable del tráfico en JFK, LaGuardia y otros aeropuertos regionales. La presidenta de Vaughn, Sharon DeVivo, y representantes de la industria como JetBlue Airways y TRACON N90, coincidieron en que la medida fortalecerá el talento local y responderá a las necesidades específicas del complejo espacio aéreo de Nueva York.

Según estimaciones, se necesitarán 71,000 controladores a nivel mundial en la próxima década, lo que convierte a este programa en un paso clave para garantizar la seguridad y eficiencia de los vuelos.

Licenciaturas en IA

Anuncian la aprobación de siete nuevos programas de licenciatura y dos especializaciones menores en inteligencia artificial (IA) en la Universidad de Buffalo (UB), que se impartirán a partir del otoño de 2025. Estas iniciativas, respaldadas con $5 millones en subvenciones estatales, forman parte del recién creado Departamento de IA y Sociedad de SUNY. Se espera que para 2030 más de 300 estudiantes se matriculen cada año en estas carreras que integran la IA con disciplinas como comunicación, economía, filosofía, ciencias políticas, geografía, lenguas y lingüística.

Los programas no solo ofrecerán formación técnica, sino también un enfoque interdisciplinario que aborde los aspectos éticos, sociales y culturales del uso de la IA. Según la gobernadora Hochul, esta inversión busca preparar a los neoyorquinos para liderar en una economía en constante transformación, aprovechando la IA como herramienta para la innovación y el bien público.

El rector de SUNY, John B. King Jr., y líderes estatales destacaron que estas titulaciones posicionan a la UB como pionera en la educación superior vinculada a la IA, reforzando además la misión de Empire AI, iniciativa que agrupa a diez universidades con más de $500 millones en financiamiento público y privado.

Con más de 200 investigadores ya trabajando en aplicaciones de IA en salud, educación y manufactura, la UB consolida su papel como referente nacional en innovación tecnológica y formación responsable de talento.

Impulsando el empleo

El senador estatal de Nueva York, Joseph Griffo (RC-Rome), reconoció recientemente a varias empresas del condado de Oneida con los Premios Empire del Senado del Estado de Nueva York, distinción que celebra a compañías líderes que destacan por su innovación, generación de empleo, contribución al crecimiento económico y compromiso comunitario.

Entre las galardonadas se encuentran Clinton Tractor and Implement Co. y Bonomo's Dari Crème, ambas en Clinton; Joe Tahan's Furniture, con sedes en Yorkville y New Hartford; y McCraith Beverages, en New York Mills. Además, Griffo visitó Morehouse Appliances, en New Hartford, para entregarles una Resolución del Senado en conmemoración de su 130° aniversario, subrayando su legado como parte esencial del tejido empresarial local.

El senador destacó que estos negocios no solo fortalecen la economía regional, sino que también reflejan el espíritu emprendedor y la dedicación al servicio de la comunidad. Asimismo, reafirmó su compromiso de apoyar a los propietarios y empleadores de todo el estado.

Griffo señaló la necesidad de mejorar el clima económico de Nueva York mediante la reducción de impuestos, costos de energía y regulaciones, con el fin de ofrecer a las empresas mayores oportunidades de crecimiento, creación de empleos y prosperidad.

Con estos reconocimientos, el Senado busca poner en valor la importancia de las empresas locales en la construcción de un futuro más sólido para la región y el estado.

Historias que abren puertas

Arianny Mercedes
Fundadora de Revamped

Estrategia y propósito para transformar carreras en la era digital

En un mundo donde la transformación digital está redefiniendo el trabajo y la forma en que los profesionales acceden a oportunidades, Arianny Mercedes ha convertido su historia en una plataforma para cambiar vidas. Como fundadora de Revamped, una consultoría global de carreras y desarrollo profesional, ha acompañado a más de 700 personas en su reinvención laboral, ayudándolas a posicionarse para roles de alto impacto y a negociar salarios competitivos en industrias como tecnología, medios, salud y finanzas. Su enfoque combina estrategia, empatía y un profundo entendimiento de las dinámicas del mercado global.

Nacida en la República Dominicana y criada en Boston, Mercedes creció observando las barreras invisibles que limitaban el acceso a educación, redes y oportunidades. Esa conciencia se convirtió en el núcleo de su misión profesional: cerrar las brechas salariales, de acceso y de habilidades que afectan especialmente a mujeres, minorías y profesionales subrepresentados. Su labor ha trascendido fronteras, impactando clientes en América Latina, Norteamérica, Europa y Asia.

En Revamped, Mercedes trabaja en dos frentes. En el ámbito individual, ofrece mentoría personalizada para perfeccionar la narrativa profesional de sus clientes, dotarlos de confianza y estrategias de negociación, y optimizar herramientas como currículums, perfiles de LinkedIn y portafolios ejecutivos. En el ámbito corporativo, implementa soluciones tecnológicas y metodologías que impulsan la equidad en los procesos de contratación, el desarrollo de habilidades y la retención de talento. En ambos casos, la tecnología se integra como un recurso que potencia —y nunca reemplaza— el valor humano.

Su filosofía de liderazgo se fundamenta en tres principios: claridad para reconocer el valor propio, estrategia para posicionarlo en el mercado y propósito para que cada logro individual contribuya al progreso colectivo. Para Mercedes, la verdadera transformación no ocurre solo cuando un cliente obtiene un nuevo puesto o mejora su salario, sino cuando adquiere la seguridad y las herramientas para liderar con autenticidad en cualquier entorno.

Radicada en Nueva York, Mercedes mantiene un fuerte vínculo con la diáspora dominicana y ve su visibilidad como una responsabilidad: inspirar a otros migrantes a reconocerse como protagonistas de su propio éxito. A través de su historia, demuestra que la combinación de confianza, narrativa personal y estrategia consciente puede abrir no solo una puerta, sino un camino entero hacia un futuro de mayor equidad y oportunidades reales.

¿Cómo influyó su experiencia como parte de la diáspora dominicana en su visión de liderazgo y en la creación de Revamped?

Llegué a Boston, Massachusetts, a los siete años, con más curiosidad que certezas sobre el mundo al que estaba entrando. No tardé en darme cuenta de las desigualdades socioeconómicas que marcaban la vida de las personas, no solo en términos de recursos materiales, sino también en el acceso a la educación, a oportunidades y a las redes que abren puertas. Esa conciencia temprana se convirtió en un hilo constante en todo lo que he hecho.

Mi entrada al mundo de los recursos humanos fue por casualidad, pero me reveló algo profundo: un empleo no solo transforma los ingresos de una persona, también moldea su confianza, su sentido de pertenencia y las posibilidades para las generaciones futuras. Comprendí que las carreras no se tratan únicamente de ganarse la vida, sino de construir identidad, influencia y legado.

Cuando fundé Revamped, llevé conmigo ambas perspectivas: la niña que había visto la inequidad de cerca y la profesional que entendía las estructuras que la perpetúan. Mi filosofía de liderazgo está construida sobre la empatía, la claridad y la convicción de que quienes rompen barreras tienen la responsabilidad de abrir el camino para que otros puedan avanzar.

Revamped ha apoyado a más de 700 profesionales en diferentes industrias y países. ¿Cuáles son las principales barreras que ha identificado y cómo trabaja para superarlas?

Las barreras que observo con más frecuencia son una combinación de factores internos y externos. Por un lado, muchos profesionales cargan con una profunda autocrítica y dudas sobre su valor, producto de haber sido ignorados o subestimados en el pasado. Esa experiencia puede moldear la manera en que se perciben y limitar lo que creen posible para sus carreras. Por otro lado, existen barreras sistémicas como prácticas de contratación poco equitativas, falta de acceso a redes influyentes y brechas salariales persistentes, que dificultan el avance incluso para quienes están altamente calificados.

En Revamped trabajamos ambos frentes con la misma intención. Ayudamos a los clientes a transformar su visión personal, sustituyendo creencias limitantes por una claridad firme sobre su valor y su potencial. Al mismo tiempo, renovamos sus herramientas profesionales —como currículum, perfil de LinkedIn, portafolio y estrategias para entrevistas— para que estén posicionados de forma competitiva

en el mercado. Esta combinación les permite no solo presentarse a las oportunidades con confianza renovada, sino también con los elementos concretos que respaldan su candidatura.

En un contexto de transformación digital, ¿cómo está utilizando herramientas tecnológicas para potenciar el desarrollo de carrera de sus clientes y optimizar procesos de empleabilidad?

En el lado negocio a cliente, mi enfoque está intencionalmente centrado en lo humano. Creo que las personas que atraviesan transiciones profesionales necesitan más que algoritmos o automatización; necesitan una mentoría personalizada, empática y adaptada a sus experiencias únicas. Con mis clientes uno a uno, esto significa un trabajo profundo e individualizado, enfocado en perfeccionar su narrativa profesional, fortalecer la confianza y dotarlos de estrategias que puedan aplicar en conversaciones y negociaciones reales. No obstante, también integro tecnología y software de gestión para fortalecer todo el ciclo de búsqueda de empleo, desde la organización y el seguimiento de aplicaciones hasta la preparación para entrevistas y la negociación de ofertas.

***En el lado negocio a negocio, la tecnología juega un papel mucho más activo. En alianzas corporativas, implementamos soluciones de software y mejores prácticas que optimizan procesos, mejoran el compromiso de los empleados y hacen que el desarrollo del talento sea medible**.*

Esto puede incluir herramientas que mejoren las evaluaciones de desempeño, plataformas que den seguimiento al desarrollo de habilidades o tecnología que facilite el aprendizaje continuo y la colaboración entre equipos. En estos entornos, la tecnología se convierte en una palanca para escalar y ganar eficiencia, garantizando que las organizaciones tomen decisiones informadas por datos sin perder de vista el elemento humano en el liderazgo y la gestión del talento.

El mercado laboral actual exige constantes procesos de upskilling y reskilling. ¿Qué estrategias recomienda para que los profesionales puedan mantenerse competitivos?

Concibo el aprendizaje como un ciclo continuo y no como una etapa temporal. Las habilidades tienen una vigencia limitada si no se actualizan de manera constante. Recomiendo crear un plan personal de crecimiento que se revise cada seis meses, asegurando que esté alineado con los cambios de la industria y con las metas a largo plazo.

Ese plan debe equilibrar el desarrollo técnico con habilidades blandas esenciales para un liderazgo efectivo, como la empatía, la adaptabilidad y la comunicación intercultural. También debe incluir exposición a perspectivas globales, ya sea a través de redes profesionales internacionales, proyectos colaborativos o experiencias culturales. Mantenerse competitivo hoy no depende solo de lo que uno sabe, sino de la capacidad de adaptarse y aplicar ese conocimiento en un entorno en constante cambio.

Ser parte de la diáspora dominicana en Estados Unidos le ha permitido acceder a redes y oportunidades globales. ¿De qué manera estas conexiones han potenciado su labor y beneficiado a sus clientes?

A lo largo de mi trayectoria, he tenido el privilegio de trabajar con clientes en distintas partes del mundo: desde América Latina y el Caribe hasta Norteamérica, Europa y regiones de Asia. Cada contexto trae consigo realidades y retos distintos. En algunos países, las barreras más evidentes son las económicas y el acceso limitado a recursos formativos. En otros, el reto se encuentra en navegar entornos corporativos altamente competitivos, donde el acceso a redes influyentes está cuidadosamente resguardado. También he visto cómo factores culturales, normativos y hasta la percepción del talento extranjero influyen en las oportunidades a las que una persona puede acceder.

Aun así, más allá de las diferencias regionales, hay un hilo común que conecta a todos: el deseo de crecer, de ser vistos y valorados, y de poder cambiar el rumbo de su vida profesional. Esa búsqueda trasciende fronteras, idiomas y husos horarios.

Mi papel, a través de Revamped, es tender puentes que acorten esas distancias. No se trata solo de ayudar a que un currículum sea competitivo o de mejorar una entrevista, sino de fortalecer la visión que cada cliente tiene de sí mismo y de lo que es posible para su futuro.

He aprendido que las conexiones globales no son únicamente canales para acceder a oportunidades, sino también espacios para compartir conocimientos, abrir la mente a nuevas formas de trabajar y descubrir que, aunque los caminos puedan variar, el objetivo final siempre es el mismo: avanzar con propósito, dignidad y confianza hacia la meta que cada uno ha trazado para sí.

Su trabajo ha sido reconocido por medios internacionales como Forbes, CNN y Business Insider. ¿Cómo utiliza esta visibilidad para inspirar a otros migrantes dominicanos?

La visibilidad es tanto un privilegio como una responsabilidad. Cada aparición en medios como Forbes, CNN o Business Insider es más que un logro personal; es una oportunidad para ampliar la narrativa de lo que significa ser un migrante dominicano. Con demasiada frecuencia, nuestras historias se cuentan únicamente desde la perspectiva de la dificultad, omitiendo el liderazgo, la innovación y la creatividad que aportamos a cada espacio en el que participamos.

Concibo las apariciones en medios como una plataforma para representar no solo mi voz, sino también las de muchos que aún no han sido escuchados. Comparto tanto los momentos de éxito como los desafíos que he enfrentado, porque quiero que otros vean el recorrido completo. Mi esperanza es que alguien, al leer un artículo o ver una entrevista, reconozca una parte de su propia historia en la mía y, al hacerlo, se sienta con la fuerza y la determinación

de buscar oportunidades que antes creía fuera de su alcance.

Como experta en estrategia de marca personal y negociación salarial, ¿qué papel juegan la confianza y la narrativa personal en alcanzar roles de alto impacto?

La confianza es la base de todo avance profesional, pero a menudo se malinterpreta. La verdadera confianza no consiste en ser la voz más fuerte en la sala ni en proyectar perfección todo el tiempo. Es la creencia silenciosa e inquebrantable en el valor que uno aporta, incluso frente a la incertidumbre o la competencia. La narrativa personal es lo que le da forma y vida a esa creencia, transformando una verdad interna en una conexión externa.

Una historia convincente es más que una línea de tiempo de empleos o una lista de logros. Es el hilo que une experiencias, habilidades y valores en un relato con el que otros pueden identificarse. Cuando se cuenta con claridad y autenticidad, la historia se convierte en un puente entre el recorrido personal y la visión de futuro de un empleador.

En mi trabajo, ayudo a los clientes a descubrir no solo lo que han hecho, sino por qué importa y cómo se alinea con los roles que buscan. Este proceso a menudo cambia la forma en que se perciben a sí mismos, reemplazando la duda por confianza. Los candidatos más exitosos son aquellos que llegan a una entrevista no solo preparados para responder preguntas, sino para inspirar a la persona frente a ellos a creer en un futuro compartido. Cuando la confianza y la narrativa se encuentran, el resultado no es solo conseguir el puesto, sino asumirlo con propósito e impacto.

Representa a la diáspora dominicana en Nueva York y ha construido una trayectoria profesional destacada como migrante. ¿Cómo fue el camino para lograr lo que ha cosechado y qué aprendizajes marcaron ese recorrido?

Crecí en Boston, Massachusetts, y esa ciudad siempre será parte de mí. Pero mudarme a Nueva York fue el cambio que no sabía que necesitaba. Nueva York me dio un sentido de conexión tanto profesional como personal. Aquí, mi cultura no es algo que deba buscar: está presente en la música de las calles, en la comida de los barrios y en los rostros de la comunidad. Está en todas partes, integrada en el tejido de la ciudad.

Ese entorno me recordó cada día de dónde vengo, al mismo tiempo que me impulsó a ir más allá. Mi camino no ha estado libre de desafíos: hubo momentos de duda, etapas en las que tuve que reconstruirme desde cero y situaciones en las que tuve que demostrar mi valor una y otra vez. Pero vivir y trabajar en Nueva York, rodeada de una representación vibrante de mi herencia, me dio la motivación para seguir adelante.

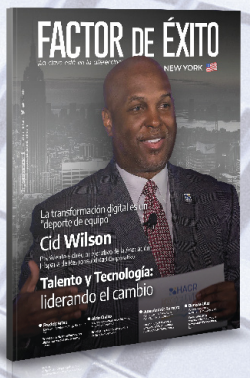
Las lecciones que me llevo de este recorrido son claras: el éxito rara vez es lineal, la comunidad es una fuente de fortaleza y la inversión en uno mismo no es negociable. Sin importar la ciudad, esas lecciones me acompañan y moldean la manera en que lidero, sirvo y creo oportunidades para los demás.

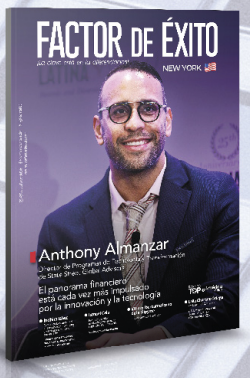
EVENTOS | REVISTA | DIGITAL | WEB SITE

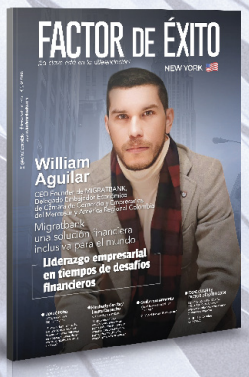
FDE
FACTOR DE ÉXITO

PLATAFORMA INTERNACIONAL PARA EL

LIDERAZGO, EMPRESARIAL Y DE NEGOCIOS







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

Edgar **Pérez**

Conferencista Internacional y Experto en Innovación Tecnológica

"La comunicación es el puente entre la innovación y la adopción"

Liderazgo global que une innovación tecnológica y desarrollo humano para la transformación empresarial

Con una carrera que abarca desde los pasillos corporativos de Citigroup, IBM y McKinsey hasta escenarios en ciudades icónicas como Dubái, Singapur, Londres y Pekín, Edgar Pérez se ha consolidado como una de las voces más influyentes en el diálogo global sobre innovación y transformación digital. Autor de bestsellers, conferencista internacional y estratega visionario, su trabajo explora la intersección entre tecnologías disruptivas como la inteligencia artificial, la computación cuántica, el 6G y la transformación de las organizaciones con el talento humano en el centro.

Pérez es un defensor de un principio claro: la tecnología debe servir para potenciar a las personas, no para sustituirlas. Su enfoque, que ha inspirado a audiencias en más de 25 países, se basa en la integración equilibrada de herramientas digitales con programas sólidos de formación, upskilling y reskilling, asegurando que cada innovación se traduzca en empoderamiento humano y competitividad empresarial.

Reconocido por su presencia en medios como CNN, CNBC, Bloomberg TV y The New York Times, y por su colaboración con corporaciones globales como Huawei, Microsoft, Dell y Franklin Templeton, Pérez aporta a cada escenario una combinación única de rigor técnico, visión estratégica y energía motivadora. Su experiencia le ha permitido ser testigo y protagonista de casos de éxito donde la IA, la automatización y la cultura organizacional convergen para generar cambios sostenibles.

Más allá del ámbito corporativo, este profesional proyecta su personalidad vibrante en la música y el baile, pasión que le ha enseñado la importancia del ritmo, las pausas y la conexión emocional con la audiencia. Este sello personal convierte sus conferencias en experiencias memorables que van más allá del conocimiento técnico, inspirando a líderes a repensar sus modelos de negocio y a abrazar la transformación con propósito.

Para Pérez, el futuro de la gestión empresarial no está solo en adoptar la tecnología más avanzada, sino en crear culturas organizacionales donde el talento humano y la innovación caminen de la mano hacia un mismo horizonte. En un mundo en el que la transformación digital es ineludible, su mensaje es tan claro como urgente: el verdadero cambio comienza en las personas.

EP EDGAR PEREZ

Su trayectoria le ha permitido trabajar con empresas líderes en distintos sectores. Desde su perspectiva, ¿cuál es el mayor reto que enfrentan las organizaciones al buscar equilibrar la implementación de tecnologías disruptivas con el desarrollo y bienestar de su talento humano?

El mayor reto es evitar que la tecnología se convierta en un fin en sí mismo, olvidando que son las personas quienes dan sentido y dirección a cualquier innovación. En mis conferencias y seminarios en más de 25 países, desde Naples Beach y Londres hasta Dubái y Shanghái, he visto que las organizaciones que triunfan son aquellas que integran la tecnología como una herramienta para empoderar al talento, no para reemplazarlo.

El equilibrio se logra cuando la inversión en herramientas digitales va acompañada de un compromiso real con la formación, el bienestar y la motivación del equipo humano.

En esta edición destacamos cómo la inteligencia artificial y la automatización están revolucionando la gestión del talento. ¿Qué recomendaciones ofrecería a líderes empresariales que buscan implementar estas herramientas manteniendo al factor humano en el centro de la estrategia?

Primero, adoptar una visión de "IA aumentativa" y no "IA sustitutiva", entendiendo que la inteligencia artificial debe complementar las capacidades humanas. Segundo, involucrar a los equipos desde el inicio para reducir la resistencia al cambio y fomentar la apropiación de la tecnología. Y tercero, invertir en programas continuos de actualización y reskilling que permitan que cada colaborador evolucione junto con la tecnología.

La automatización sin un plan humano sólido es como un barco sin timón, hecho que, lamentablemente, he percibido en compañías grandes y pequeñas.

Ha compartido su visión en foros globales sobre tecnologías como IA, computación cuántica y 6G. ¿Qué tendencias considera que marcarán la próxima ola de transformación digital en la gestión empresarial?

En realidad, somos privilegiados de estar en la antesala de tres grandes revoluciones: la convergencia de la IA con la computación cuántica, la hiperpersonalización de experiencias gracias al análisis predictivo avanzado y la conectividad extrema que traerá el 6G. En los escenarios globales donde participo, incluyendo foros en Asia, Europa, Medio Oriente y América, encuentro que las empresas que adopten estas tecnologías de forma estratégica y ética liderarán la próxima década.

