

• Anyarlene Bergés •  
VP Relaciones Institucionales INICIA  
**La Innovación es una  
apuesta al presente**

**PELLERANO & HERRERA**  
ES RECONOCIDA COMO LA FIRMA MÁS  
INNOVADORA DEL AÑO EN REPÚBLICA  
DOMINICANA

**CEMEX**  
implementa exitosamente  
su plataforma  
**CEMEX Go**

ISSN 2520-0100

# FACTOR DE ÉXITO

*¡La clave está en la diferenciación!*



— **Marius de León** —  
Director Ejecutivo CEI-RD

**COMPETITIVIDAD**  
en la administración de  
recursos, ambiente favorable  
para atraer **inversionistas**

.....

## **Manuel Grullón Hernández**

■ **Presidente de ADOFINTECH** ■

Empresas de servicios  
financieros apuestan por la  
innovación y el  
aprovechamiento de las  
tecnologías para mejorar la  
calidad de vida de los  
dominicanos .

**Cuando la crisis se haga presente,  
tenga a mano como sobrevivir a ella.**

---

Contar con la estrategia y herramientas adecuadas mejorará su capacidad de respuesta, y con ello, contribuirá a preservar la integridad de su gente, activos, grupos de interés, y sobretodo, su reputación.



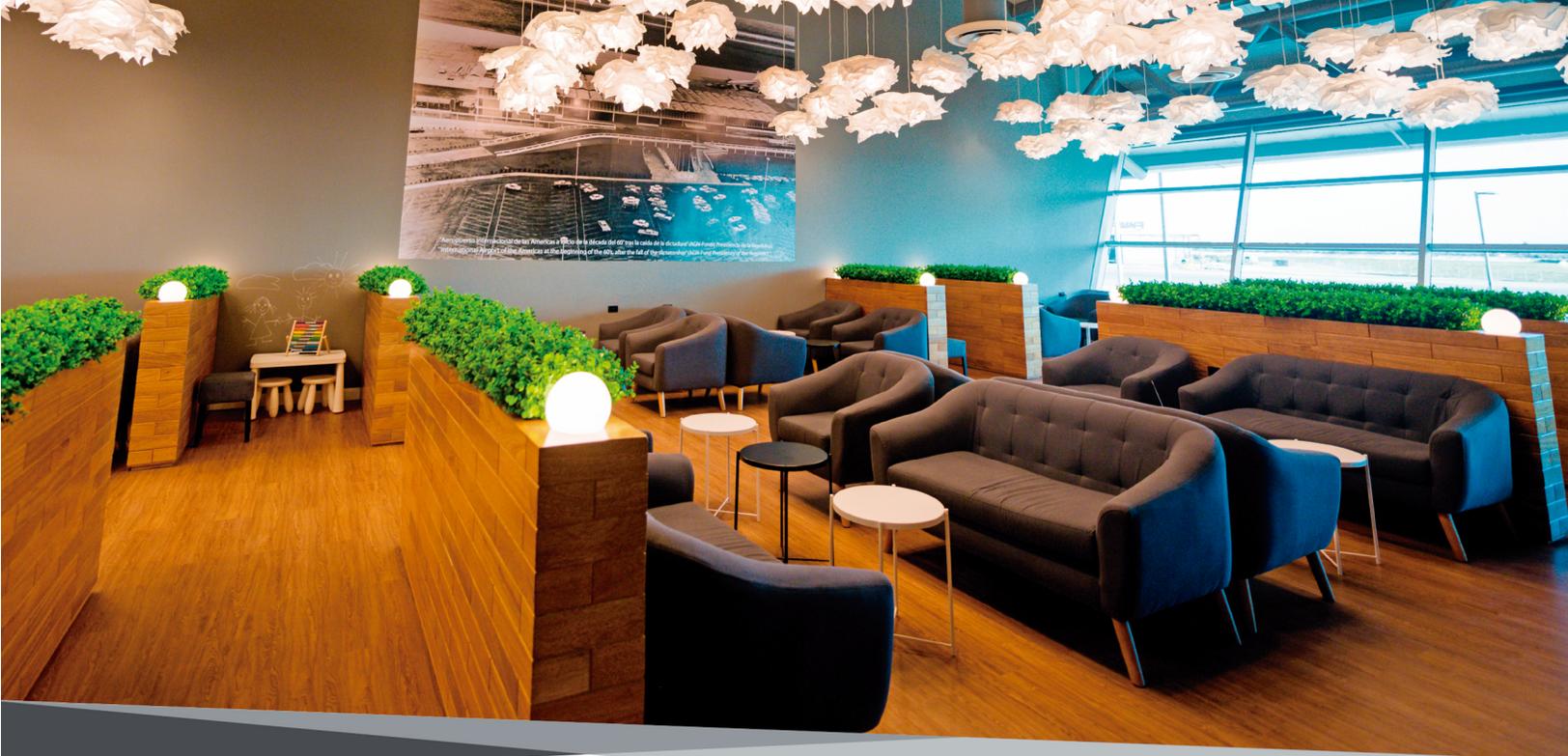
**Pizzolante**<sup>™</sup>

estrategia  
comunicación<sup>+</sup>

Firma Internacional de Consultoría en  
Estrategia y Comunicación Empresarial

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





COMPLETAMENTE  
**RENOVADA**

# SALA VIP CARIBE



**Amplia selección de  
bebidas y snacks**  
*/ Wide selection of  
drinks and snacks*



**Ambiente cómodo y relajado**  
*/ Comfortable and  
relaxed atmosphere*



**Prensa diaria y revistas**  
*/ Daily press and magazines*



**Sala de fumadores**  
*/ Smoking room*



**Internet de cortesía**  
*/ Free internet*



**Tv por cable y PCs**  
*/ Cable TV and PCS*



**Nueva plataforma de  
entretenimiento IMMFLY**  
*/ New entertainment in house  
IMMFLY*

Consulte con su banco o aseguradora su acceso a nuestras Salas VIP.

info.sdq@beforeboarding.com  
www.beforeboarding.com  
809 549 0202

Welcome  
**P**  
PRIORITY PASS™

**beforeboarding**  
AIRPORT VIP SERVICES

# editorial

## Innovación como factor de COMPETITIVIDAD

La innovación se ha convertido en un factor determinante para lograr el éxito, es una necesidad para quienes pretenden ser más competitivos y es un elemento vital para lograr la supervivencia de toda empresa. La innovación es un elemento que genera valor hacia la ciudadanía, pues gracias a ella han sido posibles iniciativas que han favorecido considerablemente la calidad de vida de personas alrededor del mundo gracias a la creación de productos y servicios innovadores, que han repercutido en mejorar el PIB en cualquier economía.

Tener la capacidad de responder a la velocidad de los cambios, seguir creciendo y no desaparecer, es un reto que supone grandes desafíos, y que toda empresa debe considerar para mantenerse en el mercado. A través de la innovación se crea valor e impacto, cuyo resultado siempre será productivo, gracias a la implementación de nuevas prácticas y estrategias en pos de lograr el objetivo corporativo.

Aunque muchas veces se tiene la idea de que innovar es crear algo nuevo, no debemos dejar a un lado de que podemos innovar también, al crear un nuevo valor. Muchas veces tenemos la creencia de que para crear algo nuevo debemos “*pensar fuera de la caja*” y no necesariamente es así, podemos crear nuevas experiencias y agregar valor con los mismos elementos que tenemos “*dentro de la caja*”. A veces la innovación está frente a nosotros y simplemente lo que debemos es hacer una revisión interna y dar el giro para agregar un nuevo valor empleando los elementos que ya tenemos.

Innovar implica un proceso de transformación, vivimos en la era de la innovación, y esta palabra como tal está asociada al progreso, al desarrollo humano y tecnológico, a la creación de nuevos empleos y a la mejora integral de las condiciones de vida. Por estas razones, la innovación se

constituye en uno de los principales motores de crecimiento y competitividad para las organizaciones.

Las empresas tienen la capacidad de innovar a través de su diseño, la calidad y la forma de comercializar. De la misma manera pueden hacerlo aplicando nuevos conocimientos técnicos y científicos para solucionar las situaciones que enfrentan en sus diferentes sectores, y que pudiesen generar cambios tanto en sus productos y servicios. Retos que bien gestionados, pueden traer consigo mejoras significativas en sus procesos y fortalecer el posicionamiento ya ganado.

Tener la capacidad de reinventarse hace más probable el competir sin correr el riesgo de ser desplazado. La realidad es dinámica y esto no escapa a las empresas y a sus clientes.

Es por ello que en esta edición dedicada a la Innovación como factor de competitividad, hemos querido destacar a Manuel Grullón como protagonista de portada por su importante rol y desempeño, quien ha sabido incorporar la tecnología y la transformación digital como progreso económico y social, a través de soluciones como las que ofrece en su empresa GCS System, logrando posicionarse en el top de las empresas Fintech de la República Dominicana.

Además resaltamos los importantes aportes del Grupo Inicia, una firma que forma parte de la historia social y comercial de la República Dominicana, y que en más de un siglo ha gestionado con éxito interesantes procesos de innovación.

La tradición no está de espaldas a la innovación, veremos como el Grupo Monumental, con el liderazgo y visión de Luis Núñez Ramírez, ha encaminado sus diversos proyectos empresariales hacia

una trayectoria sostenida de crecimiento, responsabilidad, rentabilidad y seguridad.

Asimismo, desde el Estado, conoceremos más sobre los esfuerzos que se realizan como una apuesta a la formación para empleos del futuro, la reducción de la brecha digital y la amplia oferta de servicios online a la ciudadanía.

Además, obtendremos la visión conjunta del Gobierno y el sector privado de la mano del Consejo Nacional de la Competitividad y la agenda de iniciativas que desarrollan para fortalecer el clima de negocios y productividad de la República Dominicana.

Otro sector que ha empleado la innovación y ha contribuido a la competitividad en el país son los centros logísticos, un esquema comercial que ha cambiado radicalmente la forma de hacer negocios en el país. Conocerán sobre su impacto en la economía a través de Tropical Shipping, una empresa que ha servido en el país por más de 30 años, logrando conectar al país con 28 destinos diferentes en El Caribe, Estados Unidos y Canadá.

Y en este contexto de innovación como factor de competitividad les compartimos las bondades de aplicar a la presentación de proyectos, la Realidad Aumentada que dotan a su producto, servicio o a su empresa de una imagen de alto impacto visual, permitiéndole desmarcarse de sus competidores de una forma sencilla pero impactante conectando con su audiencia de una forma totalmente novedosa.

Y finalmente nuestra innovación se complementa con la presentación de la nueva sección En Tribuna en alianza con ADECC, para hacer reconocimiento al talento publicitario y creativo en la República Dominicana, otorgando la distinción FACTOR DE ÉXITO en sus tres categorías Oro, Plata y Bronce según los resultados independientes de un jurado evaluador invitado para cada edición.

*Isabel Cristina*



CENTRO PROFESIONAL  
PUNTA CANA

## SU COMPRA INTELIGENTE EN PUNTA CANA

¡ÚLTIMAS OFICINAS DISPONIBLES!

- 47 Oficinas
- Sala de Reuniones en cada piso
- Terraza para eventos
- Lobby doble de triple altura
- Área de cafetería
- Sistema constructivo de ahorro energético
- 124 puestos de estacionamiento
- Área de almacenamiento privado

FIDEICOMISO ADMINISTRADO POR:





pág. 13 **Entribuna**



pág. 16 **Tecnología**  
con un alto sentido  
de compromiso social



pág. 22 **Innovar es esencial  
para la competitividad**  
MARIUS DE LEÓN  
Director del CEI-RD



pág. 34 Presentan resultados del proyecto  
**República Digital**  
Formación para los Empleos del Futuro



pág. 38 **Luis A. Núñez  
Ramírez**  
Presidente Grupo Monumental



pág. 52 **Grupo  
Iberostar**  
se compromete  
con la salud  
de las costas  
dominicanas



pág. 56 **LO QUE LA EMPRESA  
NO DEBE OLVIDAR  
SOBRE INNOVACIÓN**  
JUAN JOSÉ PÉREZ BELL

Revista Factor de Éxito República Dominicana  
Número 17, Año 3

Directora:  
Isabel Cristina Rolo Figueroa  
Comité Ejecutivo:  
Héctor Rolo - Isabel Figueroa de Rolo  
Andrés García - Isabel Cristina Rolo Figueroa  
Arianna Rolo Figueroa - Thony Da Silva Romero  
Director de Arte:  
Héctor Rolo Pinto  
Directora Editorial:  
Isabel Figueroa de Rolo  
Directora de Mercadeo:  
Arianna Rolo  
Gerente de Mercadeo:  
Nathaly Liendo  
Gerente de Negocios:  
María Concepción Romero  
Cordinación Editorial:  
Mayte Prado  
Account Executive:  
Denisse Valverde  
Jefe de Diseño-Diagramación: Ángel (Paco) Pineda  
Diseño Gráfico: Víctor Hernández / Herver Duque  
Portada:  
Manuel Grullón Hernández

Articlistas de esta Edición:

Juan José Pérez Bell  
Milton Hoyt  
José Bretón  
Rainiero Cassoni  
Rayvelis Roa  
Jeffrey Medina  
Lolita Suárez

Revista Factor de Éxito República Dominicana  
Factor de Éxito Rolga Group SRL  
RNC 1-3135817-9

Dirección: Av. Lope de Vega #29, Novo Centro. Nivel 3. Local C-6.  
Ensanche Naco. Santo Domingo.

Teléfonos: +1 829.340.5724 – 809.542.2479  
info@revistafactordeexito.com

Instagram: @RevistaFactordeExito

Twitter: @RevistaFDE

Facebook: Revista Factor de Éxito

www.revistafactordeexito.com

Contacto Venezuela  
+58-243-551.4801 / 416-543.67.75

Contacto Panamá  
+507 62989151 / 6976-9133

Registro de publicación impresa: ISSN 2520-0100  
Registro de publicación electrónica: ISSN 2520-0585  
El contenido de los artículos no refleja necesariamente la opinión de los editores.

Encuentra nuestros ejemplares en:



y nuestra versión digital en [www.revistafactordeexito.com](http://www.revistafactordeexito.com)

# Sí, el mundo es plano



## y cabe en tu bolsillo

Con nuestra **Tarjeta de Crédito Platinum** vives experiencias exclusivas:

- Before Boarding: atención personalizada en aeropuertos locales.
- Priority Pass: acceso a más de 1,200 salas VIP de aeropuertos en todo el mundo.
- Programa de lealtad **Pasos**

Si no la tienes, solicítala y vive estas experiencias únicas.

[www.acap.com.do](http://www.acap.com.do) |    @acapdom |  @asociacioncibao



Cuidamos cada paso de tu vida

## finanzas

■ **La Asociación de Industrias y Empresas de Haina y Región Sur** (AIE Haina y Región Sur) recibió la visita del gerente general del Banco Nacional de las Exportaciones (BANDEX), Guarocuya Félix, quien explicó los mecanismos financieros con los cuales la entidad bancaria estatal apoya actualmente a los sectores productivos del país.

Los productos ofrecidos por BANDEX no están limitados a los negocios exportadores, sino que apoya también a las empresas que intervienen para la producción del bien exportable, explicó Guarocuya Félix.

Manifestó que, pese a que las tasas de interés de la entidad son similares a las del resto del mercado, esta tiene la flexibilidad de diseñar productos personalizados de acuerdo con las necesidades y características de la industria, las cuales pueden optar por los fondos disponibles a través de sus bancos regulares.

Hasta el momento, el BANDEX ofrece créditos para exportación a 7 años y en casos excepcionales hasta 10 años, principalmente dirigidos a apoyar reconversión de industrias, ampliación de empresas, modernización y cambio de matriz energética. También ofrece acompañamiento técnico en caso de que la industria lo requiera.

Félix, quien llegó a la sede del gremio empresarial acompañado por una parte de su equipo ejecutivo, fue recibido por la presidenta y la vicepresidenta ejecutiva de AIE Haina y Región Sur, Bredyg Disla y Dircia Paulino,



Edmundo Gil, Bredyg Disla, Guarocuya Félix, Richard Arostegui, Liselot Acosta, Napoleón Rodríguez, José Luis Thomas.

respectivamente. También estuvieron presentes integrantes de la junta directiva de la asociación industrial.

Desde el BANDEX se han estado realizando alianzas estratégicas

con sus homólogos en los principales mercados de interés de la República Dominicana, en su misión de promover mejores condiciones para las empresas de vocación exportadora.

## banca



De izquierda a derecha, de pie, los señores Adriano Bordas, Erich Schumann, Alex Pimentel M., Osián T. Abreu, Manuel E. Tavares, Pedro G. Brache, Andrés E. Bobadilla F., José Armando Bermúdez Madera, Marcial M. Najri; sentados, los señores Felipe Vicini Lluberés, A. Alejandro Santelises, Marino D. Espinal, Manuel A. Grullón, Práxedes Castillo P., Salustiano Acebal M., Noris Perelló Abreu y Ernesto M. Izquierdo M.