El upskilling y reskilling son esenciales en entornos de cambio acelerado. ¿Qué modelos de capacitación considera más efectivos para preparar a las personas en un escenario donde la tecnología evoluciona de manera exponencial?

Los modelos más efectivos son los que combinan experiencias inmersivas con aplicación práctica inmediata. En mis seminarios globales, he comprobado que el aprendizaje basado en proyectos reales, sumado a simulaciones y casos de estudio adaptados a la industria, genera una comprensión profunda y duradera. Además, el microlearning, con contenidos cortos, frecuentes y actualizados, es ideal para mantener la relevancia en un mundo donde la tecnología cambia a velocidad exponencial.

Con experiencia en ciudades tan diversas como Singapur, Dubái y Nueva York, ¿qué lecciones ha identificado sobre la adaptación cultural y organizacional en procesos de transformación digital?

Cada ciudad me ha enseñado algo distinto: en Singapur, ciudad-Estado que acaba de celebrar los 60 años de su independencia, la importancia de la planificación meticulosa; en Dubái, la audacia para pensar en grande; y en Nueva York, la velocidad para ejecutar.

La clave está en adaptar la estrategia a la cultura local, respetando valores y estilos de comunicación, pero manteniendo una visión global. Las transformaciones más exitosas son las que logran integrar diversidad cultural con objetivos compartidos.

La transformación digital abarca desde servicios financieros hasta sostenibilidad impulsada por tecnología. ¿Cómo pueden las empresas crear una estrategia integral que conecte la innovación tecnológica con objetivos de negocio y responsabilidad social?

La innovación tecnológica no puede vivir aislada de los objetivos estratégicos ni de la responsabilidad social. Recomiendo que toda empresa diseñe una "hoja de ruta" donde cada iniciativa tecnológica esté vinculada explícitamente con una meta de negocio y un impacto positivo en la comunidad o el medio ambiente. Por ejemplo, he visto compañías en América Latina usar IA para optimizar cadenas de suministro y, al mismo tiempo, reducir emisiones de dióxido de carbono. Esa doble contribución es lo que genera valor sostenible.

Como autor y conferencista, ha inspirado a líderes en todo el mundo. ¿Qué papel juega la comunicación efectiva para impulsar la adopción de nuevas tecnologías dentro de las organizaciones?

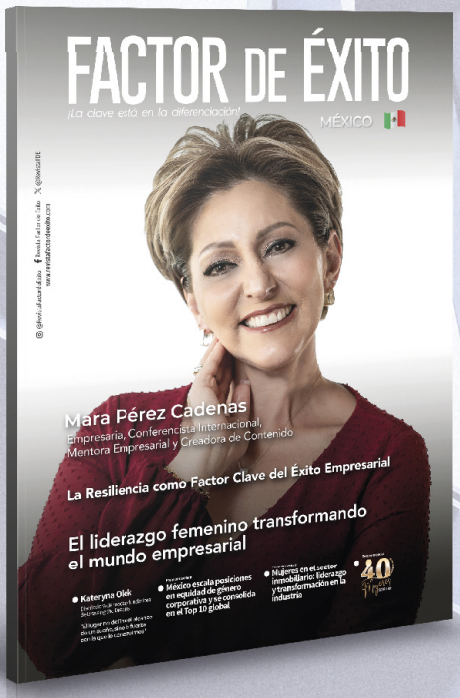
La comunicación es el puente entre la innovación y la adopción. En mis conferencias frente a accionistas y directivos, utilizo un lenguaje claro, historias inspiradoras y ejemplos tangibles que conectan la tecnología con la vida diaria. Un mensaje mal transmitido puede frenar incluso la innovación más brillante; en cambio, una comunicación efectiva convierte la incertidumbre en entusiasmo y compromiso.

Más allá de su faceta profesional, ¿cómo su energía personal y sus pasiones, como la música, influyen en su capacidad para conectar con audiencias y transmitir mensajes transformadores?

Dentro de las artes, me apasiona el baile. Me recuerda que toda presentación debe tener ritmo, pausas y momentos de clímax. Esa misma sensibilidad la aplico en el escenario para mantener a la audiencia emocionada y atenta, ignorando incluso los mensajes en el teléfono.

Mi energía viene de la convicción de que cada interacción es una oportunidad para transformar la forma en que alguien ve el futuro. Y creo que esa pasión genuina se percibe, ya sea que esté frente a 50 líderes en Santiago o ante miles de ejecutivos en Pekín.

PLATAFORMA INTERNACIONAL PARA EL LIDERAZGO, EMPRESARIAL Y DE NEGOCIOS



EVENTOS | REVISTA | DIGITAL | WEB SITE

FDE
FACTOR DE ÉXITO

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

DESCARGA TODAS NUESTRAS **EDICIONES AQUI**

Festival une a los latinos emprendedores en Nueva York

El Bronx fue escenario del Primer Festival de Emprendedores Latino USA, un espacio que celebró la creatividad y resiliencia de la comunidad.

Más de 40 emprendimientos de diversas áreas participaron en el Primer Festival de Emprendedores Latino USA, celebrado con éxito en el Parque Poe del Bronx, en un evento histórico que resaltó el talento, la creatividad y la fuerza de la comunidad latina.

La iniciativa contó con el respaldo de líderes electos como el asambleísta George Álvarez (Distrito 78), la concejal Pierina Sánchez (Distrito 14) y el concejal Oswald Félix (Distrito 78), quienes reafirmaron su apoyo a las iniciativas de emprendimiento local.

El festival fue concebido como un encuentro comunitario y familiar con actividades para todas las edades, que incluyeron comida gratuita, expresiones artísticas y culturales, así como una presentación musical del artista Nicol Peña.

Durante la jornada también se entregaron reconocimientos a destacadas figuras. Nicol Peña recibió una proclama por sus 25 años de trayectoria artística, mientras que El Pachá fue homenajeado por su impacto en los medios de comunicación de Nueva York.

La presidenta de Emprendedores Latino USA, Matibel Pérez, celebró el éxito de la convocatoria y destacó la importancia de construir espacios que fortalezcan al sector: “Este es solo el inicio de una gran estructura que busca apoyar y visibilizar a los emprendedores latinos. En la unión está la fuerza y unidos somos más fuertes”.

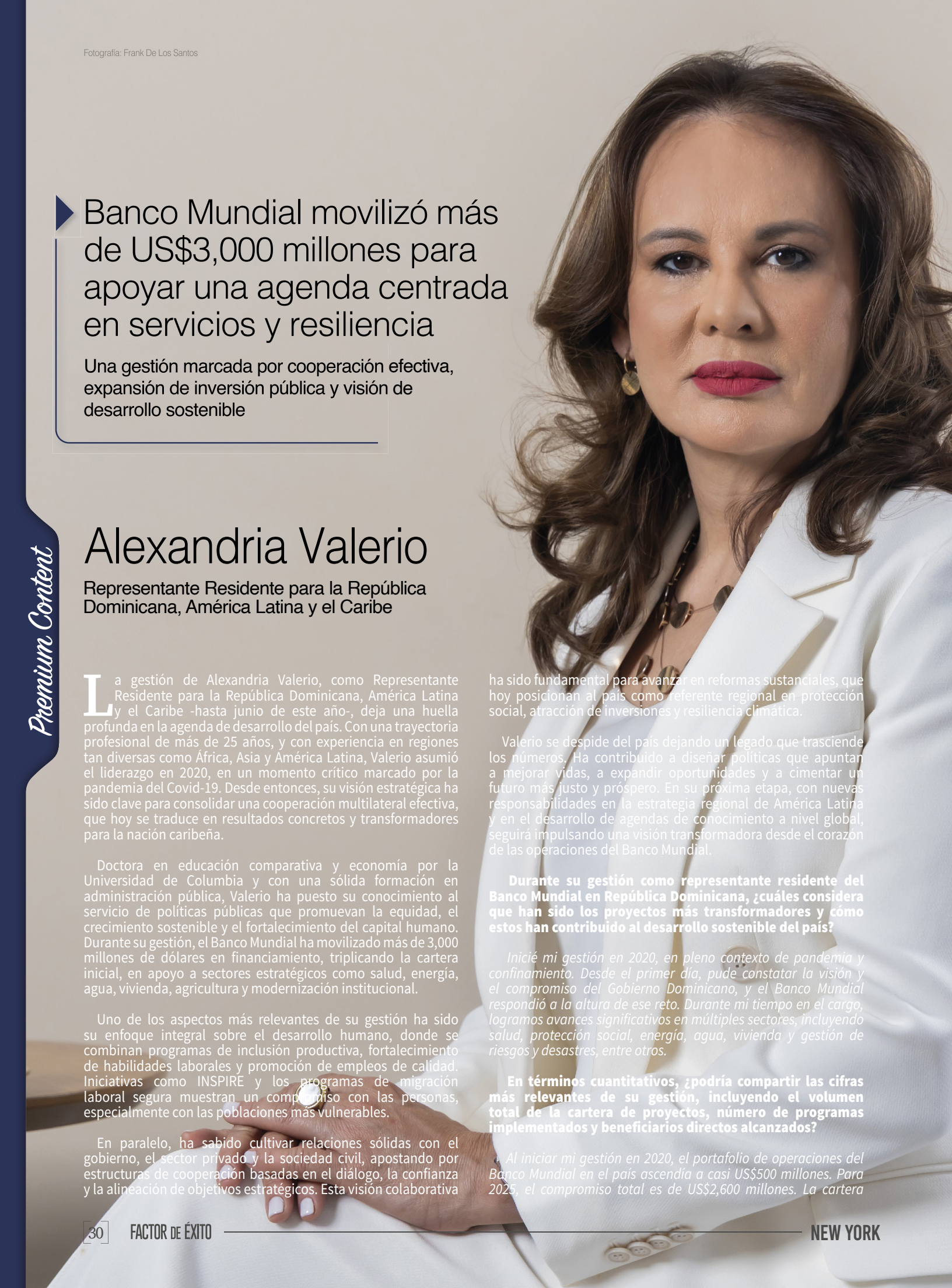
Finalmente, Pérez hizo un llamado a los emprendedores de la región a sumarse al movimiento y ser parte activa de la organización.

Para más información, pueden comunicarse al 917-736-6918.

Vive Cap Cana
TU CIUDAD DESTINO
1+809-CAP CANA | WWW.CAPCANA.COM |

CAPCANA
Ciudad Destino

Fotografía: Frank De Los Santos



Premium Content

Banco Mundial movilizó más de US$3,000 millones para apoyar una agenda centrada en servicios y resiliencia

Una gestión marcada por cooperación efectiva, expansión de inversión pública y visión de desarrollo sostenible

Alexandria Valerio

Representante Residente para la República Dominicana, América Latina y el Caribe

La gestión de Alexandria Valerio, como Representante Residente para la República Dominicana, América Latina y el Caribe -hasta junio de este año-, deja una huella profunda en la agenda de desarrollo del país. Con una trayectoria profesional de más de 25 años, y con experiencia en regiones tan diversas como África, Asia y América Latina, Valerio asumió el liderazgo en 2020, en un momento crítico marcado por la pandemia del Covid-19. Desde entonces, su visión estratégica ha sido clave para consolidar una cooperación multilateral efectiva, que hoy se traduce en resultados concretos y transformadores para la nación caribeña.

Doctora en educación comparativa y economía por la Universidad de Columbia y con una sólida formación en administración pública, Valerio ha puesto su conocimiento al servicio de políticas públicas que promuevan la equidad, el crecimiento sostenible y el fortalecimiento del capital humano. Durante su gestión, el Banco Mundial ha movilizado más de 3,000 millones de dólares en financiamiento, triplicando la cartera inicial, en apoyo a sectores estratégicos como salud, energía, agua, vivienda, agricultura y modernización institucional.

Uno de los aspectos más relevantes de su gestión ha sido su enfoque integral sobre el desarrollo humano, donde se combinan programas de inclusión productiva, fortalecimiento de habilidades laborales y promoción de empleos de calidad. Iniciativas como INSPIRE y los programas de migración laboral segura muestran un compromiso con las personas, especialmente con las poblaciones más vulnerables.

En paralelo, ha sabido cultivar relaciones sólidas con el gobierno, el sector privado y la sociedad civil, apostando por estructuras de cooperación basadas en el diálogo, la confianza y la alineación de objetivos estratégicos. Esta visión colaborativa ha sido fundamental para avanzar en reformas sustanciales, que hoy posicionan al país como referente regional en protección social, atracción de inversiones y resiliencia climática.

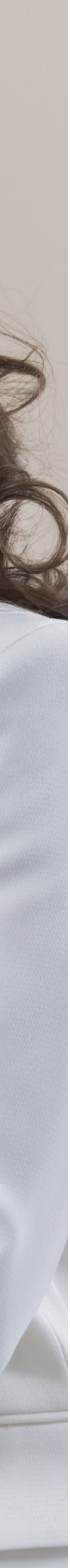
Valerio se despide del país dejando un legado que trasciende los números. Ha contribuido a diseñar políticas que apuntan a mejorar vidas, a expandir oportunidades y a cimentar un futuro más justo y próspero. En su próxima etapa, con nuevas responsabilidades en la estrategia regional de América Latina y en el desarrollo de agendas de conocimiento a nivel global, seguirá impulsando una visión transformadora desde el corazón de las operaciones del Banco Mundial.

Durante su gestión como representante residente del Banco Mundial en República Dominicana, ¿cuáles considera que han sido los proyectos más transformadores y cómo estos han contribuido al desarrollo sostenible del país?

Inicié mi gestión en 2020, en pleno contexto de pandemia y confinamiento. Desde el primer día, pude constatar la visión y el compromiso del Gobierno Dominicano, y el Banco Mundial respondió a la altura de ese reto. Durante mi tiempo en el cargo, logramos avances significativos en múltiples sectores, incluyendo salud, protección social, energía, agua, vivienda y gestión de riesgos y desastres, entre otros.

En términos cuantitativos, ¿podría compartir las cifras más relevantes de su gestión, incluyendo el volumen total de la cartera de proyectos, número de programas implementados y beneficiarios directos alcanzados?

Al iniciar mi gestión en 2020, el portafolio de operaciones del Banco Mundial en el país ascendía a casi US$500 millones. Para 2025, el compromiso total es de US$2,600 millones. La cartera



activa actual asciende a US$1,890 millones en apoyo a sectores clave como energía, salud, modernización del Estado, vivienda, agua potable y saneamiento, agricultura resiliente y protección social. Cada una de estas operaciones tiene beneficiarios distintos, alineados con las prioridades estratégicas del país.

Durante su período como representante residente, ¿cuál ha sido el monto total de inversiones y financiamiento movilizado por el Banco Mundial en República Dominicana, y cómo se ha distribuido entre los diferentes sectores prioritarios?

Durante mi gestión, el Banco Mundial ha movilizado más de US$3,000 millones en financiamiento para apoyar una agenda de desarrollo del Estado centrada con un enfoque en mejorar los servicios públicos, generar más empleos de calidad y aumentar la resiliencia de la infraestructura del país frente al cambio climático. Este aumento en el financiamiento para el sector público es parte de una estrategia más amplia que busca apalancar inversión privada en sectores clave del desarrollo. Para acelerar la ejecución de los proyectos, contamos con una estrategia adaptada al terreno y de apoyo a los equipos.

Considerando su extensa experiencia en educación y desarrollo de competencias, ¿qué iniciativas específicas ha implementado para fortalecer el capital humano en República Dominicana y qué resultados tangibles se han alcanzado?

Ajay Banga, presidente del Grupo Banco Mundial, ha enfatizado que el desarrollo del capital humano y la generación de empleo son fundamentales para desbloquear el potencial de las personas, ofreciendo un camino para salir de la pobreza, empoderar a las mujeres, dar esperanza a las nuevas generaciones y construir comunidades más fuertes. Este es un tema que llevo muy cerca de mi corazón, ya que he dedicado gran parte de mi carrera profesional—tanto como investigadora, autora académica y gerente de operaciones en distintas regiones del mundo—a promover políticas y programas que fortalezcan las oportunidades de aprendizaje, inclusión productiva y desarrollo del talento humano.

Desde el Banco Mundial, apoyamos al país en la generación de empleo a través de programas como INSPIRE, apoyo al sistema de salud e infraestructura sanitaria, y un programa enfocado en fortalecer las habilidades de los trabajadores dominicanos y facilitar una migración legal, ordenada y segura hacia el mercado europeo.

¿Cómo ha evolucionado la relación entre el Banco Mundial y las instituciones dominicanas durante su período, y qué estructuras de cooperación considera más efectivas para el futuro?

El liderazgo estratégico del Gobierno ha sido fundamental para avanzar en la agenda de desarrollo. A lo largo de mi trayectoria, las rigurosas y productivas reuniones con los ministerios de Economía y Hacienda han tenido un impacto significativo en la ejecución de reformas clave.

Asimismo, he sido testigo de una creciente sinergia con el sector privado, la academia, la sociedad civil y nuestros socios de cooperación internacional. De cara al futuro, serán mas efectivas aquellas estructuras de cooperación basadas en el diálogo continuo y en la alineación de objetivos estratégicos con el gobierno nacional, para asegurar una implementación efectiva y sostenida de las políticas públicas.

Considerando su experiencia previa en múltiples regiones del mundo, ¿qué aspectos únicos o particulares ha encontrado en el proceso de desarrollo de República Dominicana que podrían servir como modelo para otros países?

El país ha registrado un aumento sostenido en la inversión extranjera directa, especialmente en el sector turístico, impulsado por políticas públicas favorables y un entorno macroeconómico atractivo para los inversores. Paralelamente, ha avanzado en la redución de los riesgos climáticos y la conservación de la biodiversidad. Su sistema de Protección Social es un referente global y el entorno de estabilidad política combinado con un sector privado dinámico han sido fundamentales para el desempeño económico excepcional del país, y que le ayudarán a transitar con mayor fortaleza tanto los vientos a favor como los vientos en contra que puedan surgir en un contexto global de constantes transformaciones.

Al concluir su gestión, ¿cuál considera que es el legado más significativo que deja en República Dominicana y qué visión tiene para el futuro desarrollo del país en colaboración con el Banco Mundial?

Haber servido como representante del Banco Mundial en la República Dominicana ha sido uno de los capítulos más significativos de mi trayectoria profesional y personal.

El legado más significativo que dejo es, sin duda, haber contribuido junto a nuestras contrapartes nacionales al diseño e implementación de políticas públicas que aspiran a mejorar vidas y hacer realidad los sueños de las familias dominicanas.

A futuro, el Banco Mundial seguirá comprometido a través de un programa ambicioso que acompañe el crecimiento económico del país, y que garantice que la prosperidad y el bienestar lleguen a más dominicanos y dominicanas—hoy y en las generaciones por venir.

¿Podría compartirnos cuál será su próximo rol dentro del Banco Mundial y qué expectativas tiene para esta nueva etapa?

Mi próximo rol en el Banco Mundial combinará responsabilidades vinculadas a la estrategia regional de operaciones para América Latina y el Caribe, y el desarrollo de agendas de conocimiento a nivel global, especialmente en formación y capacitación innovadoras, alineadas con el contexto actual y las demandas del mercado laboral. Una fuerza laboral actualizada será clave para atraer inversiones, generar empleos de calidad y fortalecer las cadenas de valor.

Ramón **Fauria**

Founder & CEO de Experience RF | Conferencista de alto impacto y experto en mindset, comunicación e influencia

Liderazgo transformacional con propósito: el arte de influir, emocionar y dejar huella en la era digital

"La transformación digital es, sobre todo, una transformación cultural... y eso exige un cambio de mindset."

Ramón Fauria no solo lidera desde el conocimiento, sino desde la experiencia emocional. Ex abogado con sólida trayectoria en Londres y Barcelona, decidió dejar atrás su carrera tradicional para dedicarse a lo que verdaderamente le apasiona: el desarrollo del factor humano. Hoy es uno de los referentes más solicitados en liderazgo transformacional, comunicación de alto impacto y mentalismo corporativo en Europa y América Latina.

Su propuesta —una mezcla de contenido estratégico, participación emocional e intervenciones memorables— ha impactado a empresas de primer nivel en sectores como tecnología, salud, banca, automoción, energía y lujo. Ha logrado algo que pocos consiguen: unir el pensamiento crítico con el poder de la emoción para movilizar culturas organizacionales hacia el cambio positivo, sostenible y humano.

En esta entrevista exclusiva para nuestra edición internacional de Factor de Éxito, Ramón comparte claves sobre cómo preparar el talento del presente y del futuro ante el auge de la inteligencia artificial, el valor del mindset como raíz de toda transformación y por qué el entretenimiento con propósito puede ser una de las herramientas más poderosas en la era digital.

Su enfoque en el "factor humano" y el poder del mindset ha transformado múltiples escenarios empresariales. ¿Podría compartirnos una cifra o indicador que refleje el impacto cuantificable que ha logrado con alguna de sus intervenciones en empresas o eventos?

Hoy en día hay dispositivos que miden el impacto que las conferencias o presentaciones tienen en la audiencia en cada momento y en el momento (por ejemplo, los picos de atencionalidad), pero todavía no es común. Por otro lado, hemos de tener en cuenta que en gran medida estamos hablando de emociones, un intangible que es difícil cuantificar. Los instrumentos que pueden ayudar un poco a medir la satisfacción, la efectividad, la utilidad y otros aspectos son las entrevistas, cuestionarios, feedback o evaluaciones 360º.