■ **Miembros de los Consejos de Administración del Grupo Popular y de su principal filial Banco Popular Dominicano aprobaron, en sesión extraordinaria conjunta cambios organizacionales que fortalecerán su estructura para favorecer, de este modo, la diversificación, expansión y sostenibilidad de los negocios, en un contexto de constantes cambios tecnológicos y globalización del negocio financiero.**

Para lograr estos objetivos, Manuel A. Grullón consolida su posición como presidente del Consejo de Administración de Grupo Popular, al tiempo que permanece en la Presidencia del Comité

Ejecutivo y Estratégico del grupo empresarial y continúa, en calidad de miembro, en el Consejo de Administración del Banco Popular Dominicano.

“Esto permitirá imprimir en la organización una mayor visión estratégica de largo plazo, al tiempo que robustece las estructuras de negocios, gobernabilidad, cumplimiento regulatorio y sostenibilidad, adaptando el continuo crecimiento económico de la entidad a las necesidades actuales de los clientes, a las mejores prácticas financieras internacionales y a las tendencias globales del mercado”, dijo el banco en un comunicado.

tecnología



■ **Cemex** anunció que ha implementado exitosamente su plataforma Cemex Go, un estándar más alto de servicio al cliente en la industria global de materiales de construcción, que permite comprar, hacer seguimiento y administrar pedidos en tiempo real. Única en su tipo y en la industria, permite controlar los pedidos las 24 horas, los siete días de la semana.

Fernando González Olivieri, director general, dijo sentirse orgulloso de brindar una experiencia superior a sus clientes en todo el mundo.

*“Cemex Go ha demostrado ser un elemento de cambio, una herramienta esencial para nuestros clientes, accesible desde cualquier lugar y momento para administrar sus negocios con mayor eficiencia.”*

Cemex Go está disponible en 21 países, el 96% del total de clientes lo utilizan, el 45% de las ventas globales se procesan a través de esta, y cada año se realizan más 500 mil pagos y 1.5 millones de entregas.



## Oficinas Físicas y Virtuales a la medida de tus necesidades

## En el mejor centro corporativo del país

propiedad intelectual

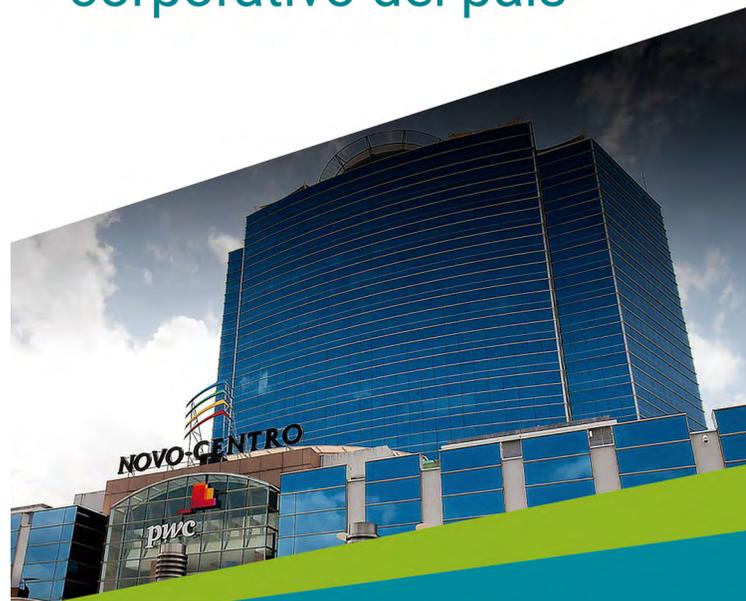


■ **Ricardo Pellerano y Ana Isabel Messina** En el Epic Center de Blue Mall, con la asistencia de distinguidos abogados, grupo de empresarios, profesionales del derecho, clientes, amigos y relacionados, los reconocidos abogados Ricardo Pellerano y Ana Isabel Messina presentaron Pellerano Messina, la primera firma especializada en propiedad intelectual en República Dominicana.

Pellerano Messina operará bajo el modelo innovador

y visionario de una firma dedicada exclusivamente a la propiedad intelectual con su propia estructura y un cuerpo de profesionales especializados en marcas de fábrica, patentes, derecho de autor, prácticas de competencia desleal, asuntos regulatorios, entre otros temas.

La presentación detallada de la nueva firma estuvo a cargo de Ana Isabel Messina, quien liderará la empresa y es pionera en propiedad intelectual en el país, con gran dominio de esta práctica.



809.542.2462

@smartofficenter

## feria de talentos



■ **La Universidad: motor de la investigación y el desarrollo de ideas para la competitividad.** Las habilidades humanas, como la originalidad, la iniciativa y el pensamiento crítico, serán cada vez más relevantes en la medida que la tecnología y la automatización avanzan en el marco de la Cuarta Revolución Industrial, dominada por la robótica y la inteligencia artificial.

El planteamiento fue hecho por el presidente de Casa Brugal, Augusto Ramírez Bonó, durante la conferencia magistral “El camino hacia el éxito en un mundo en constante transformación”, dictada en la Feria de Talentos de INTEC.

*“La universidad debe ser el motor de la investigación y el desarrollo de ideas para el crecimiento y la competitividad de los países.*

*Solo así lograremos garantizar un sistema socioeconómico próspero y sostenible”, manifestó el empresario.*

Esto representa un reto para las universidades, que deben consolidar en los estudiantes los valores de la equidad, la tolerancia y la inclusión, así como estimular aptitudes para la investigación, la creación, la innovación y la interacción en un contexto cada vez más multicultural y competitivo.

El presidente de Casa Brugal expresó la necesidad de preparar a las nuevas generaciones para que se desempeñen con éxito en la diversidad, que equivocadamente reducimos a género, raza y capacidades funcionales, cuando también es creencias religiosas, ideas políticas, nivel socioeconómico, orientación sexual, pertenencia cultural e incluso preferencias de gestión y liderazgo.



Augusto Ramírez Bonó | Presidente de Casa Brugal

## innovación



■ **AZUL innova con un servicio de prepago para comercios.**

Servicios Digitales Popular y su marca comercial AZUL lanzan una nueva innovación en el mercado dominicano con el servicio AZUL Prepago, el cual facilita a los comercios que no facturan con tarjeta poder hacerlo mediante el único costo fijo mensual prepagado y sin descuento por transacción.

AZUL Prepago permite a este tipo de establecimientos comerciales, que habitualmente tienen baja facturación y se manejan con efectivo, poder ampliar sus oportunidades de venta, porque podrán ofrecer a sus clientes nuevas vías de pago con tarjetas de débito o de crédito.

A cambio de una sola tarifa prepagada mensualmente, el comercio obtiene de AZUL una terminal alámbrica (POS) que acepta las principales marcas de tarjetas del mercado, con la gran ventaja de no tener que afrontar la tasa de descuento por transacción que usualmente se aplica en cada compra efectuada con este medio de pago.

El comercio asegura la recepción de las ventas registradas mediante la terminal de AZUL Prepago al día siguiente de haberse producido.

Utilizando datos de la Oficina Nacional de Estadística (ONE), en su Registro Nacional de Establecimientos, se calcula en más de 300,000 el número de establecimientos comerciales



dominicanos que actualmente no están habilitados para aceptar pagos con tarjetas de sus clientes.

**AZUL, cuatro años de innovación constante**

Sobre esta innovación, el señor Eugene A. Rault Grullón, gerente general de Servicios Digitales Popular, informó que “AZUL es el primer adquirente nacional en proveer esta herramienta en el país, respondiendo así al compromiso de nuestra empresa de hacer evolucionar el mercado de pagos dominicano con soluciones que fortalezcan el desarrollo comercial de nuestros afiliados y les ayuden a aumentar su volumen de ventas”.

En sus cuatro años y medio de operaciones, AZUL se ha mantenido impulsando innovaciones en el mercado local de adquirencia, con robustos dispositivos y funcionalidades de estándar internacional que promueven el dinamismo comercial en la República Dominicana, entre ellos, la firma digital y el autoservicio, los pagos sin contacto (NFC), la terminal inalámbrica 3G y la terminal móvil con bluetooth y NFC, así como sus soluciones de comercio electrónico.

# Servicio de producción EDITORIAL



FACTOR DE EXITO®



@FactordeExitORD



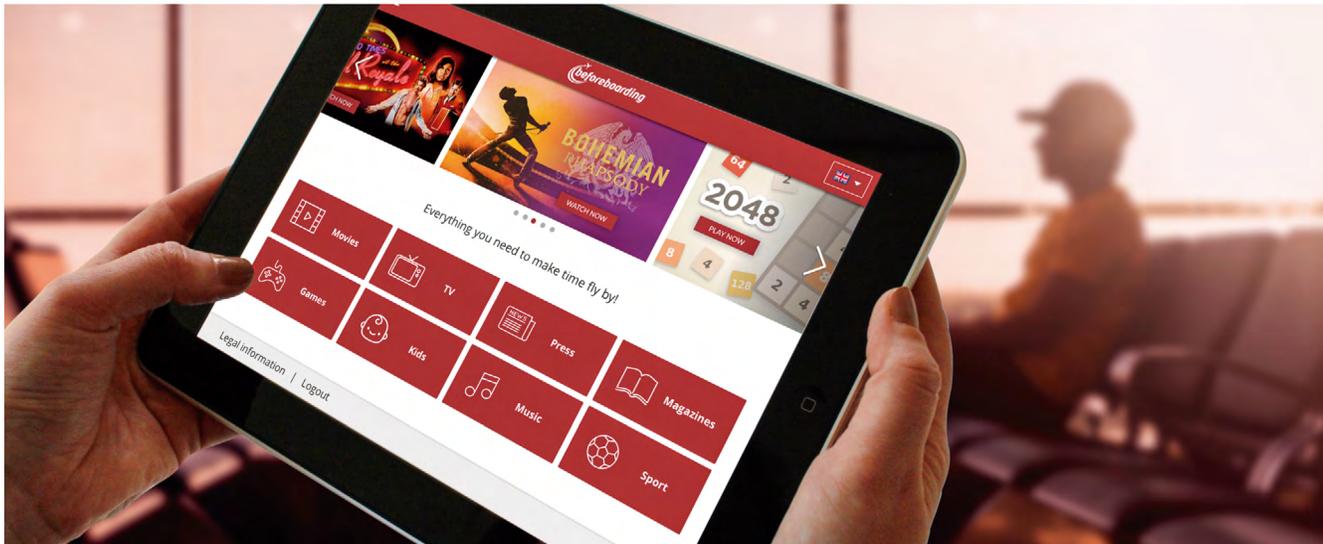
Factor de Éxito



@FactordeExitodo

factordeexitord@gmail.com

## Plataforma digital de entretenimiento



**Before Boarding presenta novedosa plataforma digital de entretenimiento para las Salas VIP en Santo Domingo ofrecida por IMMFLY.**

Before Boarding empresa gestora desde el 2013 de las Salas Premium y la Sala VIP Caribe anuncio una nueva propuesta de entretenimiento para sus clientes dentro de sus espacios VIP del Aeropuerto Internacional de las Américas (AILA). Se trata de IMMFLY una moderna plataforma de entretenimiento digital única en salas VIP que propone modificar la experiencia de todos los usuarios al proveerles acceso en su propio dispositivo móvil a películas de último estreno, prensa local e internacional,

videojuegos entre otros con contenido de valor e innovación publicitaria. El usuario puede acceder a esta amplia gama de entretenimiento desde su smartphone, tableta u ordenador portátil, durante su estadía en las salas.

*“El entretenimiento en movilidad hoy es digital. En IMMFLY somos expertos en soluciones de entretenimiento digital que consiguen conectar con el pasajero y al mismo tiempo adaptarse a las necesidades de las empresas del sector. Estamos muy satisfechos con esta colaboración con Before Boarding por su enfoque centrado en el cliente y su determinación para ofrecer un servicio a la altura de*

*las exigencias del viajero global y conectado”* expresó María Cardenal Directora de Productos y Servicios digitales de IMMFLY.

*“Before Boarding en su constante búsqueda de opciones que lleven al máximo nivel la experiencia de nuestros usuarios introduce esta dinámica plataforma de entrenamiento incluida en nuestros espacios en AILA, sin costo adicional. Mientras los usuarios están esperando la llegada de su vuelo o la recogida de su equipaje están relajados pudiendo disfrutar de entretenimiento actualizado y explorar nuevos productos y servicios anunciados en este medio digital. La plataforma*

*IMMFLY forma parte de las implementaciones de la marca.”* Indico Imad Al Asmar Director General de Before Boarding.

Para disfrutar de IMMFLY una vez está en sala solo necesita acceder a la red wifi de Before Boarding, colocar la dirección en el navegador y la clave que le proveerá el auxiliar en sala y de inmediato disfrutará de contenido de calidad mientras dure su espera. Esta novedosa herramienta digital además de entretener a los visitantes a las salas provee versátiles espacios publicitarios donde las más prestigiosas marcas tienen la oportunidad de presentar sus mensajes promocionales al selecto público que visita las salas VIP.



by **SILVER SPOON**  
KITCHEN & HOME PRODUCTS



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

f i t  
@bysilverspoon

# Entribuna

Presentamos EN TRIBUNA una nueva sección de nuestra revista, concebida para otorgar en tres categorías: **Oro, Plata y Bronce la DISTINCIÓN FACTOR DE ÉXITO** a la actividad publicitaria en la República Dominicana, en alianza con **ADECC** (Asociación Dominicana de Empresas de Comunicación), escogiendo para cada edición tres

campañas o piezas publicitarias que son sometidas a un jurado evaluador conformado por expertos quienes toman en cuenta para realizar su veredicto los siguientes criterios:

- ▶ Concepto Transmitido
- ▶ Insight al que responde
- ▶ Recursos Creativos
- ▶ Diferenciación en la Categoría

Nuestro Jurado Evaluador de esta edición:



**Carlos Forero**

Publicista y Mercadólogo colombiano, radicado en República Dominicana hace 20 años. Trabajó en la red de Leo Burnett por 7 años, incluyendo Dominicana. También lo hizo para Ogilvy y Satchi & Satchi Santo Domingo. Graduado en mercadeo y publicidad en Colombia en el PGC y Copy-writing en la SVA de New York. Además de estudiar Guión y Dirección en la Escuela Internacional de Cine y Televisión de San Antonio de los Baños de Cuba. Actualmente preside Forero CTC, agencia que lleva 14 años, manejado marcas locales como Internacionales. @cafoza @ForeroCTC.



**Pablo José Jiménez Peynado**

26 años de experiencia en: Creatividad y Redacción Publicitaria, Estrategia de Imagen, Contenido, Arquitectura de Marca, Branding y Marketing Político. Ha ocupado posiciones directivas en varias de las principales multinacionales del país: Y&RD, LOWE, SAATCHI & SAATCHI, GREY, JWT, filiales en las que manejó más de 300 marcas nacionales e internacionales. Actualmente integrado a Know How desde el 2017. Reconocido con más de 70 premios en diversos festivales nacionales e internacionales: FIAP, CARIBE, Creative Standards, New York Festivals, Creatividad Listín Diario, Crírculo Creativo Dominicano, Y&R INC LATAM GANG, WOLDA, EFFIE.