Una intervención adecuada, bien pensada y ejecutada, tiene un gran impacto en la conciencia, en la responsabilidad y proactividad y en la toma de acción de los asistentes, y por ende en la cuenta de resultados. Más concretamente, también tiene efecto en la retención de talento, en la productividad, en el clima laboral, en el compromiso, en la fidelización, en el desarrollo de habilidades, en el impacto de la comunicación y mensajes estratégicos que se desean transmitir o realzar, etc. Pero como digo disponer de cifras concretas es complejo porque también depende de otros aspectos ajenos a la intervención en sí, como puede ser la publicidad, la promoción, la preparación, etc.

En un contexto donde talento y tecnología convergen en la transformación digital, ¿cuáles considera usted que son las "powerskills" más urgentes a desarrollar en los equipos de alto rendimiento hoy en día?

Aparte de un buen dominio de la técnica y saber sacarle partido a los datos, las "powerskills" que han triunfado desde antaño y a lo largo de la historia universal:

Autoconocimiento (la tecnología avanza a pasos agigantados y sin embargo el conocimiento interior sigue lento y estancado), la autoconciencia, la colaboración, la inteligencia emocional, técnicas de comunicación efectiva y avanzada, los valores (como especialmente la integridad y ética, la excelencia (foco en mejorar cada día uno mismo más que reflejarse en la competencia, foco en el rendimiento más que en el resultado…), la proactividad, la perseverancia, la humildad, la pasión, el aportar valor positivo a los demás…), todos al fin y al cabo muy relacionados con una mirada humanista y una adecuada mentalidad.

No olvidemos que cuando hablamos de transformación digital, estamos hablando de transformación cultural, y eso exige un cambio de mindset. Uno de los powerskills más poderosos y cruciales es saber gestionar adecuadamente nuestra mente y la de los demás. La mente (y la mentalidad, desde donde participamos mentalmente ante todo lo que nos acontece) lo es todo. Acaba siendo la raíz de toda transformación, liderazgo, comunicación, influencia, ventas, rendimiento, bienestar…

Conocer cómo funciona nuestra mente nos permite por ejemplo avanzarnos, y eso permite influencia, y la influencia permite liderazgo. Sin influencia, no hay liderazgo.

Ha trabajado con sectores tan diversos como banca, tecnología, energía o salud. ¿Qué diferencia observa usted en la forma en que cada uno aborda el desarrollo humano y el liderazgo transformacional?

Aparte de las singularidades, necesidades e inquietudes específicas de cada sector, atendería a la diferencia de tamaño y sobre todo de visión. Las grandes suelen necesitar de más capacidad de gestión y la IA por ejemplo en ese sentido les es de gran utilidad como una herramienta más para medir y optimizar procesos y estrategias de forma más ágil y personalizada. Las visiones y estilos de liderazgo también se notan en cualquier detalle (cómo te tratan en general, cómo se relacionan entre ellos, si hay mucha o poca burocracia, si hay puertas abiertas o cerradas, si saben estimular y conectar con su gente…)

De todas formas, las inquietudes son muy similares (tener bien definidos propósitos, visiones y misiones; avivar el sentido de pertenencia y de compromiso, de unión, de innovación, de ir un paso más allá, de adaptación ágil ante los cambios, de buen clima laboral y de experiencia de empleado con el fin de atraer y retener talento y más impacto en la experiencia de cliente y por ende mejor influencia en todo y mejores resultados; y hoy especialmente en estos tiempos que vivimos generar un mindset adecuado y humanista para afrontar cualquier tipo de éxitos y desafíos con resultados y de forma inteligente, plena y sostenible.

¿Qué papel juega el entretenimiento con propósito —como su propuesta de mentalismo corporativo— en los procesos de aprendizaje y cambio dentro de organizaciones tecnológicamente avanzadas?

Juega un papel innovador, disruptivo, singular; y todo lo singular nos llama más la atención y lo aprehendemos y recordamos con más efectividad y por más tiempo.

- *Facilita también el generar conciencia desde otro punto de vista, desde otra perspectiva, y abre conciencia, luz, ideas, aprendizajes sobre aspectos que quizá no se habían visto antes y por tanto a más oportunidades (e innovaciones). El hecho de que la charla (bien alineada con los propósitos, valores y cultura de la empresa)*

la realice una persona externa con ese estilo suele aumentar atencionalidad, visión e impacto, porque cuando la realiza alguien interno en muchas ocasiones las asistentes no prestan tanta atención o están en modo más incrédulo o pensando que es más de lo mismo.

- *También refuerza y aumenta la conexión, la cohesión, la interacción, el engagement, que suelen ser propósitos fundamentales que sustentan cualquier reunión, acción o evento que se organiza.*

- *Ensalza los mensajes estratégicos claves que se desean transmitir y comunicar, que quedan grabados a fuego en la mente de los asistentes. Este es especialmente relevante porque el propósito y objetivo principal de cualquier evento estratégico suele ir por ahí.*

- *El entretenimiento, siempre que esté bien concebido y adecuado, ayuda a persuadir a personas que incluso no quieren ser persuadidas. Es una herramienta más poderosa de lo que se piensa. Resulta muy útil, efectivo, estratégico, rentable e influenciador. No se trata de una persuasión manipuladora sino influyente, carismática, magnética.*

En muchos casos las ventas de una marca o firma suben o bajan dependiendo del valor de su entretenimiento. Al igual que la experiencia de empleado, en su percepción de aportación de valor que recibe de la empresa. El entretenimiento bien concebido, vende, en el sentido que nos permite obtener la atención del público o interlocutor, relajar sus defensas y prejuicios y nos sirve en bandeja el espacio para reforzar, realzar, diferenciar el mensaje.

¿Qué recursos nos pueden ayudar? Los conocemos: un reto, una metáfora, una historia, un juego… Pero deben de tener ciertas características: por ejemplo, que les haga partícipes, que les sea útil, que genere vínculo emocional, que aporte cierta motivación e inspiración en su vida profesional y personal… entonces la propuesta se convierte en imbatible. Sigue los seis puntos que bajo el acrónimo INDUCE comento en El Libro de los Poderes y te aseguro que triunfarás.

El entretenimiento también nos ayuda en una de las claves de toda venta, persuasión o aprendizaje: cambiar el momento: ser capaz de poner al interlocutor en un estado psicológico diferente, a través de una pregunta, de una metáfora y especialmente de un juego o experiencia que le sorprenda.

Por ejemplo, llevándole a ver algún aspecto que no veía o a una decisión o futuro ilusionante y energizante acorde a sus objetivos. Pide a un amigo que piense en un momento del mejor verano que ha pasado y míralo atentamente. Verás cambios fisiológicos (de mirada, de ojos, de habla…). Con una pregunta has cambiado sus pensamientos, postura y apariencia. No le fuerzas a un estado feliz, sino que estableces las condiciones para que su mente haga el resto. El momento ha cambiado.

O genera una experiencia sorprendente que refuerce el mensaje, por ejemplo, anotas en un papel la marca de tu cliente y en otro, la de un competidor. El papel del cliente sorprendentemente no se puede romper de ninguna manera; en cambio el otro, sí. Aprovechando el factor sorpresa, direccionas a un mensaje alineado y resaltando las virtudes diferenciales de ese producto o servicio del cliente (irrompible, de calidad, con garantía, innovador, etc.).

Usted menciona que muchas de sus intervenciones son "recordadas durante años". ¿Qué elementos claves incluye para lograr esa memorabilidad en un entorno cada vez más saturado de estímulos digitales?

Eso sería presuntuoso jajaja. Sí que es una aspiración y sí que es lo que comentan los clientes.

Están los datos que te dan mucha información con la cual poder personalizar y poder tomar mejores decisiones, pero luego está la mirada y aproximación humana crucial y varios powerskills que facilitan conseguir esa memorabilidad o acercarse mucho a ella. Por ejemplo, la personalidad y la puesta en escena (guionizar todos los momentos y emociones que deseas suscitar), la capacidad de transmitir y comunicar que tenga la persona (especialmente contagiando pasión y entusiasmo), la agradabilidad, la cercanía y la humildad (más que demostrar, compartir genera mayor conexión), que lo que compartas sea útil, efectivo y tenga sentido y significado para tu audiencia, la participación, la utilización de todos los canales sensoriales posibles (olfato, vista, tacto, oído…) y sobre todo la capacidad para sorprender y crear momentos diferenciales y wow.

Todo ello ayuda a generar esas interacciones, experiencias y vivencias únicas y memorables. Al final se trata de conectar, de engage, de conmover, de ¡hacer sentir! Todo suma para una mayor emocionalidad; a mayor emocionalidad, mayor atencionalidad; a mayor atencionalidad, mayor memoria; y a mayor memoria, mayor recuerdo. Un momento que permanece para siempre de forma positiva en sus mentes y que incluso también se puede revivir con la entrega de un objeto que sirva de anclaje de ese momento. Por ejemplo, una llave, una pulsera, una tarjeta que tan solo viéndola te traslada inmediatamente a ese momento tan wow que viviste.

¿Podría usted contarnos sobre algún caso reciente en el que haya intervenido en una convención o foro empresarial, y cómo la experiencia generó un cambio notable en la cultura o clima organizacional?

Hay que ser honestos. Con una sola intervención no puedes incidir en un cambio total y profundo. Para ello se deben establecer planes de acción sostenidos y auditados en el tiempo. Sin embargo, sí es cierto también que, con la intervención puedes abrir mentes, miradas, conciencias, oportunidades y se pueden estimular ciertas acciones que por ende llevan a algunas importantes optimizaciones y a transformaciones y resultados inmediatos.

En su libro El Libro de los Poderes, usted explora cómo potenciar la influencia, el rendimiento y el bienestar. ¿Qué capítulo o idea consideras más transformadora para los líderes del presente y del futuro digital?

Es importante dominar lo mejor posible la técnica y los datos, pero que sobre todo hay que ser muy hábiles en el factor y mente humana.

Hay muchos aspectos, como por ejemplo el poder del pensamiento crítico y de tener criterio (de esta forma pondrás la tecnología a tu favor y te diferenciarás; de otro modo, la tecnología te llevará donde va todo el mundo y sin criterio no te diferencias; estamos viendo por ejemplo como en algunos casos la IA está 'asesinando' la verdad y tener pensamiento crítico es fundamental para discernir y para mejorar estrategia y sostenibilidad.

El mindset, la mentalidad, desde dónde participamos mentalmente ante lo que nos acontece y de qué forma, será cada vez de mayor relevancia. El conocer cómo funciona la mente también, porque nos permite anticiparnos; y si nos anticipamos, influenciamos; y si influenciamos, lideramos; y además facilita la innovación).

También están propósitos y valores, porque sin ellos la influencia se puede convertir en manipulación, y eso es cortoplacista e insostenible. Desde siempre el ser humano desea estar cerca y se siente atraído por personas íntegras, excelentes, proactivas, perseverantes, que contagian entusiasmo.

También destacaría el poder de conocer y regular nuestras emociones y la de los demás, así como el poder de comunicar efectivamente (de comprender más que de escuchar; de conectar; de hacernos y hacer las preguntas adecuadas; de aprovechar la magia que tiene un gesto o una sola palabra, que puede cambiar de forma asombrosa enfoques, decisiones y resultados, e incluso nuestra neurología y la de los demás).

El poder de seguir aprendiendo humildemente y aportar valor a los demás (cuando eso pasa, todo fluye a mejor y generas una influencia supina).

Y en especial destacaría el poder de accionar, que es el facilita toda transformación y que finalmente las cosas pasen. No podemos cruzar el mar tan solo mirándolo, como bien decía Tagore.

Finalmente, ¿cómo visualiza usted la evolución del liderazgo en la era de la inteligencia artificial, y qué rol seguirá jugando el capital humano en medio de esta transformación digital?

El factor personas se revela y se revelará cada vez como más determinante. Todo empieza por las personas. Son la principal ventaja competitiva (impacto en resultados, en reputación, en sostenibilidad…). No va de tecnología, va de texturas y sinergias humanas. Se trata de aprovechar al máximo las virtudes de la IA como herramienta o complemento para gestionar y optimizar la experiencia de empleado, la retención de talento, la productividad, la fidelización, el desarrollo de habilidades, los resultados, etc. e incluso que nos permita una vida más plena y sostenible propia y del entorno. Pero es clave entender la IA como un medio, no como un fin. Será importante escuchar, pensar, entender propósitos y necesidades antes de implementar tecnologías y no al revés. Liderazgos con sentido. De aquí que será clave invertir en tecnología, pero especialmente en el desarrollo, el bienestar y la mentalidad de los empleados (e incluso clientes, como ya voy realizando de forma estratégica (mis clientes ofrecen a sus clientes el disfrutar de mis intervenciones como fórmula por ejemplo de fidelización, aportándoles una sesión enriquecedora que optimiza su vida profesional y personal y aprecian con valor diferencial).

Deberá aflorar nuestra versión más humanista. La transformación digital al fin y al cabo es una transformación cultural, y eso exige un cambio de mindset. Y toda transformación, cuanto más tenga en cuenta eso y más humana sea, mayor probabilidad de éxito tendrá.

Por cierto, piensa en un número de dos cifras que sea imposible que pueda saber. Por ejemplo, los dos últimos números de tu nº pin o cualquier otro. ¿Estás de acuerdo conmigo que en ningún caso podría saber el que estás pensando, correcto? ¿Y que en ningún caso a lo largo de la entrevista puedo haberte influenciado a que pensaras ese número, correcto? Abre la lista de cien revistas de las notas de mi teléfono. ¿Qué número estás pensando? ¡El 31! ¿Qué hubiera pasado si hubiera sido el 11, o el 29 o el 51, o el 78, o el 99? Son nombres de diversas revistas internacionales. ¿Y cuál hay en el 31? Oh… la nuestra: ¡¡Revista Factor de Éxito!!

Ramón Fauria no nos deja indiferente. Su enfoque combina ciencia, emoción, propósito y acción. En tiempos donde las máquinas aprenden más rápido que los humanos, su voz nos recuerda que lo verdaderamente irremplazable sigue siendo el talento con conciencia, con intención y con poder transformador. Nos enorgullece anunciar que su presencia como speaker invitado en nuestra próxima Expo Cumbre Factor de Éxito marcará un antes y un después: una experiencia pensada para hacernos reflexionar, accionar y, sobre todo, recordar. Porque como él mismo dice, "todo lo que emociona, transforma. Y todo lo que transforma, permanece."

El INDEX culmina primera semana de la herencia dominicana

Con un total de 12 actividades en 3 estados y 4 ciudades, el INDEX logró impactar a más de 10,000 personas en tan solo una semana de celebración dominicana

Con un total de 12 actividades realizadas en tres estados y cuatro ciudades de la región de Nueva Inglaterra, el Instituto de Dominicanos y Dominicanas en el Exterior (INDEX) celebró por primera vez la Semana de la Herencia Dominicana, un evento que logró impactar a más de 10,000 personas en tan solo siete días.

La iniciativa se desarrolló en el marco del Mes de la Herencia Dominicana en los Estados Unidos y del 162 aniversario de la Restauración Dominicana, dos fechas que evocan el orgullo patrio y la determinación de un pueblo que ha sabido defender su libertad y proyectar su identidad cultural más allá de las fronteras nacionales.

Una celebración que une a la diáspora

Durante esta primera edición, el INDEX organizó una agenda diversa que incluyó desfiles, conciertos, conferencias, exposiciones artísticas y actos patrióticos. Las actividades no solo rindieron homenaje a los héroes de la Restauración, sino que también sirvieron como plataforma para resaltar el talento, la creatividad y la unión de la comunidad dominicana residente en Estados Unidos.

La directora ejecutiva del INDEX, la embajadora Celinés Toribio, destacó el sentido de pertenencia que caracteriza a los dominicanos en la diáspora y la importancia de mantener vivas las tradiciones.

> ***"El Mes de la Herencia Dominicana y el aniversario de la Restauración nos recuerdan que somos un pueblo fuerte, con raíces firmes y con una cultura que trasciende cualquier frontera. Desde el INDEX, nuestra misión es seguir fortaleciendo el vínculo entre la diáspora y la República Dominicana, promoviendo actividades que integren a las familias, los jóvenes y nuestros líderes comunitarios", expresó.***

Orgullo, unidad y futuro

Bajo la visión del presidente Luis Abinader y en coordinación con el Ministerio de Relaciones Exteriores, la Semana de la Herencia Dominicana se presentó como un espacio para reafirmar el papel activo de la diáspora en el desarrollo económico, cultural y social del país.

La embajadora Toribio subrayó que los dominicanos en el exterior no solo celebran su herencia, sino que también son actores clave en la construcción de un futuro compartido:

"Aplaudimos el entusiasmo de los dominicanos que participan con orgullo en cada actividad, porque juntos hacemos más grande nuestra patria".

Cultura, música y tradiciones

Cada encuentro fue un recordatorio de que la cultura dominicana sigue viva y vibrante, incluso lejos de la isla. La agenda incluyó espacios para el disfrute del merengue y la bachata, ritmos declarados Patrimonio Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO, así como degustaciones de la gastronomía criolla, exposiciones de arte y presentaciones folclóricas que reforzaron la conexión emocional con la tierra natal.

Al mismo tiempo, se rindió homenaje al 162 aniversario de la Restauración Dominicana, resaltando la importancia de transmitir a las nuevas generaciones el valor de la libertad y el sacrificio de quienes lucharon por la independencia nacional.

Ciudades protagonistas

La Semana de la Herencia Dominicana se desplegó en Boston, Lawrence, Rhode Island y Connecticut, ciudades que cuentan con una significativa presencia de la diáspora criolla. En cada lugar, líderes comunitarios, representantes de la prensa y

familias enteras se sumaron a la celebración, demostrando que la identidad dominicana se fortalece cuando se comparte y se multiplica.

Los desfiles y festivales se convirtieron en verdaderos puntos de encuentro donde se reafirmó la unidad familiar, el compromiso cívico y la solidaridad entre los connacionales. Estas celebraciones también sirvieron para proyectar una imagen positiva de la comunidad dominicana ante la sociedad estadounidense, fortaleciendo la marca país y posicionando la cultura criolla como un puente de entendimiento y colaboración internacional.

Impacto en la diáspora

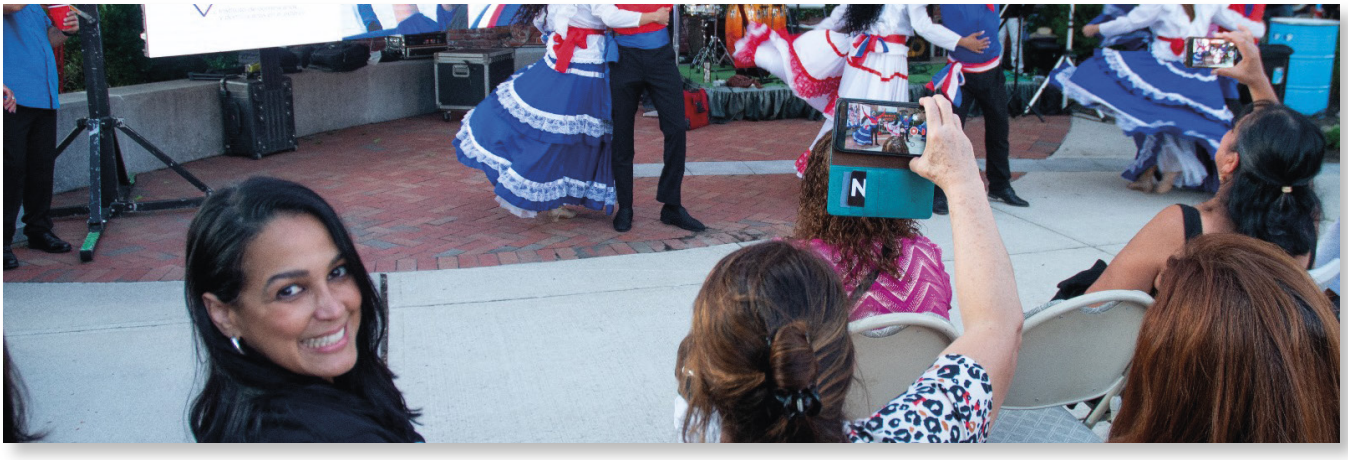
La realización de la primera Semana de la Herencia Dominicana marcó un precedente histórico para el INDEX, ya que permitió conectar directamente con más de 10,000 dominicanos en tan solo una semana. El éxito de esta primera edición demuestra que existe un profundo interés en mantener viva la memoria histórica, al tiempo que se fortalece la identidad cultural de los dominicanos de segunda y tercera generación en Estados Unidos.

El evento también abrió un espacio de diálogo con las nuevas generaciones, quienes participaron en charlas, actividades educativas y presentaciones artísticas que resaltaron valores como la unidad, la resiliencia y el orgullo nacional.

Un compromiso de largo plazo

Con esta iniciativa, el INDEX reafirma su compromiso de seguir creando oportunidades para la comunidad dominicana en el exterior. La institución se proyecta como un ente articulador entre la diáspora y el Estado dominicano, generando actividades que refuercen los lazos culturales, económicos y sociales con la patria.

La Semana de la Herencia Dominicana se perfila, desde ya, como una tradición anual que seguirá creciendo en alcance y participación, consolidando a los dominicanos en el exterior como embajadores de su país y guardianes de una herencia que merece ser recordada, celebrada y compartida con orgullo.



Dominicanos conquistan Nueva York con su mayor desfile cultural

El 36.º aniversario de la Gran Parada Dominicana reunió a miles de quisqueyanos con carrozas, comparsas, música y líderes políticos. La comunidad reafirma su identidad mientras amplía su impacto cultural y educativo en EE.UU.

Miles de dominicanos residentes en la ciudad de Nueva York se congregaron este domingo en la avenida Grand Concourse para celebrar el 36.º aniversario de la Gran Parada Dominicana del Bronx, una de las citas culturales más importantes de la diáspora quisqueyana en Estados Unidos. El evento, que inició a las 11:00 de la mañana, convirtió al Bronx en un escenario de fiesta, con carrozas, comparsas, música típica y muestras de orgullo patrio.

Según los organizadores, la edición de este año registró una participación récord, reflejando la creciente presencia e influencia de la comunidad dominicana en la Gran Manzana. La parada, que rinde homenaje a la cultura, identidad y herencia de la República Dominicana, reunió a familias, instituciones, artistas y líderes comunitarios en un ambiente de celebración.

Carrozas, comparsas y tradición

El desfile incluyó 22 carrozas acompañadas por música en vivo, representantes comunitarios, artistas, celebridades y equipos deportivos. Comparsas como Los Faraones de Santiago, La Comparsa de la Risa y Los Tuareg se destacaron entre las agrupaciones que llevaron a las calles del Bronx la riqueza del folclore dominicano.

Además, instituciones culturales y comunitarias como el Instituto Duartiano, el Colegio Dominicano de Periodistas y la Casa Cultural Juan Pablo Duarte hicieron presencia, reafirmando la importancia de mantener vivas las tradiciones en la diáspora. Organizaciones deportivas como Vitilla Dominicana USA y la Liga Barahonera de Softball también formaron parte del desfile.

Líderes y personalidades

Entre los invitados especiales se destacó la presencia de Curtis Sliwa, candidato republicano a la alcaldía de Nueva York, quien participó como padrino del evento. La fiscal general del estado, Letitia James, y el congresista Adriano Espaillat también asistieron, al igual que el alcalde Eric Adams, quien había confirmado su participación. Estas figuras resaltaron la importancia del vínculo político y social con la comunidad dominicana, que constituye uno de los grupos de inmigrantes más influyentes en la ciudad.

Más que una celebración cultural

El desfile en el Bronx se complementa con el Desfile Nacional Dominicano de Nueva York, cuya junta directiva destacó recientemente que la actividad trasciende lo cultural para impactar en el ámbito educativo. Desde 2022, esta organización ha entregado casi un millón de dólares en becas a estudiantes dominicanos en distintos estados del país. Solo este año se prevé la entrega de 225 mil dólares en apoyo a 45 jóvenes.

Cristina Contreras, presidenta del Desfile Nacional Dominicano, señaló que estas iniciativas refuerzan el compromiso de la comunidad con la formación académica y la movilidad social. “No solo se trata de fiesta y música; también impulsamos a los jóvenes de nuestra diáspora a alcanzar sus sueños universitarios”, dijo.

Expansión hacia otros condados

Este 2025, el comité organizador anunció la inclusión oficial de la ciudad de Yonkers en el recorrido del Desfile Nacional Dominicano. La decisión simboliza la expansión de la dominicanidad más allá de los vecindarios históricos de Washington Heights e Inwood. Datos recientes del Instituto de Política Migratoria señalan que cerca del 55 % de los inmigrantes dominicanos en EE.UU. vive en el área metropolitana de Nueva York, consolidando a esta comunidad como una de las más concentradas del país.

Manhattan se prepara para otra fiesta

La Gran Parada del Bronx es antesala del tradicional Desfile Dominicano de Manhattan, que este año celebrará su 43.ª edición el domingo 10 de agosto. El evento recorrerá la Sexta Avenida, desde la calle 37 hasta la 55, y conmemorará la Guerra de la Restauración, símbolo de independencia y soberanía para los dominicanos.

En esta edición, el exjugador de Grandes Ligas Nelson Cruz fungirá como Gran Mariscal, mientras que Mayra Linares-García será Madrina y Juan Méndez García, director del Centro de Operaciones de Emergencia de República Dominicana, actuará como Padrino. Junto a ellos, periodistas, artistas y líderes comunitarios serán embajadores de la celebración, consolidando al desfile como una de las mayores manifestaciones culturales dominicanas fuera del país.

Una fuerza en crecimiento

Con más de 1.3 millones de dominicanos residiendo en Estados Unidos, de los cuales alrededor de 700,000 habitan en Nueva York, estas celebraciones representan tanto un homenaje a la identidad como una reafirmación del peso social, económico y cultural de la diáspora.

Las paradas dominicanas en el Bronx y Manhattan no solo llenan de alegría las calles, sino que también visibilizan los aportes de esta comunidad al desarrollo de la ciudad y refuerzan la herencia que las nuevas generaciones buscan mantener viva en el extranjero.

Crédito información: Diario NY y Diario Libre.

Crédito fotografías: Edwin Martínez | Impremedia

HODELPA

HOTELS

35 AÑOS DE EXPERIENCIA NOS RESPALDAN.

En Hodelpa Hotels, somos más que una cadena: somos una operadora hotelera con visión, compromiso y excelencia, liderando el turismo con pasión desde hace más de tres décadas.

Pasión por la hospitalidad.

Jessica Aja **Franco**

Vicepresidenta Ejecutiva, Hodelpa Hotels & Resorts

Hodelpa fortalece su cultura organizacional mientras avanza en su transformación digital con foco humano

La tecnología se integra al servicio para elevar la experiencia y el compromiso del equipo

Con una visión estratégica anclada en la sensibilidad humana, Jessica Aja Franco como Vicepresidencia Ejecutiva de Hodelpa Hotels & Resorts, está marcando una nueva etapa en su carrera dentro del sector hotelero. Aja Franco, formada en Negocios Internacionales y con una maestría en Comunicación y Marketing Digital, representa el equilibrio entre innovación tecnológica y cultura organizacional centrada en el talento.

Su trayectoria en la empresa, que abarca más de ocho años en distintos roles de liderazgo, la posiciona como una profesional con profundo conocimiento del ADN de Hodelpa. Esta experiencia interna le permite impulsar con mayor precisión una transformación digital que no solo se traduce en eficiencia operativa, sino en una evolución del liderazgo organizacional hacia modelos más empáticos, colaborativos y resilientes.

Alineada con el enfoque de esta edición, donde el talento humano se encuentra en el centro de la revolución digital, Aja apuesta por un liderazgo que combina la automatización y la inteligencia artificial con el desarrollo de competencias blandas y técnicas. Bajo su dirección, Hodelpa continuará fortaleciendo programas de upskilling y reskilling, pero también la conexión emocional de los colaboradores con la empresa, un aspecto que considera esencial para sostener el compromiso a largo plazo.

En su visión, el verdadero éxito empresarial reside en la integración de la tecnología sin perder la calidez que caracteriza al servicio de Hodelpa. La empresa ha sabido sostener vínculos duraderos con su personal —algunos con más de 30 años de antigüedad— gracias a una cultura que promueve la escucha, el reconocimiento y el crecimiento profesional desde dentro.

La historia de esta profesional también representa un testimonio inspirador del liderazgo femenino en un sector competitivo. Desde su primera incursión en la responsabilidad social corporativa hasta dirigir la estrategia de marketing de la cadena, ha demostrado que es posible liderar con propósito sin renunciar a los valores personales. Hoy, su propósito es claro: consolidar una Hodelpa más conectada con las nuevas generaciones, más digital, pero siempre humana.

Usted asume el cargo de vicepresidenta ejecutiva en un momento clave para Hodelpa. ¿Qué representa este nuevo reto en su trayectoria profesional?

Este nuevo reto representa para mí una gran responsabilidad y, al mismo tiempo, una enorme oportunidad. Es la culminación de un recorrido que comenzó desde muy joven, impulsado por la pasión por los negocios, el compromiso con el servicio y la inspiración constante de mi familia. Significa asumir un rol más estratégico, donde debo balancear la innovación con la esencia que nos ha definido como cadena: el servicio con amor. Mi propósito es seguir elevando el posicionamiento de Hodelpa, fortalecer nuestras marcas y continuar impulsando una cultura organizacional que inspire excelencia y cercanía.

Hodelpa es reconocida por contar con asociados que han dedicado más de 30 años a la empresa. ¿Qué aspectos de la cultura organizacional considera fundamentales para sostener ese compromiso a largo plazo?

En Hodelpa hemos cultivado una cultura centrada en el valor humano. Creemos en la formación continua, en la promoción desde dentro y en un liderazgo cercano que escucha y valora. Nuestros colaboradores no solo trabajan en un hotel, sino que se sienten parte de una gran familia. Lo que nos distingue es la filosofía de servir con amor y la convicción de que cada interacción puede convertirse en una experiencia memorable. Y no solamente con nuestros huéspedes: nuestra relación con el personal parte del amor y la valoración. Esa conexión emocional y el sentido de pertenencia son la base de la fidelidad de nuestros equipos.

¿Cuáles serán sus prioridades estratégicas para continuar fortaleciendo el capital humano y la excelencia en el servicio dentro de la compañía?

Mi prioridad será seguir apostando por el desarrollo de nuestra gente. Vamos a continuar diseñando experiencias de formación que vayan más allá de lo técnico y aborden también lo humano.

Quiero que cada persona dentro de Hodelpa sienta que tiene espacio para crecer, para aportar ideas y para ser escuchada.

También pondremos mucho enfoque en cómo la tecnología puede ayudarnos a servir mejor, sin perder esa calidez que nos caracteriza. Creo que la excelencia se alcanza cuando se combina una cultura sólida, un liderazgo empático y un equipo motivado que se siente parte del propósito.

Como mujer en un rol de alta dirección en la industria hotelera, ¿qué aprendizajes ha obtenido en su camino y qué legado aspira dejar en Hodelpa?

He aprendido que liderar siendo mujer no es una desventaja, sino una oportunidad para inspirar desde la sensibilidad, la coherencia y la determinación. En mi camino ha sido clave la mentoría de mis padres y el poder rodearme de personas que creen en mí.

Aspiro a ser un ejemplo de que se puede construir una carrera con propósito, sin sacrificar la esencia personal. Mi legado será el de haber contribuido a fortalecer una cultura que valora el talento, promueve la equidad y fomenta el liderazgo auténtico. Quiero dejar una Hodelpa aún más humana, más cercana y más conectada con las nuevas generaciones.

Indhira Báez

Fundadora – CEO Talks Innovation

El liderazgo aumentado: la visión de una CEO que conecta tecnología y humanidad

"La inteligencia artificial no viene a reemplazar al líder, viene a potenciarlo."

La trayectoria de Indhira Báez es la de una mujer que ha sabido reinventarse en cada etapa de su vida profesional. Comunicadora y productora de televisión formada en República Dominicana, su experiencia abarca desde los sets de programas icónicos como El escándalo del 13 o las investigaciones periodísticas junto a Nuria Piera, hasta la creación de plataformas propias en Nueva York como Bella con Curvas y CEO Talks Innovation. Su recorrido refleja la combinación de resiliencia, visión estratégica y pasión por el impacto social.

Hoy, al frente de CEO Talks Innovation, Indhira se erige como referente en un tiempo en que la inteligencia artificial redefine los procesos empresariales, pero donde el liderazgo humano sigue siendo el motor que inspira, conecta y transforma. Su historia conecta con el objetivo de CEO Talks 2025: reunir líderes que entienden que la innovación no es suficiente sin propósito, ni la eficiencia sin humanidad. Para las marcas, este encuentro no solo es un espacio de diálogo, sino una vitrina estratégica para posicionarse junto a quienes están marcando la pauta del liderazgo en la región.

CEO Talks 2025 reúne a líderes que inspiran. ¿Qué mensaje clave desea compartir en esta edición para quienes buscan transformar sus organizaciones?

Mi frase favorita es: "En la era de la inteligencia artificial queremos ver en las empresas el rostro humano". Es por ello que el mensaje para esta edición es simple pero trascendente: la inteligencia artificial no viene a reemplazar al líder, viene a potenciarlo. La IA puede gestionar procesos, sobre todo los repetitivos que llegamos a automatizar, pero el liderazgo humano sigue siendo el motor que inspira, conecta y transforma. Hoy, más que nunca, la tarea de un CEO es liberar a su gente de lo repetitivo y abrir espacio para que florezca lo extraordinario: la creatividad, la empatía y la visión estratégica. En CEO Talks Innovation by Indhira Báez lo reafirmamos con convicción: la tecnología impulsa la eficiencia, pero solo el liderazgo humano construye futuro.

Desde su experiencia, ¿qué competencias deben priorizar los CEO dominicanos para liderar con éxito en un mundo marcado por la innovación y la sostenibilidad?

El liderazgo que demandan estos tiempos va más allá de la administración tradicional aunque no podemos negar que algunos se resisten al cambio. Un CEO dominicano que quiera ser relevante debe cultivar curiosidad tecnológica, con esto no digo que sea programador, para comprender cómo la inteligencia artificial impacta su negocio y tomar decisiones informadas. Debe desarrollar también comunicación estratégica y empática, porque en tiempos de cambio, un líder que sabe transmitir claridad inspira confianza y moviliza a sus equipos hacia la innovación, si el líder no sabe comunicar lo que desea el equipo estará perdido. Y, por último, ejercer un liderazgo ético y transparente, conectando la innovación con la sostenibilidad, porque la rentabilidad empresarial sin propósito deja de ser competitiva en el largo plazo. El CEO que combine estas tres competencias liderará no solo empresas exitosas, sino organizaciones admiradas.

En los últimos años, el liderazgo femenino y la innovación empresarial han ganado espacio en República Dominicana. ¿Qué cifras o indicadores destacaría para evidenciar ese progreso y su impacto real en el ecosistema corporativo?

El avance femenino en el liderazgo empresarial es una realidad innegable, aunque aún queda un largo camino por recorrer. Según datos recientes, alrededor del 14 % de las empresas principales en República Dominicana están lideradas por mujeres o cuentan con su presencia en el board directivo. Este porcentaje, que podría parecer pequeño, esconde una transformación silenciosa pero firme.

En sectores estratégicos como tecnología y alojamiento, la participación femenina supera el 23–25 %, lo que revela un mayor acceso a industrias de alto impacto y con un rol protagónico en la competitividad global del país. Además, el aporte de las mujeres no se mide solo en cargos ocupados, sino también en resultados tangibles como las exportaciones de empresas lideradas por mujeres , esto confirma que su influencia no se limita a la gestión interna, sino que impacta directamente en la generación de divisas y en la proyección internacional de la República Dominicana.

Pero más allá de las cifras, lo que realmente está marcando la diferencia es el estilo de liderazgo que las mujeres están imprimiendo en el ecosistema corporativo: un liderazgo más colaborativo, inclusivo, innovador y orientado a la sostenibilidad. Las mujeres ejecutivas están llevando la conversación hacia modelos de trabajo flexibles, culturas más humanas y decisiones empresariales que equilibran rentabilidad con impacto social. Ese cambio de enfoque no solo abre oportunidades para las nuevas generaciones, sino que está redefiniendo lo que significa ser competitivo en el mercado dominicano.

El liderazgo femenino ya no es una excepción, es una fuerza transformadora que está moviendo las piezas del tablero empresarial y proyectando a la República Dominicana hacia un futuro más inclusivo y sostenible.

Como referente en liderazgo, ¿qué consejo le daría a las mujeres ejecutivas que aspiran a ocupar posiciones estratégicas en la alta dirección?

Mi consejo es este: construyan autoridad a través de su voz. No hablo solo de oratoria, sino de la capacidad de comunicar con claridad y convicción lo que saben y lo que representan. Muchas mujeres tienen el conocimiento y la experiencia, pero si no logran transmitirlo con fuerza, su impacto se diluye. Les invito a convertirse en traductoras estratégicas entre la tecnología y el talento, mostrando con datos cómo la gestión humana impacta directamente en los resultados del negocio. Y, sobre todo, a no negociar su autenticidad. Porque cuando la autenticidad se combina con visión y estrategia, no solo se ocupa un cargo, se abre camino para toda una generación.

Mirando hacia 2025 y más allá, ¿cuál es el proyecto o visión personal que más le entusiasma impulsar desde su liderazgo?

Me emociona profundamente ver cómo CEO Talks Innovation se consolida como un nuevo lenguaje de liderazgo en la región. Esta edición en Santo Domingo es un hito, porque hablar de gestión humana y liderazgo en la era de la inteligencia artificial no es solo una conversación de coyuntura, es el debate que marcará la próxima década.

Mi visión a mediano y largo plazo es impulsar lo que llamo "Liderazgo Aumentado": un modelo donde la inteligencia artificial y la inteligencia humana no compiten, sino que se complementan para crear culturas empresariales más productivas, éticas y sostenibles. Al mismo tiempo, sigo comprometida con mi mentoría insignia, "El Negocio de Ser Speaker", porque estoy convencida de que cuando un líder aprende a comunicar con estrategia, se convierte en un activo invaluable para su empresa y para la sociedad.

Un CEO que domina la comunicación no solo habla, sino que mueve mercados, cambia culturas y multiplica resultados. Ese es el legado que me entusiasma seguir construyendo: un futuro donde tecnología + talento humano + comunicación estratégica sean la fórmula del crecimiento sostenible.

La voz de Indhira Báez nos recuerda que la verdadera ventaja competitiva no está en la tecnología por sí sola, sino en la capacidad del líder para integrarla con creatividad, empatía y visión ética. Su propuesta de "Liderazgo Aumentado" sintetiza la fórmula del futuro: tecnología + talento humano + comunicación estratégica = crecimiento sostenible.

En tiempos donde las organizaciones buscan diferenciarse, el liderazgo de Indhira invita a pensar más allá de las cifras, a apostar por culturas empresariales más humanas y sostenibles. Su mensaje inspira a cada CEO, cada ejecutiva y cada emprendedor a ver en la inteligencia artificial una aliada, pero a reconocer en el liderazgo humano la fuerza transformadora que construye legado.

HOTEL CATALONIA SANTO DOMINGO

CEO TALKS

INNOVATION BY INDHIRA BÁEZ

LA CONFERENCIA DE NEGOCIOS MÁS INNOVADORA

SÁBADO 8 DE NOVIEMBRE

HOTEL CATALONIA SANTO DOMINGO

BOLETAS A LA VENTA EN: uepa TICKETS

OCOA debuta en Ulta Beauty

La marca dominicana de cuidado capilar, se convierte en pionera al debutar en Ulta Beauty. Sus productos veganos y libres de crueldad celebran la diversidad de los rizos.

OCOA, la marca de cuidado capilar fundada por las hermanas dominicanas Cory Varona-Corniel y Nicol Varona Cancelmo, marca un hito histórico para la representación latina en la industria de la belleza al convertirse en la primera marca dominicana disponible en Ulta Beauty, una de las cadenas minoristas de cosméticos más grandes de Estados Unidos. Con presencia en más de 450 tiendas físicas y en línea en ulta.com, el debut de OCOA no solo amplía su alcance, sino que también celebra la diversidad cultural y la inclusión en los estantes de belleza estadounidenses.

El nombre de la marca, que remite a la ciudad natal de las fundadoras en República Dominicana, es un símbolo de identidad y orgullo cultural. “Estamos increíblemente orgullosos y profundamente agradecidos de lanzarnos en más de 450 tiendas Ulta Beauty como la primera marca dominicana-estadounidense de cuidado del cabello rizado en los estantes. Este hito representa mucho más que la colocación minorista. Es una celebración de la cultura, la comunidad y la creencia de que nuestros rizos son hermosos tal como son”, explicaron Cory y Nicol, cofundadoras de OCOA.

La colección completa de OCOA incluye cinco productos diseñados específicamente para el cuidado de rizos limpios y saludables: champú y acondicionador, crema hidratante para el rizo, gel estilizador que define y mantiene el rizo, y el exclusivo spray Curl Refresh + Hold, disponible únicamente en Ulta Beauty. Cada fórmula está cuidadosamente elaborada con ingredientes respetuosos con la piel y el cabello, sin aceite de coco, en envases

bilingües que reflejan la herencia latina de sus fundadoras.

Además de su enfoque en la salud del cabello, OCOA se distingue por cumplir con los cinco pilares de Conscious Beauty que promueve Ulta: sus productos son limpios, veganos, libres de crueldad animal y presentados en envases sostenibles. Esta filosofía no solo responde a las demandas de consumidores conscientes, sino que también posiciona a la marca como referente de innovación responsable dentro de la industria del cuidado capilar.

Jessica Phillips, vicepresidenta de merchandising de Ulta Beauty, destacó la importancia de la inclusión cultural en su oferta de productos: “En Ulta Beauty, estamos muy enfocados en crear un surtido que refleje y respalde las diversas necesidades de nuestros huéspedes, y OCOA es un ejemplo destacado de esa misión en acción. Estamos encantados de dar la bienvenida a la marca a través de Sparked, nuestra plataforma de marca emergente, y orgullosos de haber sido parte de su viaje a través de MUSE Accelerator. Como la primera marca de cuidado del cabello de propiedad dominicano-estadounidense en Ulta Beauty, OCOA aporta una representación cultural significativa a nuestros estantes y a la conversación de belleza en general”.

El impacto de la marca trasciende la mera presencia en tiendas. Su lanzamiento simboliza un cambio en la narrativa de la belleza, donde los rizos y texturas afro-latinas son celebrados en lugar de ignorados, y donde emprendedoras dominicanas pueden llevar su cultura y visión directamente a un público masivo en Estados Unidos. El éxito de OCOA también refleja la creciente demanda de productos auténticos, inclusivos y sostenibles, que conectan con consumidores que buscan sentirse representados y valorados en cada elección de compra.