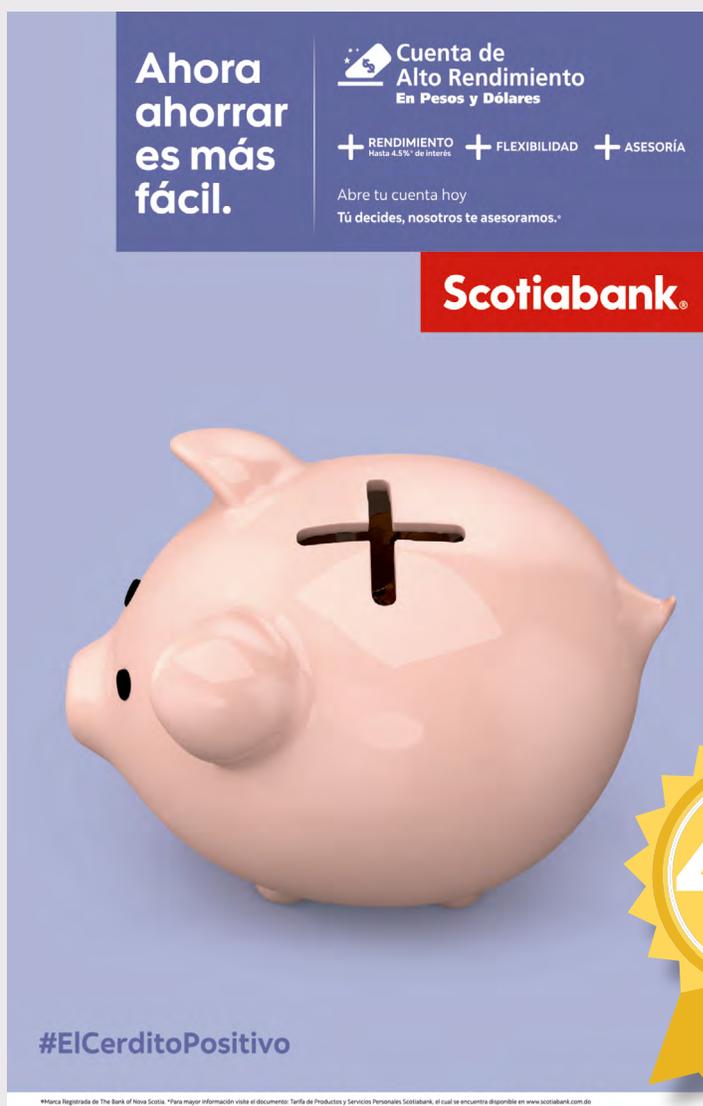


**Freddy Montero Galva**

Graduado de Publicidad mención Creatividad y Gerencia en la Universidad Autónoma de Santo Domingo. Estudió Dirección de Arte, Identidad Corporativa y Creatividad en la Escuela de Diseño Altos de Chavón y en la renombrada Escuela Brother, Ha trabajado como freelance para agencias publicitarias internacionales, como FBC New York y algunas de las mejores de la República Dominicana como Pagés BBDO, donde ganó su primer Premio Cannes Lions, entre otros premios, Partners Ogilvy Dominicana como Director Creativo, formando parte del equipo que le dio a la agencia su primer Premio Cannes Lions en la historia. Actualmente es el Director Creativo de Estrategia e Innovación en Cazar DDB.

En esta oportunidad escogimos 3 campañas de la misma categoría: sector financiero con invitación al ahorro, **SCOTIABANK** con su Cerdito Positivo, **Banco Caribe** con su cuenta Máxima y **BANRESERVAS** con su campaña Ahórrate tus antojos.

En tribuna de acuerdo al veredicto del Jurado, evaluando las cuatros categorías: *Concepto Transmitido, Recursos Creativos, Insight al que responde, Diferenciación en la Categoría*, el resultado es:



**Ahora ahorrar es más fácil.**

**Cuenta de Alto Rendimiento**  
En Pesos y Dólares

+ RENDIMIENTO Hasta 4.5%\* de interés + FLEXIBILIDAD + ASESORÍA

Abre tu cuenta hoy  
Tú decides, nosotros te asesoramos.\*

**Scotiabank®**

**#ElCreditoPositivo**

\*\*Marca Registrada de The Bank of Nova Scotia. \*Para mayor información visite el documento: Tarifa de Productos y Servicios Personales Scotiabank, el cual se encuentra disponible en [www.scotiabank.com.do](http://www.scotiabank.com.do)

◀ Cliente: **SCOTIABANK**  
Campaña: **El Cerdito Positivo**  
Agencia: **Harrison SD**  
Director Creativo: **Freddy Alfau**  
Cuentas: **Maureen Espaillat y Fernando Pelaez**  
Planner: **Rafael Vargas**

### Distinción Factor de Éxito Oro

la recibe la campaña del Cerdito Positivo de Scotiabank, *Agencia Publicitaria:* Harrison SD

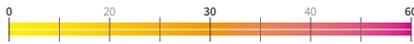




**Carlos Forero**  
 Presidente de Forero CTC  
 Carlos@forero.do

La publicidad institucional en el sector financiero, siempre anda por un camino muy seguro. Pocas veces se ve algún riesgo

de parte de los clientes. Y las agencias nos acomodamos a esto. Pero hacer una promoción abre el espectro de oportunidad. Dicho esto considero que la campaña del SCOTIABANK descubre un insight clave, el uso del símbolo negativo en ahorro. Súper. Pero creo que pudo dar un paso más adelante en la ejecución de la idea. Por el lado del BANRESERVAS, hay una buena idea, pero la ejecución no la desarrolló, por el contrario, tiende a complicarla. Y la del BANCO CARIBE, es una idea vista muchas veces, carente de insight en si misma y muy leve la ejecución gráfica.



El Credito Positivo / 44 Puntos  
 Ahórrate tus antojos / 34 Puntos  
 Cuenta Máxima / 22 Puntos



**Distinción Factor de Éxito Plata** la recibe la campaña de Ahórrate tus antojos de Banreservas de **Agencia Publicitaria:** Cohete Films

- Cliente: **BANRESERVAS**
- Campaña: **Ahórrate tus antojos**
- Agencia: **Cohete Films**
- Dirección: **Javier Peña**
- Director Creativo: **Angel Marte**
- Director Gráfico: **Eduardo Sosa**
- Cuentas: **Angélica Rogers**
- Planner: **Guillermo Pérez**



**Pablo José Jiménez Peynado**  
 Director General Creativo  
 pjimenez@knowhowrdo.com

A grandes rasgos vi una idea buenisima del CERDITO POSITIVO que intentó romper el paradigma tradicional del ahorro

creando un elemento nuevo y fresco, pero que lamentablemente se diluyó tratando de encontrar entre los medios la responsabilidad de hacer entender dicha idea.

BANCO CARIBE apostó a satirizar el concepto de ahorrar para expresar al máximo tu estilo, sobre dimensionando elementos y saturando con los colores de la marca todo cuanto había que comunicar y terminó creando piezas clichés que me hacen entender que ahorro para tener toda suerte de absurdos. Los TVC's afortunadamente abundan un poco más sobre de qué va la cosa.

BANRESERVAS sufre la misma dolencia que el Banco Caribe. Promo centrada solo en valores de producción más modernos, pero sin idea de fondo para intentar comunicar que si ahorras lo de comprar un gusto, te puedes ganar hasta 5MM de pesos. Sacrificio por un fin mayor (Si te toca). En general son piezas de comunicación muy cargadas.



El Credito Positivo / 43 Puntos  
 Ahórrate tus antojos / 34 Puntos  
 Cuenta Máxima / 29 Puntos



**Distinción Factor de Éxito Bronce** la recibe la campaña de la Cuenta Máxima de Banco Caribe de **Agencia Publicitaria:** República

- Cliente: **BANCO CARIBE**
- Campaña: **Cuenta Máxima**
- Agencia: **República**
- Dirección: **Keith Thomas**
- Planner: **Lilian Paulino** Coordinadora de Mercadeo Banco Caribe

# Tecnología

## con un alto sentido de compromiso social

*La tecnología y la transformación digital es clave en el progreso económico y social y ha sido la razón de los distintos proyectos empresariales que ofrece.*

**MANUEL GRULLÓN HERNÁNDEZ**

---

**U**n fuerte deseo de promover la inclusión financiera en los dominicanos y dominicanas, fue el motor de su emprendimiento y el impulso que lo ha posicionado en el en el top de las empresas Fintech de la República Dominicana.

Fintech es un nuevo modelo de negocio que se apalanca en la tecnología (TIC) para transformar procesos, productos y servicios financieros de la actividad tradicional, de forma costo-eficiente y orientada al cliente, promoviendo la inclusión financiera, social y el desarrollo del país.

El legado y misión de vida de su abuelo ha sido el norte de sus proyectos *“Provengo de un entorno familiar y empresarial que ha procurado siempre impulsar productos y servicios innovadores que propicien un*

*ambiente favorable para la economía de las personas. Está impregnado en mi ADN.”*

Este dinámico emprendedor ve en las nuevas tecnologías el medio para facilitar la gestión de las finanzas. En sus palabras, *“Propiciar que el entorno financiero que abrace este movimiento tecnológico que ha producido cambios trascendentales en el mundo, acercando a la gente a tener más control y mejor manejo de su economía.”*

Manuel Grullón inició impulsando el acceso a

más smartphones con una compañía para la venta de teléfonos móviles. De ahí consiguió que estos equipos ofrecieran a la gente la oportunidad de gestionar sus finanzas desde sus manos, a través de los servicios de GCS system, siendo la primera empresa de su tipo en el país y una de las primeras en la región.

La penetración de Banda Ancha Móvil en República Dominicana es de aproximadamente el 65% de la población. Aprovechando el exponencial de crecimiento,

ya ha impactado a más de dos millones de personas en la República Dominicana con las diferentes soluciones que ofrece GCS.