Con este paso, OCOA no solo consolida su lugar en el mercado estadounidense, sino que también inspira a nuevas generaciones de emprendedoras y creadores de contenido que buscan abrirse camino llevando la identidad latina a escenarios globales. La llegada de OCOA a Ulta Beauty es más que un logro comercial: es una declaración de orgullo cultural y de compromiso con la diversidad, la innovación y la belleza auténtica.

EXPO Cumbre 2025

FACTOR DE ÉXITO

LIDERAZGO EMPRESARIAL
Y DE NEGOCIOS

24 y 25 Octubre

Convention Center
Hotel Sanctuary Capcana

Sostenibilidad y convergencia:
El futuro de los negocios en el caribe
CONFERENCIAS | RUEDAS DE NEGOCIOS

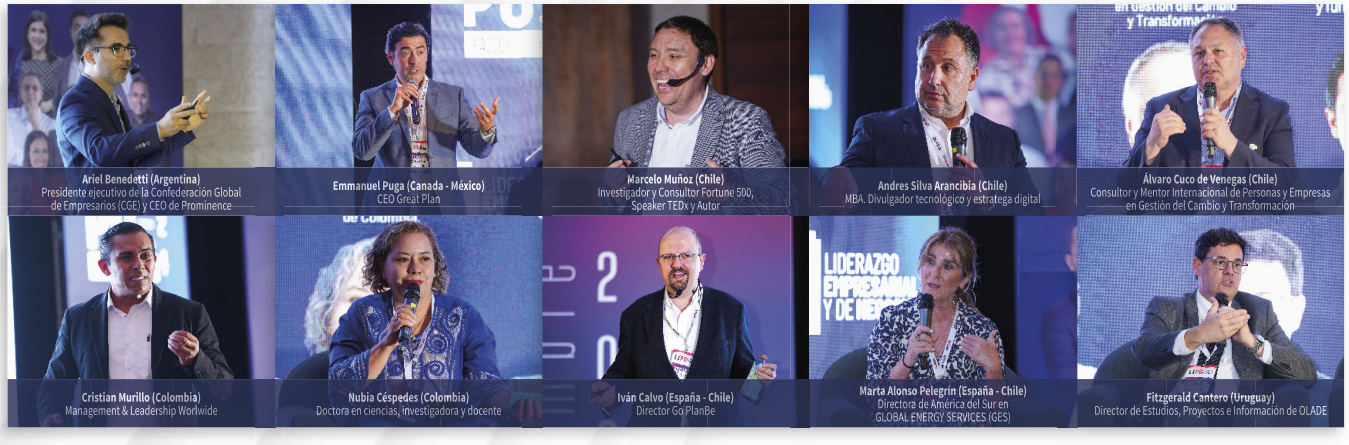
EXPOSICIÓN COMERCIAL · CONFERENCIAS CONVERSATORIOS · RONDAS DE NEGOCIOS

En un mundo donde la sostenibilidad y la innovación son fundamentales para el éxito empresarial, la Expo Cumbre Factor de Éxito 2025 se presenta como el escenario definitivo para los líderes visionarios que desean dejar huella en el panorama económico iberoamericano. Este evento, que trasciende las convenciones tradicionales, ofrece una oportunidad única para establecer alianzas estratégicas, explorar nuevas perspectivas empresariales y contribuir activamente al desarrollo sostenible de la región.

Un evento transformador en el corazón del Caribe

La Expo Cumbre Factor de Éxito 2025 no es un evento corporativo más; es un punto de convergencia donde líderes influyentes de Iberoamérica se reúnen para dialogar, innovar y establecer colaboraciones que trascienden fronteras. Los días 24 y 25 de octubre, el exclusivo Hotel Sanctuary de Cap Cana (República Dominicana) se convertirá en el epicentro de la innovación empresarial, y reunirá a directores altos ejecutivos, inversores estratégicos, autoridades gubernamentales y representantes de importantes gremios empresariales.

Momentos que marcaron la edición anterior:



En un mundo en constante cambio y con una competencia global, los líderes empresariales saben que su verdadero valor no radica solo en los productos que ofrecen o en los balances que presentan, sino en su capacidad para inspirar, conectar y trascender. La Expo Cumbre Factor de Éxito 2025 nace con el propósito de convertir esa inspiración en acción, de generar alianzas a partir de la conexión y de expresar la trascendencia en proyectos que impacten a toda Iberoamérica.

Impacto de la Expo Cumbre Factor de Éxito 2024

+400 participantes

44 speakers provenientes de 8 países

+30 reuniones de negocios

10 conferencias

8 conversatorios

República Dominicana: el hub estratégico emergente del Caribe

La elección de República Dominicana como sede no es casualidad. Este país caribeño ha experimentado una notable transformación económica, posicionándose como un destino privilegiado para los negocios y la inversión extranjera en la región.

Récord histórico de visitantes: 11.192.042 turistas en 2024 (8,5 millones por vía aérea y 2,6 millones en cruceros), lo que consolida su liderazgo en el sector turístico del Caribe.

Inversión extranjera robusta: la inversión extranjera directa (IED) en la República Dominicana en 2024 alcanzó un récord histórico superior a los 4500 millones de dólares, concentrados principalmente en los sectores del turismo, la construcción, la energía y el inmobiliario.

Crecimiento económico sostenido: un promedio del 5 % anual durante la última década, que demuestra la resiliencia y el dinamismo de su economía.

República Dominicana en cifras: un destino con visión de futuro:

+11.1 millones de turistas 2024

+US$4,500 millones de IED

+5% de crecimiento anual

Cap Cana, con su incomparable oferta de lujo y exclusividad, no solo representa la excelencia turística de la República Dominicana, sino que ofrece el entorno ideal para un evento empresarial de alcance global. Sus instalaciones de primer nivel, combinadas con un entorno natural privilegiado, crean el ambiente perfecto para fomentar conexiones significativas entre los participantes.

Una sede de clase mundial para encuentros estratégicos:

Los cuatro pilares estratégicos que definen el futuro de la región.

La agenda de la Expo Cumbre Factor de Éxito 2025 se estructura en torno a cuatro sectores estratégicos que no solo ofrecen oportunidades de inversión inmediatas, sino que también marcan las tendencias de desarrollo económico sostenible en toda la región.

Real Estate: inversión con visión de futuro.

El sector inmobiliario del Caribe ha experimentado un auge sin precedentes, con inversiones que superan los 1 500 millones de dólares estadounidenses anuales. La Expo Cumbre servirá de plataforma privilegiada para acceder a oportunidades con altos rendimientos y la seguridad jurídica que caracteriza a la República Dominicana.

Los asistentes podrán explorar desde desarrollos residenciales de alta gama hasta complejos turísticos innovadores, todos ellos diseñados bajo criterios de sostenibilidad ambiental y eficiencia energética. Las tendencias en construcción ecológica y comunidades planificadas serán protagonistas en este segmento.

Energías renovables: el futuro sostenible del Caribe.

Con una capacidad total instalada de 5835,34 MW y la implementación de proyectos para integrar más energías renovables y sistemas de almacenamiento de energía con el fin de conseguir una red más estable y eficiente, República Dominicana se proyecta como líder regional en el desarrollo de energías limpias, particularmente en los sectores solar, eólico e hidroeléctrico. Este evento ofrecerá un espacio privilegiado para debatir sobre alianzas de financiación verde y proyectos de transición energética.

Los especialistas internacionales compartirán casos de éxito y mejores prácticas aplicables al contexto caribeño.

Turismo sostenible: reinventando la experiencia caribeña.

Esta jornada abrirá un diálogo fundamental sobre cómo integrar la sostenibilidad y la competitividad en el modelo turístico regional para crear destinos que preserven su atractivo natural y generen valor económico para las comunidades locales.

Se abordarán temas como la digitalización de la experiencia turística, la certificación de destinos sostenibles y la creación de productos turísticos innovadores, con la participación de operadores internacionales y autoridades del sector.

MiPymes y emprendimiento: el motor económico regional.

Las MiPymes, que generan aproximadamente el 60 % del empleo en la región, se enfrentan a desafíos críticos relacionados con el acceso a capital, los mercados internacionales y la digitalización. Con el respaldo de instituciones líderes como la Confederación Global de Empresarios (CGE) y el Consejo Empresarial Iberoamericano (CEIB), la ExpoCumbre fomentará activamente su internacionalización y fortalecimiento.

Los participantes podrán acceder a conferencias especializadas sobre financiación alternativa, transformación digital y estrategias de exportación adaptadas específicamente a las necesidades del emprendimiento caribeño, lo que facilitará su integración en cadenas de valor globales.

Liderazgos que transforman: Voces clave de la Expo Cumbre 2025

Álvaro Daniel Cagüeñas (USA): presidente ejecutivo de la Confederación Global de Empresarios (CGE) y CEO de Prominence. Reconocido por crear puentes de colaboración entre empresarios de diferentes países latinoamericanos, Cagüeñas compartirá su visión sobre cómo las compañías con inteligencia estratégica y evolutiva pueden aprovechar las redes transnacionales para ampliar sus operaciones en los mercados internacionales.

Salvador Pepe y Ana Márquez (Estados Unidos): Salvador Pepe es el segundo vicepresidente de la Cámara de Comercio Venezolano-Estadounidense y Ana Márquez es abogada y socia de la empresa Estratega Boutique, que ofrece acceso reservado a inversiones inmobiliarias en Florida. Ambos presentan la conferencia sobre cómo invertir en bienes raíces en Miami sin comprar propiedades. La estrategia silenciosa que está cambiando las reglas del juego. Su objetivo es explicar cómo los nuevos modelos de inversión inmobiliaria permiten a los empresarios acceder al mercado de Miami sin necesidad de adquirir propiedades, optimizando riesgos y generando retornos atractivos.

Erik Díaz (España): este conferencista internacional abordará la innovación impulsada por el desafío de la longevidad: presente y futuro, analizando cómo el fenómeno de la longevidad está transformando los modelos de negocio y de bienestar, y de qué manera la innovación debe responder a los retos y oportunidades que genera una población que vive más tiempo.

Juan Andrés Romero (España): El CEO de Larimar City & Resort nos acompañará con su conferencia sobre el innovador proyecto de ciudad inteligente. Una ciudad para el futuro que responde a las tendencias globales en urbanismo, concebido bajo principios de sostenibilidad.

Marta Alonso Pelegrín (Chile): Directora de América del Sur en Global Energy Services (GES), con más de 25 años de trayectoria en el sector de energías renovables. Su conferencia destacará cómo la innovación, la sostenibilidad y el trabajo en equipo son claves para transformar el futuro energético. Alonso Pelegrín abordará además la importancia de cerrar la brecha de género en la industria y de escuchar las voces de las nuevas generaciones en la construcción de un mundo más justo y sostenible.

Diego Ledesma (Argentina): Coach, mentor y speaker internacional, fundador de Humanagement, consultora que integra tecnología, bienestar y cultura para construir organizaciones más humanas en la era de la inteligencia artificial. Con más de 17 años de experiencia, Ledesma compartirá cómo el liderazgo emocional y la felicidad organizacional son claves para potenciar el talento y conectar el propósito humano con la velocidad tecnológica, demostrando que la IA no reemplaza la sensibilidad, sino que la amplifica.

Razones para participar

- **Networking de alto nivel con líderes empresariales, inversionistas y autoridades regionales.**
- Acceso a información estratégica sobre tendencias, proyectos y oportunidades en Turismo, Real Estate, Energías Renovables y MiPymes.
- **Visibilidad personal y corporativa en un evento que reúne a la élite empresarial del Caribe y Latinoamérica.**
- Posibilidad de generar alianzas y acuerdos de negocios reales.
- **Participación en conferencias y paneles con expertos internacionales.**
- Conexión directa con mercados clave y proyectos de inversión sostenibles.

¡Conecta con líderes e inversionistas que pueden transformar tu negocio!

La experiencia Factor de Éxito: más allá del evento.

Lo que distingue a la Expo Cumbre es su integración en el ecosistema global de Factor de Éxito. Para los participantes, esto significa que su inversión trasciende los dos días del evento, convirtiéndose en una plataforma continua de visibilidad y conexiones.

Presencia editorial multiplataforma:

Los patrocinadores tienen la oportunidad de ser entrevistados para las diferentes ediciones de Factor de Éxito en nueve localidades estratégicas (Atlanta, Miami, Nueva York, Colombia, Ecuador, Chile, México, Panamá y República Dominicana), lo que amplifica su mensaje a audiencias cualificadas.

Ser parte de la Expo Cumbre Factor de Éxito significa integrarse a una red selecta de ejecutivos y empresarios que comparten visión, valores y oportunidades de colaboración. Lo que marca la diferencia es el respaldo de un medio de comunicación internacional que no solo organiza el encuentro, sino que multiplica la visibilidad y el alcance de sus protagonistas en nuestras ediciones internacionales.

Respaldo institucional y expectativas de la comunidad empresarial.

El interés manifestado por instituciones de prestigio como el Foro ECOFIN, la Confederación Global de Empresarios (CGE) , El Consejo Empresarial Iberoamericano (CEIB), ProColombia y la US-VEN Chamber confirma la relevancia estratégica de la Expo Cumbre como plataforma de alcance genuinamente global. Su participación anticipada valida el concepto del evento y garantiza un nivel excepcional de networking para todos los asistentes.

"Quienes han pasado por las páginas de Factor de Éxito lo resumen así: estar aquí es estar en la plataforma que proyecta el liderazgo en Latinoamérica. Esa es la verdadera clave."

EXPO cumbre 2025 FACTOR DE ÉXITO LIDERAZGO EMPRESARIAL Y DE NEGOCIOS

Reserva la fecha: 24 y 25 de octubre de 2025 Hotel Sanctuary, Cap Cana República Dominicana

Un evento, una experiencia, una plataforma de trascendencia internacional que fortalece su trayectoria profesional y amplifica su huella en el mundo empresarial iberoamericano.

Diego **Ledesma**

Consultor en transformación organizacional y liderazgo digital

“La IA no reemplaza la sensibilidad humana, la amplifica”

Su mirada integra IA, cultura organizacional y liderazgo emocional para transformar empresas desde adentro

Diego Ledesma se ha convertido en uno de los referentes latinoamericanos más influyentes en transformación humana y digital. Con más de 17 años de trayectoria en el mundo corporativo, y una reinvención profesional que lo llevó de liderar el área IT de un banco a fundar su propia consultora, Humanagement, Ledesma entiende que el verdadero cambio organizacional ocurre cuando tecnología y cultura avanzan juntas hacia un propósito compartido.

Desde Argentina, y con presencia en toda la región, acompaña a líderes y empresas en la construcción de culturas organizacionales resilientes, inclusivas y empáticas. Para Ledesma, la inteligencia artificial no reemplaza la sensibilidad humana, sino que la amplifica, permitiendo detectar señales emocionales, anticipar necesidades y diseñar experiencias de trabajo más saludables. Esta visión cobra vida en cada una de sus intervenciones, donde combina métricas de desempeño con mapas de conciencia, análisis organizacional con conversaciones profundas.

El fundador de Humanagement es un defensor de que no hay transformación digital sin transformación cultural. Su enfoque se basa en un modelo que pone primero la mentalidad, luego las personas, después los procesos y por último la tecnología. “Las grandes transformaciones no comienzan preguntando qué hacer, sino quiénes debemos ser para lograrlo”, afirma. Ha desarrollado metodologías que integran liderazgo adaptativo, bienestar emocional, automatización y marca personal, convirtiendo a cada líder en un catalizador del cambio desde su metro cuadrado organizacional.

Reconocido por su comunidad de más de 400.000 seguidores en LinkedIn e Instagram, Ledesma ha acompañado a compañías de sectores como energía, salud, tecnología, retail y servicios financieros. Su experiencia como embajador de Uber for Business en Argentina también ha demostrado cómo alinear cultura interna con experiencia del cliente puede generar ventajas competitivas reales.

Hoy, en plena era de la automatización, Ledesma promueve un liderazgo consciente, donde lo emocional y lo estratégico no compiten, sino que coexisten como base para equipos más ágiles, resilientes y conectados con su propósito. Su historia personal, marcada por un despido que lo transformó, da aún más fuerza a su misión: crear entornos donde las personas no tengan que sufrir para crecer.

Desde su experiencia en tecnología y gestión del capital humano, ¿cómo visualiza usted la convergencia entre inteligencia artificial y bienestar organizacional en los procesos de transformación digital?

Vivimos en un momento híbrido, especialmente en el ámbito organizacional, donde coexisten emociones e inteligencia artificial, lo presencial y lo remoto, en un contexto “phygital”. Esta convergencia entre IA y bienestar organizacional se ha convertido en un eje estratégico para lograr transformaciones digitales verdaderamente sostenibles y humanas.

La palabra “convergencia” proviene del latín con (juntos) y vergencia (dirigirse hacia), lo cual nos recuerda que avanzar con la tecnología requiere claridad de propósito y dirección. Hoy, las organizaciones están compuestas por múltiples generaciones: unas nacidas en la era digital, otras provenientes del mundo analógico. Esto genera diversidad de modelos mentales y patrones de pensamiento que hacen indispensable integrar la IA desde un enfoque inclusivo, humano y estratégico.

Cuando se aplica con ética, la IA puede anticipar necesidades, reducir tareas mecánicas, detectar señales tempranas de burnout o desconexión emocional, y liberar tiempo para conversaciones de valor. En una empresa de salud, por ejemplo, automatizamos la conciliación de facturas, lo que permitió a los equipos enfocarse en sesiones de coaching y desarrollo emocional. El impacto fue doble: mayor eficiencia operativa y fortalecimiento de vínculos.

La verdadera transformación digital no se trata de implementar tecnología, sino de rediseñar el sistema conversacional dentro de las organizaciones. Desde mi enfoque, propongo integrar IA con lo que llamo IC: inteligencia conversacional. Así, las organizaciones pueden generar entornos saludables, sostenibles y resilientes.

El objetivo es construir culturas que no solo toleren el cambio, sino que lo lideren con conciencia.

Usted ha mencionado que no hay transformación digital sin transformación cultural. ¿Cuáles considera que son los primeros pasos clave para iniciar una transformación cultural real en las organizaciones?

La transformación cultural es el cimiento para cualquier cambio tecnológico sostenible. No se trata solo de definir acciones, sino de redescubrir la identidad organizacional desde la pregunta “¿quiénes queremos ser?”.

El primer paso es crear espacios diseñados para conversaciones difíciles, aquellas que hacen posible transformar lo complejo en lo accesible. Esto incluye prácticas como encuestas de clima, reuniones breves semanales para compartir emociones, o dinámicas de pulse check. En una institución financiera con la que trabajamos, la implementación de una “lluvia de emociones” semanal generó un cambio radical en la

percepción del liderazgo y aumentó la confianza entre los equipos.

Otro paso fundamental es revisar los rituales simbólicos: pasar de jerarquías verticales a redes horizontales. En una empresa tecnológica, sustituimos comités tradicionales por "círculos de decisión", donde todos los miembros del equipo tienen voz. Esta redarquía impulsó la innovación y la inclusión.

Para que sea efectiva, la transformación debe seguir este orden estratégico:

- *Mentalidad: ¿Para qué?*
- *Personas: ¿Con quién?*
- *Procesos: ¿Cómo?*
- *Tecnología: ¿Con qué?*

Este enfoque evita uno de los errores más frecuentes que observo en organizaciones latinoamericanas: empezar por la tecnología. También es clave alinear los sistemas de reconocimiento con los nuevos comportamientos esperados. En una empresa de retail, rediseñamos los criterios de evaluación para incluir colaboración, aprendizaje continuo y adaptabilidad. Las grandes transformaciones se construyen en los pequeños actos del día a día.

Según estudios recientes, más del 60% de los líderes consideran que la falta de habilidades digitales es una barrera. ¿Qué estrategias propone usted desde el liderazgo?

La brecha digital no es solo técnica; es fundamentalmente emocional. Muchas personas no rechazan la tecnología por falta de capacidad, sino por miedo al error, temor al juicio o desmotivación. Esa es la verdadera barrera.

Una estrategia efectiva es desarrollar una cultura de aprendizaje continuo que integre formación técnica y emocional. Por ejemplo, en una empresa de servicios profesionales, creamos una "Digital Learning Week" mensual, con talleres breves sobre herramientas digitales, automatización y pensamiento ágil. Los colaboradores que ya dominaban ciertos temas se ofrecieron como mentores internos, construyendo una red de conocimiento entre pares.

También promovemos identificar "embajadores digitales" dentro de los equipos: personas que lideran la adopción tecnológica desde lo cotidiano. Este enfoque descentralizado ha demostrado ser eficaz para reducir la resistencia.

Y no menos importante es el liderazgo ejemplar. Cuando los CEOs participan en programas de transformación digital junto con sus equipos —como ocurrió en una empresa industrial con la que colaboramos— se genera una fuerte alineación cultural. Las competencias emocionales deben acompañar al desarrollo técnico para que el aprendizaje se traduzca en resultados sostenibles.

En su rol como embajador de Uber for Business en Argentina, ¿puede compartir un ejemplo de cómo han alineado cultura organizacional y experiencia del cliente a través de la tecnología?

Uno de los proyectos más significativos fue con una empresa farmacéutica durante la pandemia. Tenían el reto de garantizar el traslado seguro y eficiente de su personal esencial. Con Uber for Business diseñamos una solución que automatizaba la gestión de viajes corporativos, reducía riesgos operativos y cuidaba a los colaboradores.

El verdadero valor estuvo en cómo se comunicó esta acción internamente. Creamos una campaña llamada "Cuidarte es parte de nuestro trabajo", que conectó la iniciativa con la cultura de la organización. Esa narrativa elevó el sentido de pertenencia y expandió la satisfacción interna.

Siempre digo que si queremos que los clientes amen la marca, primero los colaboradores deben amar lo que hacen. Cuando la experiencia interna y externa están alineadas, se genera un círculo virtuoso de confianza y diferenciación competitiva.

Diversos reportes indican que el 70% de las iniciativas de transformación fracasan por no considerar el componente humano. ¿Qué elementos son esenciales para evitar este desenlace?

El componente humano es el factor determinante en cualquier transformación. Muchas veces, los líderes exigen que los equipos "se pongan la camiseta", pero no se colocan ellos primero en sus zapatos. Así, el fracaso está garantizado.

El primer paso es la gestión empática del cambio. Antes de implementar tecnología, es fundamental conversar sobre los "porqués" y "para qué". En una empresa de logística, por ejemplo, realizamos talleres de escucha antes de implementar un sistema ERP, lo que permitió ajustar el enfoque y reducir la resistencia.

La formación continua es otro pilar. En una organización energética, diseñamos rutas de aprendizaje personalizadas según el rol y el nivel de exposición al cambio. Esto permitió una adopción más fluida y emocionalmente sostenida.

El liderazgo visible es crucial. Cuando los líderes comunican con transparencia y se muestran disponibles, el compromiso se fortalece. Además, medir el impacto humano del cambio —a través de

encuestas de pulso y análisis de redes— permite ajustar la estrategia en tiempo real.

La transformación no se impone; se construye con las personas.

¿Qué papel juegan las competencias emocionales en el liderazgo de equipos ágiles y resilientes?

Las emociones son la base de todas las competencias. En entornos ágiles y complejos, la inteligencia emocional permite sostener la motivación, gestionar el conflicto y generar seguridad psicológica.

En un proceso de coaching con un equipo de desarrollo en telecomunicaciones, el líder —con gran formación técnica pero baja preparación emocional— enfrentaba alta rotación. A través del fortalecimiento de su inteligencia emocional, mejoró el feedback, gestionó conflictos y logró mayor cohesión. En seis meses, el equipo duplicó su productividad y redujo significativamente la rotación.

La verdadera agilidad no se trata de moverse rápido, sino de avanzar con sentido. Liderar desde la empatía y la autenticidad permite crear culturas adaptativas, donde los errores no se castigan, sino que se transforman en aprendizaje.

En un mundo automatizado, ¿qué estrategias recomienda para acompañar a los líderes en la gestión del cambio y del talento?

Estamos en la era de la automatización y la emoción. Para acompañar a los líderes, propongo tres ejes:

Liderazgo adaptativo: *con herramientas que combinan coaching, inteligencia emocional y tecnologías emergentes. En agroindustria, diseñamos un programa integral para preparar a los líderes ante la disrupción.*

Laboratorios de innovación: *espacios donde los líderes puedan experimentar metodologías ágiles y nuevos modelos de trabajo en un entorno seguro.*

People analytics: *para mapear capacidades internas y anticipar necesidades de reskilling, facilitando decisiones estratégicas sobre movilidad y desarrollo.*

El acompañamiento debe ser constante. Transformar no es un evento, sino un proceso con presencia, feedback y mentoring.

Su enfoque integra lo emocional con lo estratégico. ¿Cómo mantiene ese equilibrio al acompañar a CEOs y equipos de alto rendimiento?

Todo empieza con una pregunta: "¿Cómo quiere ser recordado en 10 años?". Desde allí se construye una hoja de ruta que combina resultados con propósito.

Aplico una metodología que equilibra planeación estratégica y desarrollo humano. Diagnósticos organizacionales se combinan con sesiones profundas de reflexión emocional. También incorporamos dinámicas de mindfulness, propósito personal y escucha empática.

Fomento una cultura donde el feedback sea una práctica continua. La emocionalidad no se deja fuera: se integra al proceso de toma de decisiones. Cuando un líder conecta con su humanidad, sus decisiones son más sabias y su equipo más comprometido.

¿Qué lecciones ha aprendido acompañando procesos de transformación en diferentes industrias?

He aprendido que no hay transformación sin coherencia. Las empresas que avanzan son las que alinean discurso, decisiones y comportamientos.

Otra lección es que el ritmo del cambio debe ser humano. En una empresa tecnológica, reducir la velocidad permitió recuperar talento y compromiso.

También descubrí el valor de la co-creación: cuando se involucra al equipo en el rediseño de procesos, se fortalece el sentido de pertenencia.

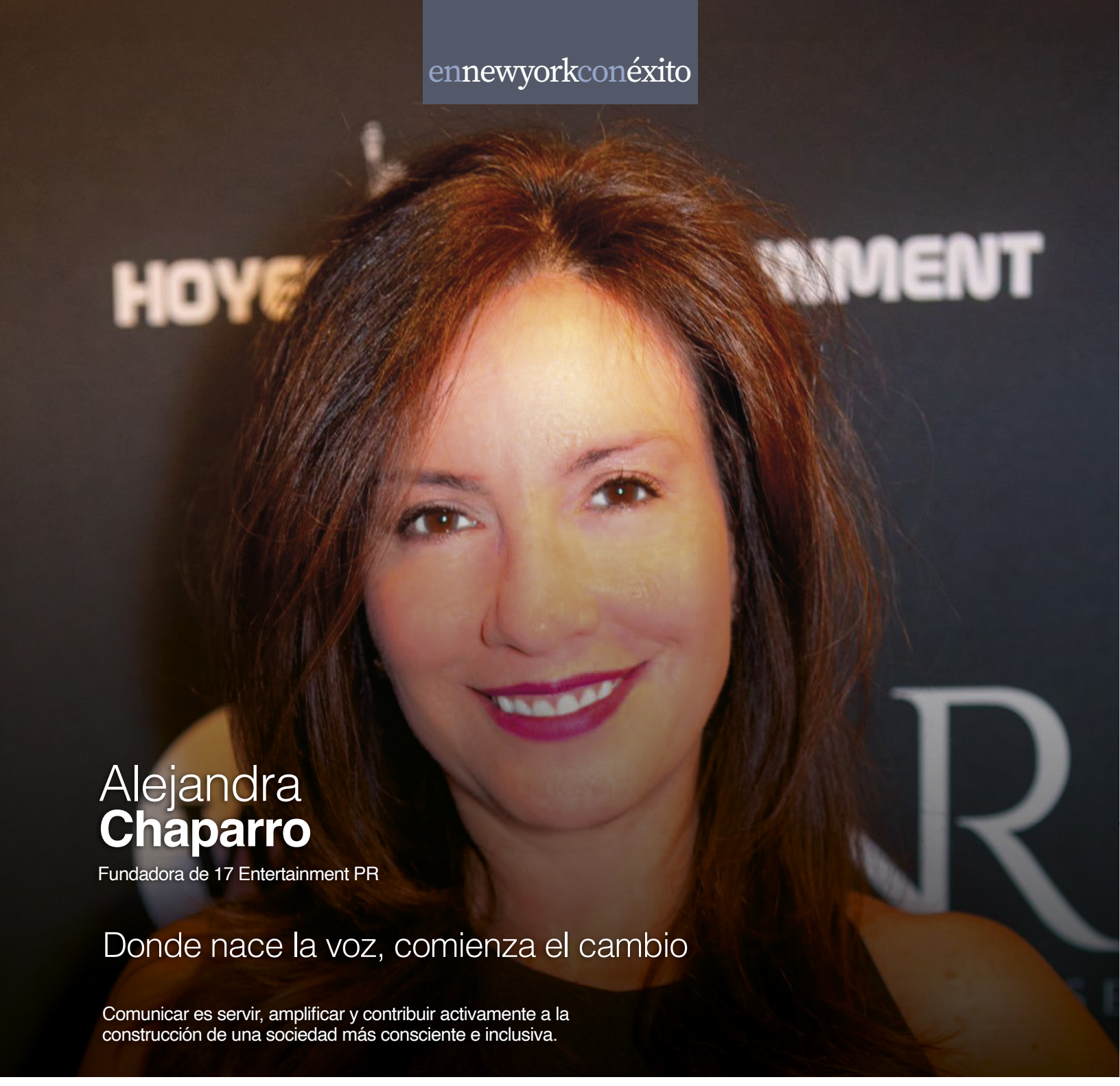
Finalmente, aprendí que el camino hacia los resultados es el camino de las relaciones. La transformación es desapegarse de lo que ya no sirve, para abrazar lo que viene con apertura y conciencia.

A nivel personal, ¿qué le motiva a seguir impulsando culturas organizacionales centradas en las personas?

Mi historia personal es mi mayor motor. A los 35 años, siendo gerente de IT, fui desplazado por motivos políticos. Lo que al principio fue un quiebre, se convirtió en mi plataforma de reinvención.

Hoy acompaño a líderes para que sus colaboradores no vivan esas experiencias. Mi propósito es crear entornos donde la tecnología sirva a las personas, no al revés.

Cada vez que un líder recupera su propósito, un equipo se reencuentra, o un colaborador se siente valorado, siento que algo cambia en el mundo. Transformar organizaciones es también transformar la vida de quienes las integran.



Alejandra **Chaparro**

Fundadora de 17 Entertainment PR

Donde nace la voz, comienza el cambio

Comunicar es servir, amplificar y contribuir activamente a la construcción de una sociedad más consciente e inclusiva.

Desde las salas de redacción de CNN en Español y Telemundo hasta los espacios estratégicos donde hoy se diseñan campañas que cruzan fronteras, Alejandra Chaparro ha construido una carrera guiada por un propósito claro: amplificar las voces que merecen ser escuchadas. Fundadora de 17 Entertainment PR y referente en el mundo de la comunicación multicultural en Nueva York, Alejandra combina su instinto periodístico con una visión aguda del poder de las narrativas auténticas.

Su trabajo trasciende los titulares y se traduce en impacto tangible, ya sea liderando el alcance latino en la campaña presidencial de RFK Jr., empoderando a emprendedoras a través de WE NYC, o guiando marcas y voceros a posicionarse con verdad y propósito en un mercado diverso. Su compromiso con la representación, la inclusión y la transformación comunitaria la ha convertido en una estratega con causa y en una mentora que inspira desde la experiencia.

Factor de Éxito conversó con esta estratega de la comunicación, quien nos invita a reflexionar sobre el poder de las historias bien contadas, el rol de la comunicación como puente entre realidades y oportunidades, y la capacidad de las mujeres, especialmente las latinas, para liderar con autenticidad, romper esquemas y transformar el mundo desde su propia voz.

''Después de varios años trabajando en distintos medios de comunicación, puedo decir con certeza que cada

historia, cada reportaje y cada entrevista representaron una oportunidad invaluable para amplificar no solo una, sino miles de voces que buscaban ser escuchadas. Muchas de esas historias no solo me transformaron a nivel personal, sino que también resonaron profundamente en quienes las recibieron'', señaló Chaparro.

Como periodista, asiduamente ejerció con un profundo compromiso por el equilibrio y la objetividad. Hoy, desde el mundo de las relaciones públicas, asume una responsabilidad distinta pero igual de poderosa: ser la voz (y a veces el eco) de personas, causas y comunidades que no siempre saben cómo comunicar su mensaje o a quién hacerlo llegar. Para Alejandra, hacer comunicación con propósito es ser un puente entre las historias que merecen ser contadas y el impacto que pueden generar.

''Creo firmemente que cuando una voz se escucha con respeto, nace una posibilidad de cambio. Y mi propósito es justamente ese: abrir espacio para que las historias correctas lleguen a las personas correctas, en el momento en que más se necesitan'', expresó.

Desde su experiencia como periodista en medios como CNN en Español, Telemundo, al igual que varios medios de comunicación internacionales desarrolló un instinto noticioso muy afinado y fue el saber identificar qué historia merece ser contada, cómo contarla con impacto y, sobre todo, cómo conectar con las emociones y necesidades del público. Ese mismo enfoque lo ha trasladado al mundo de las relaciones públicas.

''Al diseñar campañas de relaciones públicas para Estados Unidos y América Latina, aplico ese criterio editorial para construir mensajes que no sólo informen, sino que generen conversación, credibilidad y relevancia cultural. Entender lo que buscan los medios y cómo anticipar ángulos que puedan captar su atención sin perder la autenticidad de la marca es muy importante. Además, combino esa mirada periodística con estrategias de posicionamiento que respetan las diferencias de cada mercado, adaptando el tono, los voceros y los canales según la audiencia. La dinámica de los medios ha venido cambiando, especialmente tras la pandemia, por lo que adaptarse es esencial para mantenerse vigente'', enfatizó.

Para Alejandra, liderar el alcance latino en la campaña presidencial de RFK Jr. ha sido una experiencia profundamente transformadora, además de una gran responsabilidad. ''Me permitió conocer y escuchar de cerca las inquietudes, aspiraciones y frustraciones de las comunidades latinas en distintas partes del país, desde Nueva York, Florida, Texas, New Jersey, hasta California. Uno de los mayores aprendizajes ha sido que nuestra comunidad no es monolítica: hay una gran diversidad de voces, historias y prioridades que merecen ser representadas con respeto y precisión, pero desafortunadamente no lo están'', expresó.

''También entendí que las narrativas multiculturales no son un complemento en el panorama político actual, son esenciales. Estamos en un momento donde los votantes latinos, afrodescendientes, asiáticos y de otras comunidades diversas están reclamando espacios, no solo para ser escuchados, sino para influir en las decisiones que les afectan directamente. Las campañas que no integren estas voces desde su origen están destinadas a desconectarse de una parte fundamental del electorado. Creo firmemente que el futuro político de Estados Unidos se está escribiendo desde estas narrativas multiculturales, y como estrategas de comunicación, tenemos la responsabilidad de amplificarlas con honestidad, empatía y propósito'', afirmó.

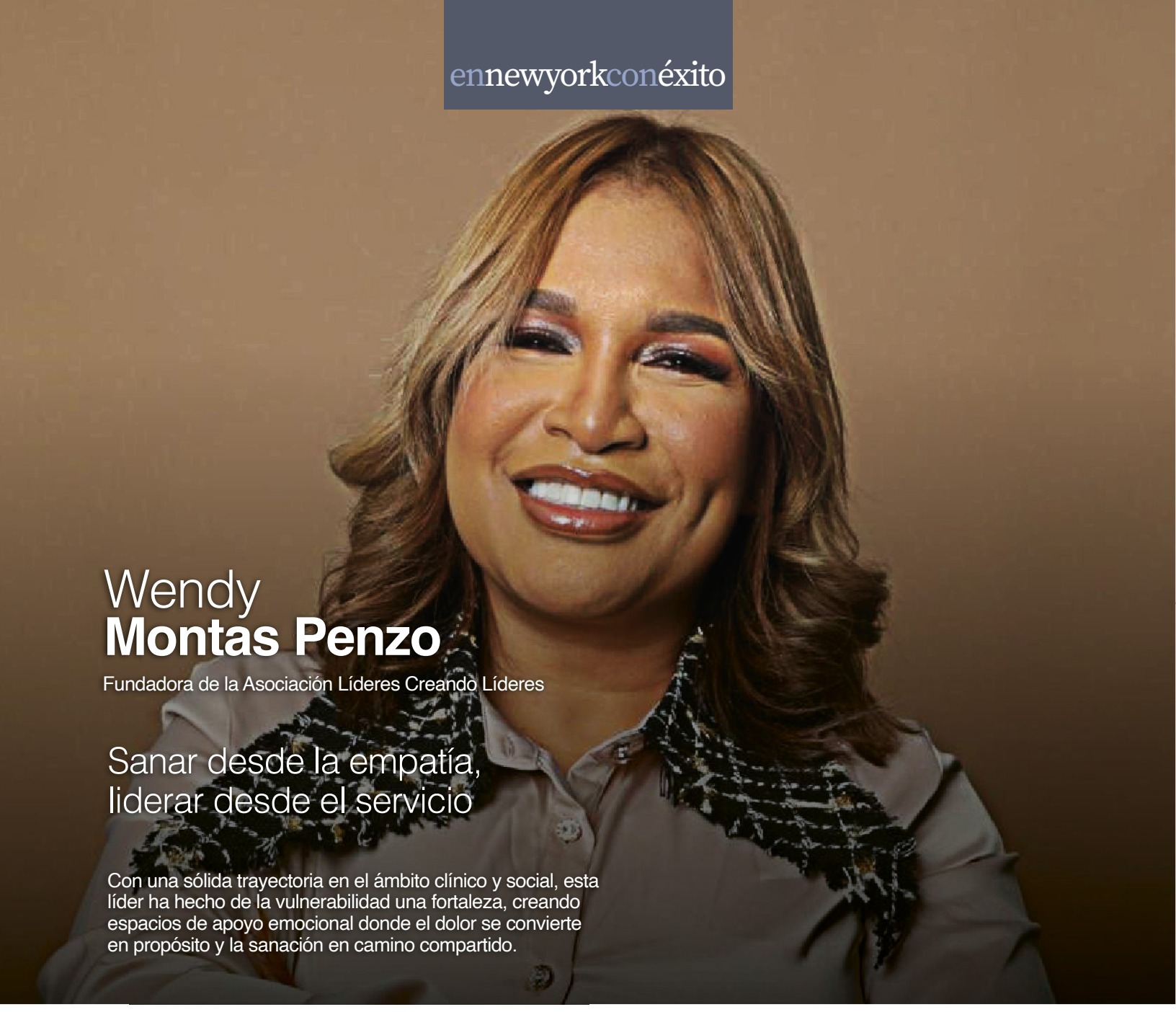
Como mentora en WE NYC y jurado en competencias de startups, Alejandra ha visto de cerca el poder transformador que tienen las mujeres cuando se atreven a emprender desde su verdad y lo que les apasiona. En un mercado tan diverso y competitivo, lo que realmente diferencia a una marca es la autenticidad con la que nace y se comunica.

''Siempre les digo a las emprendedoras: tu historia es tu superpoder. No necesitas encajar en moldes tradicionales ni imitar a otros. Lo esencial es tener claridad sobre quién eres, por qué haces lo que haces, y cómo tu propuesta genera impacto en la vida de los demás. Cuando una mujer se conecta con esa raíz, su marca no solo se posiciona: emociona, inspira y trasciende. También es fundamental abrazar la diversidad como una fortaleza. Entender que nuestras experiencias culturales, nuestros acentos, nuestras raíces… todo eso aporta valor. Las marcas auténticas no buscan agradar a todos, buscan resonar con quienes realmente comparten sus valores'', subrayó.

Empoderar a una mujer para que hable con su propia voz, en su propio idioma, con estrategia y corazón, es abrir la puerta a un liderazgo que cambia realidades.

Alejandra compartió un mensaje inspirador para la nueva generación de latinas que están listas para transformar sus comunidades, ''les diría: no minimices tu voz, no te disculpes por tu pasión o tus defectos, y nunca subestimes el poder que tienes cuando decides liderar desde el corazón. Tampoco te limites, ni tengas temor de seguir tu llamado''. A esto añadió, ''nuestra historia como mujeres latinas es rica en resiliencia, creatividad y coraje. Usa tu voz no solo para contar historias, sino para reescribir narrativas y romper paradigmas. Usa tu creatividad para abrir espacios donde antes solo había barreras. Y lidera con propósito, con empatía y con la firme convicción de que tu visión puede mover montañas''.

Tus raíces son tu fuerza. Tu voz es tu legado. El futuro no es algo que haya que esperar, es algo que creamos. Una palabra, una idea, un acto de coraje cada vez.



Wendy **Montas Penzo**

Fundadora de la Asociación Líderes Creando Líderes

Sanar desde la empatía, liderar desde el servicio

Con una sólida trayectoria en el ámbito clínico y social, esta líder ha hecho de la vulnerabilidad una fortaleza, creando espacios de apoyo emocional donde el dolor se convierte en propósito y la sanación en camino compartido.

Liderar con propósito es servir con el corazón. Esa frase parece resumir la trayectoria de Wendy Montas Penzo, también conocida por muchos como Lola: una mujer cuya vida ha sido testimonio de compasión, fe y liderazgo transformador. Desde su rol como consejera clínica en la ciudad de Nueva York hasta sus iniciativas comunitarias en Nueva Jersey, Wendy ha acompañado historias difíciles que, gracias a su guía, se han convertido en relatos de esperanza y resiliencia.

Con más de 15 años de experiencia en salud mental y protección infantil, ha fundado organizaciones como Leaders Creating Leaders y la Fundación Apoyando Vidas Más Fuertes, desde donde impulsa el bienestar emocional de comunidades vulnerables. Su voz, clara y firme, también resuena a través de su libro Más Fuerte que el Dolor, donde invita a los hombres a abrazar su vulnerabilidad y priorizar su salud mental sin miedo ni prejuicio.

Pero más allá de sus títulos y certificaciones, Wendy encarna una verdad poderosa: que servir a los demás desde la empatía y la autenticidad no solo transforma vidas, sino que también despierta líderes. En esta entrevista, Factor de Éxito exploró su misión, su visión de liderazgo y cómo ha logrado sostenerse, y acompañar a otros, desde el amor, la fe y la acción comprometida.

A lo largo de su camino como consejera y servidora comunitaria, ha vivido muchas experiencias significativas, pero sin duda, una de las más transformadoras para Wendy fue acompañar a una madre soltera inmigrante que llegó a su programa enfrentando múltiples desafíos: sin hogar, sin empleo y con una profunda sensación de derrota.