Las billeteras por ejemplo, permiten el acceso a crear cuentas (no bancarias) utilizando solo la cédula y un celular, permitiendo el acceso a personas no elegibles para un banco. *“Sabemos lo importante que es el historial crediticio, brindamos la oportunidad de que el ciudadano construya una historia de crédito sana.”*

La idea de crear tPago surgió cuando Manuel tenía 25 años, interesado en generar una forma más ágil, sencilla y segura de realizar transacciones desde el móvil. De inicio pensó en el envío de remesas, pero transformó la idea en algo más inclusivo. Hoy este concepto ha evolucionado a pagos móviles con código QR (Quick Response).

**—  
"UNA IDEA INNOVADORA  
ES LA QUE OFRECE  
AVANCES POSITIVOS,  
QUE EL CLIENTE PUEDA  
VER LAS VENTAJAS  
COMPETITIVAS QUE  
PROPONE CON MÉTODOS  
NO TRADICIONALES".**



¿Cuál ha sido el elemento diferenciador que caracteriza a GCS? *“Inclusión financiera con los últimos avances tecnológicos e innovación constante. Trabajamos bajo un modelo integrado y colaborativo que cuenta con más de 10 innovaciones en más de 70 empresas que confían en nosotros. Ahora con el servicio MiPunto, integramos en una sola red a los subagentes bancarios y a las empresas facturadoras de mayor importancia del país.”*

Su empresa posee una visión de expansión regional en el Caribe y Centroamérica y se encuentra aprovechando el alto potencial de la República Dominicana, Haití y Guatemala. *“Solo en el país nuestra cartera asciende a 850 mil usuarios (en tPago), con una articulación que incluye los 10 bancos de mayor importancia, 70 facturadores, 150 colaboradores y más de 134 millones de transacciones anuales.”*

Manuel Grullón ha impregnado la inclusión a su cultura corporativa, con una planilla compuesta por mujeres en más de un 60%. *“Creemos en la igualdad de género, además contamos con un programa de responsabilidad social empresarial enfocado en la diversidad y la inclusión de*

colectivos con discapacidad, basándonos en principios como la igualdad, el respeto, el empleo pleno y productivo de igual valor y remuneración.”

Conforme avanzaba nuestra conversación, no dudamos en pedirle consejo ¿Qué debe hacer el emprendedor para innovar y ser competitivo en su sector? *“No desestimar ninguna idea, ni tener miedo a fracasar. Pronto vamos a cumplir 10 años en el mercado y eso no se logra con miedo, sino aceptando los retos y creyendo en que todo es posible, viendo los obstáculos como una oportunidad de desarrollo y crecimiento.”*

Para el emprendedor, la creatividad y la innovación son claves para generar valor y cambios. Una idea innovadora es la que ofrece avances positivos, que el cliente pueda ver las ventajas competitivas que propone con métodos no tradicionales. Pensar en el usuario/consumidor, entender su comportamiento, estudiar otros mercados y conocer las tendencias; contar con una gran red de contactos, pues las relaciones interpersonales son claves para el éxito de los emprendedores. Saber comunicar en toda situación y a través de diferentes canales para dar a conocer los servicios y captar nuevos clientes.

*“Con la Fintech hemos experimentado el potencial de ofrecer a las personas soluciones financieras disruptivas, eliminando barreras físicas”* Asegura que esta modalidad ha creado un nuevo entorno financiero que está obligando a las entidades tradicionales a repensar su propio modelo de negocio.

*“Estamos impulsando en el ciudadano una cultura de uso de las nuevas tecnologías como un elemento clave para reducir la pobreza e impulsar prosperidad. La educación es indispensable en este proceso de inclusión financiera, lo es también para el emprendimiento y las oportunidades de crecimiento que nuestros servicios generan.”*

***“Desde el sector de la tecnología financiera Fintech, contribuimos a reducir esta brecha como parte de nuestro compromiso con la sociedad.”***

El 50% de la población adulta de América Latina no está bancarizada, conforme al último informe de Findex del Banco Mundial, mientras en RD solo un 56% de tiene al menos una cuenta de banco. En el caso de las mujeres, la inclusión financiera es fundamental para la autonomía económica y el acceso a oportunidades a nivel personal, familiar y profesional. *“Desde el sector de la tecnología financiera Fintech, contribuimos a reducir esta brecha como parte de nuestro compromiso con la sociedad.”*

Ve necesario impulsar la innovación y hacer mayor uso de las tecnologías para fomentar la cultura emprendedora. Pone de ejemplo a Estados Unidos e Israel. *“Son países que aman y cuidan a sus emprendedores. Necesitamos una cultura que permita la creatividad y que acepte el fracaso como parte de todo proceso emprendedor, así como la existencia de procesos de conversión de talento y transferencia de conocimiento.”*





Fruto de ello nació la Asociación Dominicana de Empresas FinTech (ADOFINTECH) para la generación de ideas y proyectos basados en tecnologías financieras, reuniendo empresas y expertos. Está basada en el desarrollo del mercado FinTech, el apoyo al emprendimiento tecnológico y el compromiso con la inclusión financiera. Hoy cuenta con más de 50 empresas e instituciones miembros y más de 80 colaboradores, y forma parte de la Alianza FinTech Iberoamérica.

*“Estamos impulsando en el ciudadano una cultura de uso de las nuevas tecnologías como un elemento clave para reducir la pobreza e impulsar prosperidad. La educación es indispensable en este proceso de inclusión financiera, lo es también para el emprendimiento y las oportunidades de crecimiento que nuestros servicios generan.”*

La Asociación Dominicana de Empresas de FinTech (AdoFinTech), fundada en mayo del 2018 por 19 empresas, celebra un año de su constitución con 50 empresas e instituciones miembros de dicha entidad y más de 80 colaboradores que trabajan en pro del desarrollo del sector FinTech en el país.

Las FinTechs se definen como nuevos modelos de negocio que se apalancan de la tecnología (TIC) para transformar procesos, productos, y servicios financieros de la actividad tradicional, de forma costo-eficiente y orientada al cliente, promoviendo la inclusión financiera, social y el desarrollo del país.

*“Ha sido un año muy productivo, donde hemos podido acercarnos tanto a entidades públicas como privadas y entender el interés que existe localmente en la industria FinTech”,* señala Manuel Grullón Hernández, Presidente de AdoFinTech.

La asociación ha coordinado más de 20 mesas de trabajo, dos conversatorios abiertos al público, y un almuerzo de trabajo sobre el estado de los pagos digitales en el país con la alianza “Better than Cash” de las Naciones Unidas. Ha colaborado con el Instituto OMG en el desarrollo del FinTech Talk II y con el Startup Weekend FinTech, realizado recientemente. Además, miembros de su directiva han participado en varios paneles sobre temática FinTech.

*“La industria FinTech en República Dominicana está en pleno desarrollo, en el país tenemos a la fecha empresas de siete verticales o categorías de FinTech, entre ellas: sistemas de pago y billeteras, comparadores y gestión de finanzas personales y empresariales, financiamiento alternativo como el factoring y los préstamos digitales; y mercado de valores. Además, existen proyectos en curso que pronto realizarán su despliegue en el mercado”,* agregó Manuel Grullón H.

ADOFINTECH es parte de la Alianza FinTech Iberoamérica, la mayor iniciativa de este tipo que reúne 13 asociaciones Fintech.

La asociación, en su búsqueda de aportar beneficios a sus miembros para lograr mayor exposición a nivel internacional, se integró en el año 2018 a la Alianza FinTech Iberoamérica, la mayor iniciativa de este tipo que reúne 13 asociaciones que representan a 20 países iberoamericanos.

AdoFinTech participa en la Red Ecosistema Fintech del Programa del Bien Público Regional del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), que trabaja en favor de la convergencia regulatoria de la región para favorecer a las empresas FinTech en su etapa de expansión y escalabilidad de sus productos y servicios.

Reuniendo al mundo corporativo de los sectores bancario, seguros y de valores con el mundo emprendedor de las tecnologías financieras, AdoFinTech tiene como meta establecer espacios de diálogos donde puedan realizarse colaboraciones en el mercado local e internacional, a favor de la innovación y la inclusión financiera.

Anyarlene Bergés

VP de Comunicaciones y  
Relaciones Institucionales Grupo INICIA

# La Innovación es una apuesta al presente

**A**nyarlene Bergés es vicepresidenta de Comunicaciones y Relaciones Institucionales del grupo Inicia. Luego de haber dirigido por quince años la cartera de Gobernabilidad Democrática del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) en el país, hoy en día pertenece a uno de los grupos empresariales más antiguos de la República Dominicana. Es por ello que nos pareció interesante obtener una visión sobre la innovación desde la tradición.