''A través de mi trabajo como trabajadora social para la ciudad de Nueva York, logramos ubicarla en un albergue, conectarla con recursos vitales para ella y sus hijos, y brindarle mentoría emocional. Meses después, no solo consiguió un empleo digno, sino que también fundó un pequeño negocio, y hoy en día se ha convertido en mentora para otras mujeres que enfrentan situaciones similares. Ver cómo, con apoyo, herramientas y fe, una persona puede transformar su dolor en propósito reafirmó profundamente mi misión de vida: servir, guiar y empoderar a quienes han sido invisibilizados por el sistema. Fue en ese momento cuando comprendí que mi labor no es solamente ofrecer

ayuda, sino también despertar líderes que, como ella, continúen multiplicando esperanza y transformación en sus comunidades'', indicó.

Esa experiencia le recordó que el liderazgo no se impone, se inspira; y que cada historia que acompañamos tiene el potencial de convertirse en un poderoso testimonio de resiliencia y cambio.

''Desde la Fundación Apoyando Vidas Más Fuertes, creemos que la compasión es el punto de partida para todo proceso de sanación y transformación. Promover un enfoque efectivo frente a temas tan delicados como el autismo, el abuso sexual y la salud mental requiere no solo conocimiento técnico, sino también humanidad, escucha activa y un profundo respeto por la dignidad de cada persona'', compartió.

En la fundación se diseñan programas integrales que combinan acompañamiento emocional, apoyo familiar, intervención educativa y acceso a recursos terapéuticos, entendiendo que cada caso es único y merece atención personalizada. Para las familias con niños en el espectro autista, ofrecen orientación continua y talleres inclusivos. Para sobrevivientes de abuso, crean espacios seguros de confianza y empoderamiento, donde su voz es escuchada y respetada. Y para quienes enfrentan desafíos de salud mental, trabajan en romper estigmas, promoviendo el autocuidado y la atención temprana como derechos fundamentales.

Además, se enfocan en organizar pequeños retiros de sanación, donde invitan psicólogos, terapeutas y un equipo profesional capacitado; para ofrecer espacios de reflexión, descanso emocional y sanación interior. Estos retiros están diseñados desde el amor, la empatía y el respeto, permitiendo a los participantes reconectar con su historia y su fuerza interior.

''Nuestra misión es hacer visible lo invisible, caminar junto a las personas en su proceso y recordarles que no están solas. Ser compasivos no significa ser frágiles; significa tener el coraje de ver el dolor del otro y actuar con amor, estrategia y compromiso. Esa es la base de nuestro trabajo: sanar desde la empatía y transformar desde la acción'', afirmó.

Durante años, Wendy ha trabajando en comunidades. Se ha encontrado con hombres que, pese a cargar dolores profundos, no encontraban espacios seguros para hablar de sus emociones sin ser juzgados o señalados como débiles. Esto le motivó a escribir el libro ''Más Fuerte que el Dolor'', especialmente después de tantos años de vivir una experiencia de dolorosa, el ver cómo tantos hombres están llenos de ansiedad, estrés y no dicen nada, cómo guardan en silencio su sufrimiento. También me impactó profundamente el alto nivel de hombres que se suicidan cada año.

''Con este libro, quise enviar un mensaje claro: la vulnerabilidad no debilita al hombre, lo humaniza y lo fortalece. Espero que quienes lo lean se sientan validados, acompañados y comprendan que cuidar su salud emocional es un acto de amor propio y también un regalo para sus familias y comunidades'', sostuvo.

A través de Líderes Creando Líderes, Wendy acompaña a emprendedores en sus desafíos personales y profesionales, y desde esa experiencia afirma que la salud emocional es la base invisible que sostiene cualquier proyecto o negocio. Detrás de cada estrategia, cada venta y cada logro, hay una persona lidiando con miedos, frustraciones y momentos de incertidumbre. Si esa dimensión emocional no se cuida, todo lo construido puede venirse abajo ante el primer obstáculo. Además, el burnout es una realidad muy presente entre emprendedores y empresarios: agotamiento extremo, estrés crónico, y un profundo desgaste que, si no se atiende, puede afectar no solo la productividad, sino también la salud física y mental. Compartiendo con ellos, ha visto cómo muchas veces cargan con traumas del pasado no trabajados, necesidades emocionales insatisfechas y un sentimiento de soledad que, silenciosamente, va erosionando su energía y pasión.

''En Líderes Creando Líderes, enseñamos que liderar un negocio empieza por liderarse a uno mismo, cultivando la resiliencia, la inteligencia emocional y la capacidad de manejar el estrés. Un emprendedor con salud emocional es más flexible, creativo y capaz de adaptarse a los cambios. Por eso creemos que un negocio sostenible no solo necesita un buen plan financiero, sino también un líder que sepa sostener su propio bienestar y sanar sus propias heridas'', mencionó.

Para Wendy, combinar la formación clínica, fe, liderazgo y empatía le recuerda cada día que es humana y que también necesita cuidar de sí misma.

La formación clínica me da herramientas prácticas para acompañar a otros.

La fe me sostiene en los momentos de incertidumbre.

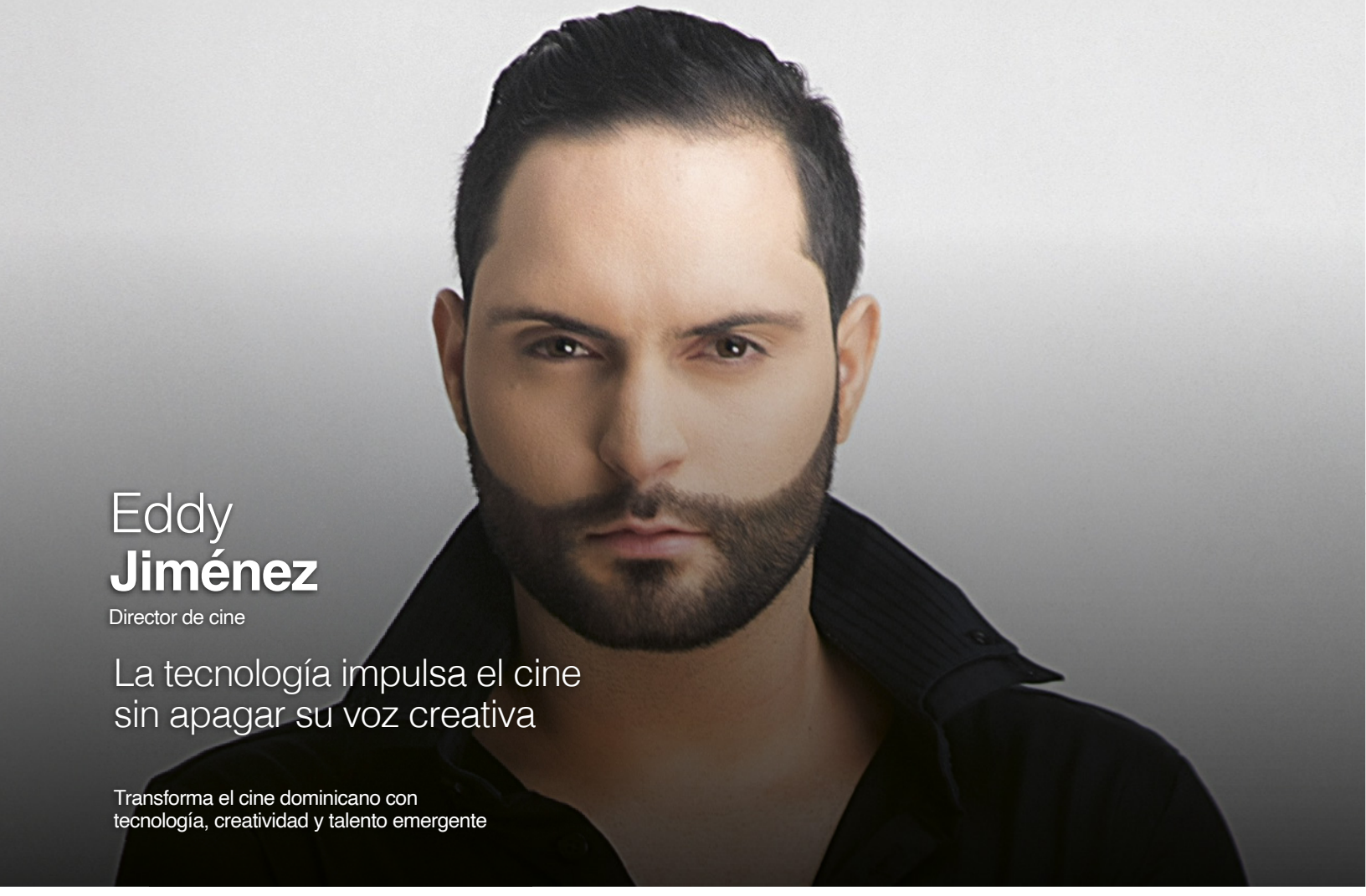
El liderazgo me empuja a tomar decisiones difíciles.

La empatía me conecta con la humanidad de cada persona que sirvo.

La experta en salud mental expresa que no se trata de elegir uno u otro, sino de reconocer que todos se complementan y se nutren mutuamente. ''Mantengo este equilibrio priorizando mi bienestar emocional y espiritual, dedicando tiempo a la reflexión personal, buscando espacios de descanso y rodeándome de personas que me recuerdan quién soy más allá de mis títulos o roles. He aprendido que no puedo dar lo que no tengo, por eso invierto en mi propio crecimiento, en mi sanación y en mi conexión con algo más grande que yo'', continuó.

''Mi consejo para quienes desean servir con propósito y autenticidad es que empiecen por conocerse profundamente, trabajar en sus propias heridas y en su sanidad emocional, y no tengan miedo de mostrar su vulnerabilidad. Que fortalezcan su conexión interior y aprendan a escuchar antes de hablar. Servir desde la autenticidad significa estar dispuestos a crecer, equivocarse, aprender y mantenerse firmes en sus valores, incluso cuando sea incómodo. Implica tener la humildad de aprender cada día, construir relaciones genuinas y entender que liderar no es controlar, sino inspirar y acompañar a otros desde el amor, la coherencia y la paciencia. Solo así se puede sostener un servicio que transforme vidas desde el amor y la humildad'', concluyó.

El liderazgo con propósito nace de un corazón transformado que se atreve a transformar el mundo sin perder su esencia.



Eddy **Jiménez**

Director de cine

La tecnología impulsa el cine sin apagar su voz creativa

Transforma el cine dominicano con tecnología, creatividad y talento emergente

Desde su infancia en Bonao hasta los sets de rodaje en Nueva York, Eddy Jiménez ha forjado una trayectoria en el cine que combina visión artística, evolución tecnológica y una fuerte vocación por impulsar el talento dominicano. Con apenas 30 años, este director de cine se ha consolidado como una de las voces emergentes más interesantes de la industria audiovisual en América Latina, y su enfoque está alineado con las nuevas dinámicas de transformación digital que vive el sector.

Formado en el Puerto Rican Traveling Theater y en Urban Arts, y con estudios avanzados en dirección de cine en la prestigiosa NYU, Jiménez representa una nueva generación de creadores que entienden el cine como una convergencia entre arte, tecnología y estrategia de distribución. Su experiencia en largometrajes como El Camino Correcto, See You Soon, Atrako por joder y Cara a Cara refleja una versatilidad creativa que ahora impulsa también desde la empresa Camino Films, donde lidera proyectos de producción y distribución.

La transformación digital en el cine ha sido, en sus palabras, radical: “Ahora existe lo que es la inteligencia artificial, la cual permite crear una película completa y llevarla a los cines; también la distribución ahora es en internet, en plataformas digitales”. Este cambio, lejos de ser una amenaza, lo ha motivado a ampliar horizontes. “Estamos trabajando una película que estará lista para el 2028 y es totalmente hecha en computadora”, afirma.

Pero su apuesta no es solo tecnológica. En Camino Films ha mantenido un compromiso constante con el desarrollo humano y la promoción de nuevos talentos. “Hemos sido pioneros en República Dominicana en dar oportunidades. Nos genera aprendizajes muy valiosos tanto para la empresa como para mí mismo”, comenta. Esta filosofía de trabajo ha sido clave para mantener el equilibrio entre innovación y esencia artística. “La tecnología ofrece herramientas poderosísimas, pero si se usa sin cuidado puede opacar la voz del creador”, sostiene, enfatizando la importancia de conservar la autenticidad en medio de la automatización.

Entre talento y tecnología, Jiménez representa un caso ejemplar. Está desarrollando estrategias de distribución con plataformas como Amazon Prime, HBO Max y Disney+, llevando producciones locales a audiencias globales. Además, sus nuevos proyectos —el documental El Rey del Hit y la comedia POPIWA— reafirman su compromiso con contenidos de impacto y valor cultural.

Jiménez también proyecta el futuro con una visión pragmática: “Creo que en los próximos años el crew se va a reducir bastante y posiblemente una sola persona podrá realizar una película en el futuro”. Esta predicción, lejos de ser utópica, resuena con las tendencias actuales de automatización en la industria creativa.

La historia de Jiménez demuestra que el talento, cuando se alinea con la tecnología y una clara visión de futuro, puede no solo adaptarse al cambio, sino liderarlo.

EL TALENTO SENIOR COMO VALOR DIFERENCIAL

Gustavo dos Santos
Especialista en empleabilidad y transiciones de carrera

Resignificar la madurez profesional sabemos que implica un llamado a encontrar un sentido y propósito nuevo en la propia vida.

Hoy el talento senior sigue siendo un valor diferencial en la complejidad, ya que cuentan con recorridos y prácticas que permiten acompañar ese "hacer nuevo".

Los líderes senior son verdaderos mentores que saben generar energía, fuerza, entereza mental para la incertidumbre y gestión de equipos para liderar en las crisis.
Hoy la riqueza de gestión y el liderazgo con resultados se potencia con equipos multigeneracionales y de alta diversidad.

La edad no define nuestro valor, capacidades y contribuciones. El talento no tiene edad!

Cada colaborador desde su talento representa una pequeña usina de aprendizaje que en la convivencia generacional puede multiplicar esos saberes.

Necesitamos reivindicar el valor del talento senior para actuar ante lo complejo y así ejercer una aceptación consciente de lo ambiguo y lo imposible, que requiere experiencias claras y potenciadoras para abrazar lo urgente.

Los nuevos paradigmas culturales y el desarrollo tecnológico nos movilizan continuamente generando dudas, incomodidad y hasta frustración por no contar con las respuestas adecuadas a las nuevas realidades. Cambiaron las respuestas hoy frente a preguntas que siempre nos hicimos. Que en esas nuevas respuestas exista un marco claro para potenciar la convivencia generacional con integración de saberes.

Al talento senior lo define su carrera, sus logros, su nueva propuesta de valor, su liderazgo con sentido, su plasticidad para adaptarse a lo complejo e imposible.

Será hoy una tarea clave, contar con culturas inclusivas, integradoras, multigeneracionales con una mirada colectiva para un nuevo "saber hacer".

Evolucionar es integrar para lograr resultados de impacto.

LA TRANSFORMACIÓN AUTÉNTICA ORQUESTA EL CAMBIO ESTRATÉGICO

Jeannina Valenzuela
Especialista en sostenibilidad y reputación

Qué pasaría si el próximo gran salto de su empresa no dependiera de una nueva idea, sino de una inteligencia capaz de reinventarlas todas? En un escenario donde los datos se reproducen a un ritmo vertiginoso y la velocidad de interpretación define la ventaja competitiva, la inteligencia artificial (IA) emerge no como una herramienta más, sino como el nuevo motor cognitivo y decisional que articula, conecta y potencia cada capa del modelo operativo moderno. Así, impulsa los modelos de negocio más resilientes y adaptativos de la economía actual.

Este cambio de paradigma ya no es una posibilidad futura. Siete de las diez marcas más valiosas del planeta no solo dominan mercados: han hecho de los datos su principal activo estratégico. Comprendieron que la verdadera innovación no reside en recolectar información, sino en orquestarla con precisión quirúrgica para convertirla en decisiones ágiles, basadas en evidencia y alineadas con la creación de valor sostenible.

Entendida así, la transformación digital trasciende lo tecnológico. Es una mentalidad, una infraestructura cultural y un marco de decisión basado en datos vivos. Integrar IA sin un propósito claro es como instalar un reactor en una máquina mal calibrada: el poder está ahí, pero el avance real no ocurre. Solo cuando se aplica con visión sistémica —desde la estrategia hasta la experiencia del cliente— la IA despliega todo su potencial. Detecta patrones ocultos, anticipa riesgos, propone soluciones y lo hace en tiempo real.

Dentro de este ecosistema en evolución, la IA se diferencia radicalmente del software tradicional. Mientras uno ejecuta instrucciones, la otra aprende, se adapta y actúa. Su expresión más avanzada son los agentes inteligentes: sistemas autónomos que interpretan su entorno, deciden en función de objetivos definidos y perfeccionan sus respuestas mediante el aprendizaje automático. Estos agentes ya están reconfigurando silenciosamente la operación de empresas que antes parecían inamovibles.

Ejemplos reales ya lo demuestran. En Colombia, la startup Agros empodera a pequeños agricultores mediante inteligencia artificial. Sus herramientas analizan datos satelitales y sensores de campo para anticipar plagas, planificar cosechas y facilitar el acceso a crédito. Aquí, la IA no reemplaza: democratiza.

Del mismo modo, en Chile, NotCo utiliza IA para reimaginar la industria alimentaria. Su algoritmo “Giuseppe” disecciona la estructura molecular de alimentos animales y la reproduce con ingredientes vegetales, acelerando el desarrollo de productos sostenibles y sorprendentes. Leche sin vacas, hamburguesas sin carne, innovación sin límites.

En una industria completamente distinta, pero con la misma lógica de disrupción, la insurtech estadounidense Lemonade ha reinventado los seguros. Desde el onboarding hasta la gestión de siniestros, todo fluye mediante algoritmos que procesan datos en segundos, minimizan costos y elevan la experiencia del cliente a niveles impensables en el modelo tradicional.

En Asia, la visión también se traduce en ejecución. Xpeng Motors redefine la movilidad mediante IA. En sus fábricas, robots inteligentes ensamblan vehículos mientras aprenden del proceso. En las calles, sus autos recopilan datos y perfeccionan su conducción autónoma con cada trayecto. Aquí, la inteligencia no es un componente: es la esencia del diseño industrial.

Estos no son casos aislados ni promesas a largo plazo. Son síntomas de una nueva realidad en la que la IA no solo mejora procesos: cambia las reglas. Las organizaciones que entienden esto no buscan automatizar por moda, sino transformar con sentido.

Ahora bien, lograr esta transformación requiere mucho más que adoptar software avanzado. Exige estructuras capaces de gobernar los datos con responsabilidad, liderazgos que inspiren el cambio y una cultura organizacional que equilibre la rigurosidad técnica con una mirada empática. No se trata simplemente de implementar lo más nuevo, sino de apostar por lo que realmente genera valor y propósito sostenido.

Por ello, el liderazgo digital no se medirá por la cantidad de algoritmos, sino por la calidad de las decisiones que estos potencien. En esta era, donde lo urgente muchas veces desplaza lo importante, la inteligencia artificial es el puente que conecta visión y ejecución.

DISRUPCIÓN DIGITAL CON IA.

CUANDO CAPITAL HUMANO, CULTURA, TECNOLOGÍA, ESTRATEGIA Y LIDERAZGO CONVERGEN, LA IA DEJA DE SER UN EXPERIMENTO Y SE CONVIERTE EN MOTOR DE DISRUPCIÓN DIGITAL.

Andrés Silva Arancibia

Divulgador tecnológico. Fundador de Flumarketing.com. Senior Partnership Advisor en Falcondale empresa desarrolladora de algoritmos cuánticos. Contributor to the International Astronomical Search Collaboration (IASC), partner oficial de la NASA. Profesor visitante en Universidad Complutense de Madrid, España. Estratega digital, Autor y Consultor.

¿Puede una organización rediseñar radicalmente su propuesta de valor —y su posición competitiva— colocando la inteligencia artificial (IA) en el núcleo de su modelo de negocio? La pregunta no es meramente retórica: hoy la velocidad de cambio tecnológico amenaza con dejar atrás a quienes no sepan convertir la IA en ventaja diferenciadora. Para responderla es preciso desmenuzar cinco vectores críticos —capital humano, cultura centrada en el cliente, avances tecnológicos exponenciales, estrategia y liderazgo— cuya orquestación define el éxito o el fracaso de cualquier iniciativa de disrupción digital.

Capital humano: talento aumentado, no desplazado

La automatización inteligente eliminará tareas, pero creará más funciones de las que destruye: el Future of Jobs Report 2025 del World Economic Forum de enero de 2025, se estimó en 170 millones los nuevos puestos de trabajo para este decenio y un giro acelerado hacia perfiles de ciencia de datos, IA, ética algorítmica y gestión del cambio. Mientras que, 92 millones de vpuestos de trabajo se verán desplazados por estas mismas tendencias tecnológicas de automatización inteligente. Esto significa que habrá un aumento neto del empleo de 78 millones de puestos. El imperativo es re-cualificar a la plantilla mediante programas aprendizaje continuo que combinen mejora de las competencias técnicas y reciclaje profesional de habilidades blandas (pensamiento crítico y colaboración hombre-máquina).

Cultura organizacional centrada en el cliente

La IA sólo aporta valor sostenido si se ancla en la experiencia del usuario. De acuerdo con la encuesta ejecutiva sobre liderazgo en IA y datos 2025 publicada en HBR el 2 de enero de 2025, en 2024, directivos de 18 sectores coincidieron en que la mayor barrera a la monetización de la IA no es la tecnología, sino la falta de datos confiables y de rituales culturales que coloquen la voz del cliente en cada desarrollo de un producto. Solo el 32,5 % de las compañías Fortune 1000 afirma haber desarrollado una cultura de IA y datos. El auge de la IA generativa ha disparado la inversión en calidad de datos precisamente porque ejecutivos comprenden que “mejor IA” significa “mejor servicio” y, por extensión, mayor lealtad del cliente.