Al abordar el tema que nos ocupa en esta edición, Bergés se refiere a la innovación como un elemento necesario en el ámbito empresarial, que se traduce en oportunidades para generar ventajas competitivas. *"Hoy las empresas cuentan con información y acceso a tecnología suficientes para innovar y desarrollar estrategias que las diferencien de sus competidores, y abrirse paso en un mercado cada vez más saturado de ofertas."*

Inicia es una firma de gestión de activos, al preguntarle si el modelo de negocio de este grupo empresarial es diferente a otros similares de su sector, precisa que el factor diferenciador es la identificación de talento distintivo *"Lo mejor de cada sector en el que invertimos, y que sobre todo comparta nuestros valores."*

Entonces ¿considera a la innovación como una herramienta competitiva para el crecimiento y desarrollo de la Firma? - *"¡Por supuesto! el mundo y los mercados están sometidos a cambios constantes, como firma de gestión de activos, estamos constantemente explorando oportunidades y evolucionando. Considero que es una característica que ha llevado a Inicia a trascender en el tiempo, siempre innovar, desde lo interno hasta la implementación de nuestros planes y acciones. Somos una firma con un nivel de flexibilidad muy amplio y promovemos que nuestros*

*gestores afiliados sean competitivos e innovadores."*

La innovación empresarial incide en el aumento de la productividad y la competitividad en los países, en este sentido, Bergés afirma que el grupo Inicia ha desempeñado un rol importante en inducir innovaciones en el sistema dominicano. *"Como firma socialmente responsable apostamos a la transversalización del paradigma ganar-ganar basado en la implementación de estrategias innovadoras, que mantienen e incrementan la productividad de todos los sectores en los que invertimos, promoviendo la competitividad de nuestro país, impactando directamente en el desarrollo constante de nuestra economía, contribuyendo a la generación de valor, el incremento de la fuerza laboral y su progreso técnico y tecnológico."*

Al profundizar sobre las características y variables que determinan el éxito de la firma, explica que su foco está en la

selección de talento distintivo que genere valor sostenible. *"Identificamos un número selecto de plataformas con potencial de alto crecimiento a largo plazo en la región NOLA (Northern Latin America por sus siglas en inglés). Invertimos en estas asociándonos con talento especializado con alto conocimiento y experiencia en sus respectivas áreas e industrias."*

***"Hoy las empresas cuentan con información y acceso a tecnología suficientes para innovar y desarrollar estrategias que las diferencien de sus competidores, y abrirse paso en un mercado cada vez más saturado de ofertas"***



*"Siempre es bueno que exista la competencia, eso significa que el mercado al que te diriges tiene un potencial comercial elevado. El reto radica en desarrollar valor agregado que los diferencie del resto, y que los clientes reconozcan ese valor y aporte."*

Inicia invierte mediante siete plataformas: Turismo y bienes raíces, energía e industria, servicios financieros, alimentos, bebidas y retail; medios, educación y activos en recuperación. *"Administramos estas inversiones junto a nuestros gestores afiliados apoyándonos en talentos especializados y distintivos que comparten nuestros valores y nuestra visión de largo plazo."* Añadió.

Entonces ¿Considera imprescindible poseer elementos que diferencien a la firma de sus principales competidores? - *"Siempre es bueno que exista la competencia, eso significa que el mercado al que te diriges tiene un potencial comercial elevado. El reto radica en desarrollar valor agregado que los diferencie del resto, y que los clientes reconozcan ese valor y aporte."*

En ese orden ¿considera que la innovación juega un papel importante en el crecimiento de los países? *"Quedarnos estáticos supone una regresión y eventual desaparición. Innovar es una necesidad, es el motor del crecimiento sostenible de un país y uno de los mayores retos de los sectores que conformamos el tejido productivo."*

Asegura que la fórmula para lograr diferenciarse y ser mejor en su rama es mediante la ejecución de acciones enfocadas en satisfacer las necesidades del mercado de manera sostenible y generando valor compartido. *"Si nuestro entorno no crece con nosotros, no estamos creciendo"*

Una interrogante que nos ha acompañado desde el inicio de la entrevista es ¿cómo ha gestionado la innovación esta Firma que inició hace más de 100 años? A lo que Anyarlene Bergés se refiere a la innovación como parte constante de la estrategia de

crecimiento de la Firma. *"Desde sus inicios hace más cien años, cuando el modelo de negocios era distinto y estaba enfocado en otras áreas como la importación y exportación de productos comerciales, posteriormente se diversificó en el sector azucarero y la agroindustria. La Firma ha estado en constante evolución, viendo nuevos mercados y oportunidades."*

La innovación es un factor clave de la competitividad empresarial para responder al desarrollo de la nueva economía. Según esta afirmación ¿Cuáles son los efectos de la innovación en el rendimiento de las pequeñas y medianas empresas (PYME)? *"Es el camino que lleva a la pequeña empresa a convertirse en mediana, a la mediana a convertirse en gran empresa y a las grandes a consolidarse hasta lograr internacionalizarse e incursionar en diversos mercados, teniendo un impacto transversal en la economía local, a través de la creación de empleos y generación de valor."*

Entonces ¿Considera que la Innovación es una apuesta al futuro? *"La innovación es una apuesta al presente, pues mediante la ejecución de la innovación en el día a día de la empresa, aseguramos el bienestar del mañana de todos los involucrados en el sector productivo. Las acciones que tomamos hoy, en el presente, sin duda definirán nuestro futuro."*

Yéndonos al plano profesional, en su rol como responsable de Comunicación y Relaciones Institucionales de Inicia, Anyarlene Bergés comparte las claves para comunicar el cambio y la innovación: *"Aprender nuevas formas y canales para comunicar nuestros mensajes ha sido el reto de las empresas tradicionales. Tenemos una nueva audiencia que se comunica y conversa de otra forma y esto nos obliga a cambiar. Hoy la comunicación es constante, debe ser rápida y eficiente. Quien no comunica de manera inteligente y por las plataformas correctas, corre el riesgo de que otro lo haga y cause daños significativos en la reputación."*



# Innovar es esencial para la competitividad

MARIUS DE LEÓN

Director del CEI-RD



“*Innovar es esencial para la competitividad*”, así lo afirma Marius De León, director del Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana (CEI-RD), quien comparte la visión del Estado sobre la innovación para la competitividad, desde el organismo que dirige y que tiene la misión de contribuir al incremento de las exportaciones y las inversiones de la República Dominicana.

Como servidor Público y gerente, Marius De León está convencido de que una empresa que no dedique recursos y tiempo a mejorar sus procesos, productos y empleados, quedará atrás de la competencia. Al referirse a la innovación, la define como el eje propulsor del crecimiento de los sectores económicos de un país que permite a las empresas crecer de forma exponencial. *“En este mundo competitivo las empresas deben contar con un propósito de cambios constantes, ya que esto permite incluir las mejoras necesarias en los procesos productivos, lo cual proviene expresamente de la Innovación.”*

De León asegura que el país cuenta con una economía en la que tanto los emprendedores y las micro, pequeñas y medianas empresas juegan un rol significativo en la innovación. *“La innovación no es solo hacer algo diferente, sino hacer algo diferente y mejor, por lo que las empresas y emprendedores en un mundo globalizado necesitan estar en constante búsqueda de productos y procesos innovadores para sus negocios.”*

Al hacer esta afirmación ¿Diría usted que la innovación ha sido una herramienta competitiva para el crecimiento y desarrollo de su institución? *“El CEI-RD tiene como directriz innovar en los servicios y procesos que brindamos a empresas y MiPyMEs exportadoras, y las que aún no exportan. La digitalización en el marco del programa República Digital del Gobierno, ha permitido que muchos trámites se faciliten, aumentando la accesibilidad de las empresas y MiPyMEs a nuestros servicios por canales modernos e innovadores como nuestra nueva aplicación móvil.”*

Al hablar de innovación como un factor que pudiera incidir en la productividad del país, el funcionario certifica que se han experimentado avances en los sectores productivos, como evidencian los resultados del índice global de competitividad. *“Hemos pasado de la posición 118 en 2012 a la 94 en el 2018 en el pilar de innovación.”* Del mismo modo, hace referencia al aumento salarial y la capacitación, como otros incentivos que tienen incidencia en la innovación.



*ecosello*

No es mensajería...  
es conectar su cadena de valor de forma sostenible.

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



Un mundo mejor en cada entrega!