Tecnología exponencial: navegar la curva en lugar de perseguirla

Según la Encuesta Global de McKinsey sobre IA de principios de 2024, el 65 % de las compañías ya emplea IA generativa con regularidad, casi el doble que diez meses atrás; además, el 15 % ha integrado la tecnología en al menos cuatro o más funciones de negocio. El resultado es un ciclo de innovación cada vez más breve: casos de uso que pasaban del laboratorio a producción en 24 meses ahora lo hacen en menos de seis. Las organizaciones necesitan arquitecturas tecnológicas modulares, gobernadas por APIs y plataformas de datos unificadas, para absorber sin fricción la siguiente ola (agentes autónomos, IA multimodal persistentemente conectada, etc.).

Estrategia: de los experimentos al valor escalable

Gartner prevé que para 2028, el 33 % de las aplicaciones de software empresarial incluirán agentes de IA, lo que permitirá que el 15 % de las decisiones laborales diarias se tomen de forma autónoma. Si un tercio del software

corporativo albergará agentes capaces de decidir el 15 % de las tareas, las empresas deberán rediseñar procesos, roles y métricas. La estrategia debe priorizar gobernanza algorítmica, datos confiables, re-capacitación del talento y plataformas que integren agentes de IA, para traducir algoritmos en resultados financieros tangibles. Quien anticipe estos cambios obtendrá agilidad competitiva, costos menores y experiencias hiperpersonalizadas y resiliencia operacional sostenida.

Liderazgo y gobierno ético

Un estudio global de 2024 de Harvard Business Publishing sobre desarrollo de liderazgo, indica que 70% de las empresas exige a sus directivos dominen una gama más amplia de comportamientos de liderazgo efectivos para satisfacer las necesidades comerciales actuales y futuras. Los líderes que inspiran confianza combinan una visión audaz con salvaguardas éticas: marcos de “IA responsable”, auditorías de sesgo y transparencia explicativa. Esta gobernanza, más que un requisito regulatorio, se convierte en ventaja competitiva al fortalecer la reputación y reducir costes futuros de litigio o rectificación tecnológica.

Volvamos, entonces, a la pregunta inicial

¿Puede una organización rediseñar radicalmente su propuesta de valor —y su posición competitiva— colocando la inteligencia artificial (IA) en el núcleo de su modelo de negocio? Sí, pero solo si articula al unísono los cinco vectores descritos. El capital humano debe estar preparado para trabajar con máquinas cada vez más autónomas; la cultura debe girar en torno a un cliente cuyo estándar de experiencia evoluciona minuto a minuto; la organización ha de surfear — no perseguir — la curva exponencial de la tecnología; la estrategia ha de traducir algoritmos en resultados financieros tangibles; y el liderazgo debe asegurar que la ambición innovadora centrada en el cliente se funda con principios éticos sólidos. Cuando estos elementos convergen, la IA deja de ser un experimento y se convierte en motor de disrupción digital auténtica y sostenida.

GESTIÓN ÓPTIMA DEL CAPITAL HUMANO PARA IMPULSAR LA TRANSFORMACIÓN CORPORATIVA

Alvaro "Cuco" de Venegas

International Change Guide
| Business & People Transformation

in https://linkedin.com/in/cucodevenegas

Una gestión efectiva implica identificar las habilidades y competencias necesarias para el éxito del Plan de Negocios de una unidad de negocios, de una PYME, de una Administración Estatal o de una gran corporación, primero debemos empezar por nosotros, desde dentro, para luego reclutar y cultivar al resto del equipo

Implica brindar oportunidades de desarrollo, crecimiento y lo que para los trabajadores es estabilidad, para nuestra perspectiva, retención. A través de estrategias y prácticas sólidas de gestión de personas, las instituciones pueden impulsar y asegurar su transformación, garantizando su preparación para los desafíos del futuro

Estamos continuamente enfrentándonos a nuevos retos en el mercado, nuevas necesidades no cubiertas demandadas por nuestros clientes, adaptando nuestra forma de gestionar el talento alterando incluso la rotación natural y definitivamente, buscando fórmulas que nos permitan evolucionar y crecer en una era de cambios constantes. Estar preparados no viene de la mano necesariamente de la tecnología, ni siquiera de los presupuestos, sino que, aunque parezca obvio, de la actitud de los equipos al interior, y la visión que se tenga del futuro organizacional

La motivación, sin incentivo, no existe. La proactividad, sin incentivo, se pierde. Es tal vez el error más recurrente en cualquier tipo de equipos, el no canalizar ni gestionar las capacidades, las expectativas, la visión de futuro y la resistencia al cambio provenientes del capital humano para impulsar la transformación corporativa

Identificar y desarrollar habilidades necesarias para enfrentar los retos del entorno cambiante, como las competencias propias del cargo o las añadidas a través de programas de capacitación internos, algunas habilidades blandas como la resiliencia, la creatividad o la capacidad de trabajar en equipo, son fundamentales en lo individual y en especial en lo colectivo, para no tener dificultades a la hora de implementar cambios significativos y sostenibles en su estructura y procesos

Otro factor fundamental es el "abuso de las teorías". Nuestros equipos tienen que ver, entender y ojalá formar parte de ejemplos concretos, empíricos, con métricas y a ser posible en empresas reconocibles por quienes pretendemos que apliquen cambios a su día a día. Algunas modificaciones van mucho más allá de la tecnología (como hemos anticipado), como lo es el empoderamiento, el liderazgo, el acompañamiento, la demostración mediante el ejemplo, la asignación de recursos y, tal vez la más invisibilizada de todas, el alejamiento del efecto "moda" o la temporalidad del cambio: hablemos de evolución y de transformación, hablemos de gestión del cambio, pero optimizado

CAPITAL HUMANO EN LA ERA DIGITAL: LIDERAR, TRANSFORMAR Y HUMANIZAR EL FUTURO DEL TRABAJO

Amarilis Gonzalez

Coach y estratega

En los últimos años, la forma en que trabajamos, lideramos y nos desarrollamos profesionalmente ha cambiado de manera irreversible. Ya no basta con adaptarse al cambio: hoy, el verdadero reto es anticiparlo, liderarlo y humanizarlo. La velocidad y profundidad de las transformaciones tecnológicas han impactado no solo en los procesos, sino en la manera en que las personas se relacionan con su trabajo y con las organizaciones.

La tecnología ha transformado procesos, modelos de negocio y canales de comunicación, pero también ha desafiado una de las bases más sensibles de toda organización: su capital humano. En esta era digital, entender el valor de las personas y su capacidad para reinventarse no es solo una ventaja competitiva; es una necesidad estratégica que define la supervivencia y el éxito de las empresas en mercados cada vez más dinámicos e impredecibles.

El talento ya no es local… es global, remoto y dinámico

Vivimos en un mundo donde la inteligencia artificial convive con la intuición humana, donde la automatización coexiste con la empatía, y donde las oportunidades laborales ya no tienen fronteras físicas.

Las organizaciones que prosperan hoy, no son las que más invierten en tecnología, sino las que reconocen que el talento necesita nuevas formas de ser descubierto, desarrollado y conectado. En este contexto, el capital humano ya no se gestiona: se potencia, se acompaña y se visibiliza mediante estrategias centradas en la experiencia de los colaboradores y la flexibilidad laboral.

Esta transformación implica también nuevas formas de trabajo, que combinan lo presencial y lo remoto, lo individual y lo colaborativo, lo técnico y lo emocional. Adaptarse a este entorno híbrido requiere que las organizaciones y sus líderes estén atentos a las necesidades cambiantes de sus equipos, promoviendo una cultura de confianza y bienestar que favorezca el compromiso y la innovación.

Los líderes del futuro no solo dirigen… desarrollan personas

Como líderes, necesitamos cambiar la pregunta de: **¿cómo desarrollo entornos donde las personas puedan crecer, aportar y transformar el negocio junto a nosotros?** Esto implica invertir no solo en herramientas digitales, sino también en modelos de liderazgo más humanos, colaborativos y conscientes. El liderazgo actual exige habilidades como la escucha activa, la gestión del cambio, la inteligencia emocional y la visión sistémica. Porque en un mundo de incertidumbre, la estabilidad la ofrece el líder… no la tecnología.

El líder del futuro es un facilitador de conexiones auténticas, un impulsor del aprendizaje continuo y un promotor del equilibrio entre la productividad y el bienestar. Su rol es fundamental para crear espacios donde la diversidad de talentos se valore y potencie, reconociendo que la innovación nace de la colaboración y la inclusión.

Reinventarse profesionalmente: una responsabilidad compartida

Desde el lado individual, la era digital también ha cambiado las reglas. Ya no basta con tener un título o una experiencia sólida: hoy se necesita ser visible, relevante y adaptable. El talento necesita entender cómo presentarse en este nuevo entorno. Optimizar un CV, actualizar el perfil de LinkedIn, saber usar palabras clave que los reclutadores buscan o posicionarse para oportunidades remotas no es solo marketing personal: es parte del nuevo lenguaje profesional.

Reinvención, empleabilidad y marca personal se han convertido en pilares del desarrollo profesional. Y este proceso requiere guía, claridad y estrategia. La formación continua, la adquisición de nuevas habilidades digitales y la capacidad de aprendizaje autónomo son factores decisivos para mantenerse vigente en mercados laborales altamente competitivos y en constante evolución.

¿Qué define al capital humano en esta nueva era?

Lo resumiría en tres palabras: conciencia, conectividad y contribución.

- Conciencia, para entender nuestras fortalezas, limitaciones y propósito profesional.
- Conectividad, para formar parte de redes de valor que trascienden geografías y jerarquías.
- Contribución, porque el trabajo no se trata solo de productividad, sino de impacto positivo en la organización y la sociedad.

Un nuevo rol para RR.HH. y los líderes empresariales

Si queremos organizaciones sostenibles, no basta con digitalizar procesos. Tenemos que digitalizar con sentido humano, y esto empieza por rediseñar cómo atraemos, desarrollamos y acompañamos al talento.

Los departamentos de recursos humanos y los directivos están llamados a convertirse en arquitectos de experiencias laborales transformadoras, donde el aprendizaje continuo, la inclusión, la movilidad interna y la salud mental sean parte del ecosistema natural. La gestión del capital humano debe ser integral, alineada con los valores organizacionales y sensible a las necesidades individuales.

Conclusión:

El futuro del trabajo no es tecnológico, es humano

- La digitalización ha llegado para quedarse, pero la ventaja real está en las personas. En quienes se atreven a crecer, a cambiar, a liderar con conciencia.
- Como consultor y observador del capital humano a nivel global, lo veo cada día: las empresas que invierten en las personas hoy, serán las que lideren el mañana.
- En definitiva, la transformación comienza por saber quién eres, cómo te presentas y cómo eliges evolucionar en un mundo en constante cambio.

INCREMENTANDO LA EFICIENCIA OPERATIVA EN EL RETAIL LATINOAMERICANO

Gonzalo Zermeño Terrazas

Business Development Manager
Retail Digital Platform Solutions & Services

Gonzalo.Zermeno@ncrvoyix.com | ncrvoyix.com

La digitalización en la industria detallista o del retail no es un concepto nuevo, pero su imperatividad se ha magnificado en los últimos años.

Según Mc Kinsey “Ahora las personas están buscando que la industria de retail les hable a ellos de forma individual, ya sea en la parte de productos o en la parte de compras.

La idea es entender el sentimiento actual del consumidor”. Estas fueron las conclusiones de un reporte realizado por dicha firma. El reporte encuestó a 8,000 consumidores en diez países de Hispanoamérica: Argentina, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, Guatemala, Panamá, Perú y Uruguay.

Los temas de la encuesta incluyeron actitudes sobre alimentos, compras, precios y conveniencia, así como comportamiento de compras (frecuencia, formato de tienda y método de compra), comportamiento de compras por canal (online versus tradicional) y desempeño de supermercados.

En México y América Latina, el panorama empresarial actual exige agilidad, eficiencia operativa y una profunda comprensión de las nuevas herramientas digitales.

Los principales retos:

El reto de transformación digital en el retail es multifacético, presentando una serie de obstáculos que, si bien desafiantes, son superables con las estrategias adecuadas.

1. La resiliencia, interoperabilidad y eficiencia operativa en cada tienda es la clave para bajar costos e incrementar la productividad.

2. Incrementar una estrategia omnicanal centrada en el cliente, es decir conocer sus preferencias y lograr una mejor experiencia de compra para incrementar su lealtad encompra contiuamente.

3. El control de inventarios con enfoque predictivo para anticipar faltantes o atender el sobre abastecimiento y accionar o automatizar una serie de tareas como el re abastecimiento de inventarios.

4. El empoderamiento y colaboración transversal en el capital humano con reportes, acciones automatizadas con datos predictivos en tienda y oficinas implica conectar, medir, analizar y gestionar desde la infraestructura física del Punto de Venta POS /Periféricos, los sistemas ERP, las aplicaciones existentes y los procesos de operación en tienda y comercio digital (e commerce).

Las principales tecnologías en juego: Cuales son las Tecnologías que impulsan la transformación digital en el comercio minorista?

1. Edge y Cloud Computing: Permite unificar una sola arquitectura convergente, eficiente y confiable entre múltiples sistemas existentes e infraestructura heredada y multiprotocolo en cada tienda.

2. Big Data, Aprendizaje de máquina e inteligencia artificial (BD,ML, AI)

El análisis predictivo y prescriptivo (AI) nos permite entender mejor el comportamiento de la operación en tienda (Eficiencia Operativa) .

Nos permite predecir el comportamiento del cliente y ahora es posible predecir la demanda.

Personalizar promociones y recomendaciones.

Optimizar rutas de entrega.

Empresas como Amazon basan toda su estrategia en el uso intensivo de IA, desde su motor de búsqueda hasta la logística interna.

3. Realidad aumentada (RA) y realidad virtual. La RA permite a los usuarios "probar" productos desde casa. IKEA, por ejemplo, desarrolló una aplicación que permite a los usuarios visualizar cómo se vería su mobiliario en la casa de un cliente. Este tipo de innovación mejora la confianza en las compras en línea y reduce las devoluciones, dos grandes desafíos para el comercio digital.

4. Chatbots y automatización del servicio. Gracias al proceso de digitalización, marcas como Sephora han implementado asistentes virtuales que responden preguntas, recomiendan productos y generan participación.Soporte 24/7 sin necesidad de humano. Luego entonces, con toda esta tecnología podemos y debemos generar uno o varios proyectos de Transformación Digital de nuestra cadena de retail, que cumplan con los objetivos de negocio e incrementen la confiabilidad, eficiencia operativa y productividad sostenible en tienda y por comercio electrónico.

No es solo una cuestión de modernización, sino una necesidad para la supervivencia, el crecimiento y la competitividad de las distintas empresas de retail (groceries, convinience & gas stores, food retail, fashion retail, pharma, digital stores, e commerce, kioscos, etc. de cualquier tamaño, en un mercado cada vez más globalizado, competido, eficiente, ágil, innovador y diferenciado dependiente de la tecnología y centrado en atender al cliente.

Como iniciar una Transformación Digital

1) Para incrementar la eficiencia operativa en tienda desde el punto de venta POS (Point ofSale)+ Periféricos, debemos Conectar una plataforma Edge – Cloud Computing, capaz de realizar la convergencia en infraestructura POS Punto de Venta + los sistemas y apps actuales en tienda, agilizando así los procesos de control en cambios, actualizaciones en tienda y en línea, el control de existencias, control de costos, la gestión de promociones y ofertas, por ejemplo.

2) Agilizar la Información de cambios, notificaciones, reportes y acciones automatizadas mediante el empoderamiento al personal en tienda y oficinas con datos predictivos en la operación, costo, uso, eficiencia, desempeño, etc por tienda y total para tener un centro de control de operaciones.

3) Centrarse en medir la experiencia del cliente de extremo a extemo, es decir, cuando el cliente asiste a la tienda para comprar o realiza su compra por internet, o ambas, cuando prefiere visitar la tienda para conocer algún producto y recogerlo directamente. Es importante medir y conocer la cadena de servicio que experimentan los distintos tipos y requerimientos de los clientes, ya que sus preferencias son cambiantes y representan lageneración de venta recurrente y o nuevas ventas manteniendo un cliente contento en nuestros servicios e interesado en nuestros productos porque le representan valor. Además, es necesario innovar en tecnología y habilitarle al cliente nuevos servicios con aplicaciones que facilitan el conocimiento, adopción y compra de nuestros productos.

4) Incorporar distintos temas de sostenibilidad / ESG (Environmental Social Gobernance) o bien, ODS Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Ejemplos de Transformación en el sector retail:

1. Zara desde España para todo el mundo.

Parte del grupo Inditex, ha sido un líder global por su capacidad de adaptarse rápidamente. A través de un modelo de transformación digital inteligente, han logrado:

Integrar el inventario físico y en línea en tiempo real.

Ofrecer recoger en tienda desde el comercio electrónico.

Utilizar probadores inteligentes y RFID (radiofrecuencia) para mejorar la experiencia.

Esta estrategia les permite responder rápidamente a la demanda, reduciendo los tiempos de producción y evitando excedentes de inventario

2. Falabella: Reinvención regional desde Chile.

El gigante chileno no solo digitalizó su canal de ventas, sino que también creó su propio Marketplace, abriendo nuevas tiendas y automatizando los procesos de logística y entrega.

Su transformación digital también incluyó alianzas estratégicas con los bancos digitales llamados fintechs, para mejorar las opciones de pago y construir la lealtad con los clientes

3. Grupo Éxito Innovando en Colombia.

Grupo Éxito ha sido pionero en implementar el autocobro, el pedido por WhatsApp y aplicaciones de lealtad. También han desarrollado programas de análisis para optimizar los surtidos y reducir pérdidas.

Su éxito demuestra que la transformación digital es posible en mercados emergentes con estrategias claras y centradas en el cliente.

Conclusiones:

La dirección debe estar convencida de los beneficios y ser un impulsor activo de la iniciativa empoderando a todos los empleados / capital humano / associates a mejorar, accionar, actuar predictivamente, mitigar a tiempo, aprender nuevas cosas, desarrollarse dentro de la empresa profesionalmente en base a sus habilidades, etc.

El modelo de plataforma digital como Servicio (SaaS) en conversión y complemento de infraestructura física de Puntos de Venta y Aplicaciones existentes en tienda de manera confiable, eficiente y sostenible, es un requisito previo para cualquier iniciativa de digitalización.

La seguridad de la información de los clientes. A medida que las empresas digitalizan sus operaciones y manejan más datos en línea, se vuelven más vulnerables a las amenazas cibernéticas. Es vital implementar medidas de seguridad robustas y capacitar al personal sobre las mejores prácticas de ciberseguridad.

La automatización de procesos genera un impacto significativo. Las tareas repetitivas y manuales, como la facturación, la gestión de pedidos o el seguimiento de inventario, pueden ser automatizadas, liberando tiempo valioso para los empleados y reduciendo errores. Esto no solo mejora la eficiencia operativa, sino que también permite a los equipos enfocarse en actividades de mayor valor estratégico.

La adopción tecnológica también implica la capacitación continua. Es crucial adoptar un enfoque por etapas en la adopción tecnológica. Intentar digitalizar todos los aspectos de la empresa de una sola vez puede ser abrumador y contraproducente. Es preferible identificar las áreas de mayor impacto y comenzar con proyectos piloto, escalando gradualmente a medida que se obtienen resultados y se acumula experiencia. Celebrar los pequeños éxitos a lo largo del camino puede motivar al equipo y mantener el impulso.

24 - 25 octubre
Sanctuary - Cap Cana

EXPO cumbre 2025

FACTOR DE ÉXITO

REAL ESTATE | RENOVABLE | TURISMO | MIPYMES

Visibilidad, conexiones clave y oportunidades reales
para hacer crecer su negocio en el corazón del Caribe

Lo que le espera en EXPO CUMBRE 2025:

- Oportunidades de inversión exclusivas en el mercado inmobiliario caribeño
- Conexiones directas con tomadores de decisiones de alto nivel
- Información privilegiada sobre tendencias y proyectos futuros
- Plataforma para expandir su presencia en el mercado regional

MÁS INFORMACIÓN

¡Asegure su lugar en el evento empresarial más exclusivo del Caribe!

CONSULTREE

TIEMPO DE TRANSFORMACIÓN

"En **CONSULTREE**, creemos que **las personas** y **las organizaciones** tienen un **potencial ilimitado de crecimiento**"

Luisa Guzmán
CEO

CONSULTREE
Construyendo **Liderazgo** para el **Futuro**

Desde 1998, **CONSULTREE** ha sido líder mundial en Búsqueda de Ejecutivos y Asesoramiento de Liderazgo.
Nuestros servicios son:

- Búsqueda Ejecutiva y de la Junta Directiva
- Búsqueda Ejecutiva de Capital de Riesgo y Capital Privado
- Consultoría de Empresas Familiares
- Desarrollo de Liderazgo y Coaching Ejecutivo
- Efectividad de la Junta Directiva

¿POR QUÉ CONSULTREE?

CONSULTREE Executive Search coloca a ejecutivos extraordinarios en las principales empresas del mundo y los equipa para tener **éxito**. Brindamos a nuestros clientes un conjunto integral de servicios de **asesoría de liderazgo** con un toque **humano incomparable.**

DTI DIGITAL TRANSFORMATION INDEX

APT METHOD™ ALIGN PEOPLE'S TALENT

www.consultree.com
+1 305-850-5820
consulting@consultree.com
www.linkedin.com/in/luisarafaelaguzman/