Entonces ¿Cómo se pueden democratizar las oportunidades de negocios en la República Dominicana? *“El CEI-RD brinda a los productores y la ciudadanía en general la oportunidad de convertirse en exportadores de bienes o servicios. Ofrecemos acompañamiento durante todo el proceso, para que puedan convertirse en exportadores y ampliar sus mercados destino. La reforma del registro mercantil y el enfoque sobre las MiPyMEs son dos obras concretas que demuestran el compromiso que tenemos con la democratización de la oportunidad. Todo dominicano que quiera emprender, debe tener las facilidades de hacerlo y el CEI-RD es una parte importante de esa estrategia.”*

Al identificar las estrategias innovadoras existentes en la realidad empresarial dominicana, el director del CEI-RD resalta que lo más impresionante ha sido el cambio de posición de la clase empresarial a lo largo de los años. *“Donde antes pedían que se les protegiera el mercado dominicano con aranceles y barreras no arancelarias, vemos empresas dominicanas repeler invasiones de empresas extranjeras y hasta expandirse a mercados extranjeros, quitando cuota de mercado a compañías titánicas en sus propias casas.”*

Otro elemento clave para el director del CEI-RD es la investigación de mercados *“Las empresas se dieron cuenta de que su permanencia dependía principalmente de qué tanto se conocía al consumidor y cuáles acciones realizar o mejorar de cara a brindarles bienes y/o servicios novedosos.”*

En cuanto al mercado internacional, asegura que las exportaciones dominicanas han ido en ascenso. *“Hemos pasado de ser un exportador de productos tradicionales a exportadores de bienes y servicios diversos. La estrategia principal ha sido identificar qué oferta tiene disponible el país y qué mercados la están necesitando. La inteligencia comercial nos permite orientar estratégicamente a las empresas exportadoras para que sus productos puedan entrar a los mercados en los que son más competitivos por sus características.”*

Al hablar sobre su experiencia en los procesos de innovación, nos explica que su gestión se ha ocupado de integrar nuevos enfoques y herramientas, mencionando entre ellas la Plataforma de Inteligencia Comercial, un sistema para el aprovechamiento y potencialización de las capacidades de comercio exterior, que integra informaciones de comercio e inversión a nivel nacional e internacional para la toma de decisiones. Otra novedad es el



*“El CEI-RD brinda a los productores y la ciudadanía en general la oportunidad de convertirse en exportadores de bienes o servicios”*

CEI-Connect, un espacio virtual donde exportadores dominicanos conectan con compradores internacionales para generar oportunidades de negocios.

En lo relativo a innovaciones en materia de exportaciones y permisología, ha puesto en marcha la Ventanilla Única de Inversión (VUI) que ha logrado la automatización de trámites como certificados de exportadores y el régimen de admisión temporal. En cuanto a formación y capacitación, la institución ofrece la plataforma E-Learning para cursos en línea.

En un pasado encuentro que sostuvo con el señor Presidente, se hizo referencia a la proyección de la capacitación de jóvenes en idiomas y cómo esta influye en la innovación y la competitividad *¿Cuál es su opinión sobre el tema? “Hoy en día ocupamos el tercer lugar como país que cuenta con mejor dominio del inglés como segundo idioma. Esto nos ha favorecido en el crecimiento de la industria turística que actualmente genera más de 336,480 empleos directos e indirectos.”*

Marius De León asegura además que, gracias a los costos competitivos, avances en las telecomunicaciones, ubicación geográfica y dominio del inglés, la industria de los Contact Centers y BPO ha tenido gran crecimiento en el país. *“Hoy contamos con más de 70 empresas nacionales e internacionales, de Estados Unidos, México, Francia entre otros, que generan más de 20 mil puestos de trabajo y brindan servicios a un portafolio diversificado de sectores, dentro de los que se destacan las interpretaciones médicas, los servicios de telecomunicaciones, informáticos, financieros, y de recursos humanos.”*

Siendo los productos agrícolas uno de los principales bienes de exportación ¿cuál es la incidencia de la innovación tecnológica en los negocios agropecuarios? *“Como sistema de producción avanzado, la producción bajo ambiente controlado (invernaderos) se ha convertido en un instrumento de verdadera gestión de innovación para el desarrollo. Esto permite establecer las condiciones óptimas para la producción y consigue un rendimiento por unidad de hasta tres veces mayor que el sistema tradicional. La producción de vegetales en invernaderos se ha convertido en la actividad agrícola más dinámica del sector agropecuario de la República Dominicana.”*



*“La innovación no es solo hacer algo diferente, sino hacer algo diferente y mejor”*

En este sentido resalta los aportes en investigación del Instituto de Innovación en Biotecnología e Industria (IIBI), los proyectos de Agronegocios, dado que la actividad agropecuaria representa actualmente más del 6% del PIB y un 7% de las exportaciones totales del país, así como los avances tecnológicos que han promovido la industrialización de la agricultura.



*“El progreso de la humanidad depende de la innovación. Para cualquier empresa que quiera sobrevivir a largo plazo, la innovación es una obligación.”*

En el contexto nacional Marius De León asegura que en la República Dominicana se observa un clima de estabilidad política, financiera y en el orden macroeconómico, posicionando a la economía como una de las más dinámicas de la región con altas tasas de crecimiento del PIB, estabilidad cambiaria y niveles bajos de inflación, que favorecen las condiciones de negocios, pese a los altos precios internacionales del petróleo y sus derivados.

Revela que al concluir el año 2018, la tasa de inflación anualizada medida por la variación del índice de precios al consumidor (IPC) fue de 1.30%. *“La actividad financiera ha mantenido un sólido desempeño en los últimos años, registrando un crecimiento de 4.4% en su valor agregado para el período enero/diciembre del año 2017, y de 7.1% para el año 2018. Como resultado, se observa un aumento en el volumen de operaciones y la diversidad de servicios que actualmente ofrece el sector.”*

También destaca el aporte de la cartera de préstamo de la banca múltiple con un incremento de un 11.3% en 2018 y dentro de este se resalta su desempeño y la estabilidad del sector.

Para ser competitivo el servicio juega un rol esencial ¿Cómo reducir costos y a la vez atender mejor a los clientes? *“A través de un mejor conocimiento de los*

*clientes y una efectiva aplicación de la tecnología. En el caso del CEI RD se ha aprovechado la aplicación tecnológica para uso de nuestros clientes, con herramientas como CEI-Connect, nuestro nuevo portal Web, que incluye un chat box, Whatsapp institucional, así como el uso de tecnologías para las reuniones y capacitaciones, que nos permitan dar un mejor servicio. Esto no elimina el contacto cara a cara a través de nuestras oficinas y representantes internacionales, la participación en paneles, ferias y otros mecanismos de interacción y contacto con clientes potenciales y actuales.”*

Al hacer referencia a la innovación en el marco de las pequeñas y medianas empresas (PyMES), Marius De León indica que la mayoría de las MiPymes son de corta edad, por lo que innovar no es su prioridad. *“Esta clasificación de empresa no es más que una medición de los empleos que ha creado. Nunca es muy temprano para empezar, pero lo primero para una nueva empresa debe ser garantizar el flujo de caja y ventas suficientes para cubrir costos, pagar la nómina y crecer.”* Asegura que innovar no es cuestión de un día y la innovación como factor no entra hasta el largo plazo. *“El progreso de la humanidad depende de la innovación. Para cualquier empresa que quiera sobrevivir a largo plazo, la innovación es una obligación.”*



LAURA DEL CASTILLO  
Directora Técnica CNC

## Por una República Dominicana más competitiva

“La competencia sana y leal está determinada la libertad de empresa y la ausencia de prácticas agresivas y deshonestas por parte de agentes económicos o competidores que procuren sacar ventaja”. Así lo afirma Laura del Castillo, directora técnica del Consejo Nacional de Competitividad, quien asegura que fomentar una cultura de transparencia en beneficio de los consumidores, en la que coexistan precios competitivos y productos de calidad y las empresas tengan las mismas ventajas y posibilidades para producir, es condición indispensable para la sana y leal competencia.

Adicional a ello, la directora técnica del CNC entiende que debe existir una supervisión del mercado por parte de una entidad reguladora, que investigue y sancione estas prácticas, y promueva una cultura de competencia transparente, así como un conjunto de leyes que las respalde.

El fenómeno de la innovación y la competitividad en la República Dominicana, está afianzado en un robusto marco legal, pues en la última década y de la mano con el proceso de apertura comercial que ha vivido el país, la legislación se ha ido adecuando a las necesidades de los mercados, desplegándose una serie de reformas enfocadas en promover mayor competitividad en los sectores productivos.

En ese tenor, hace más de una década se realizan esfuerzos para crear y fortalecer el ecosistema nacional, y se han creado distintos sistemas que han fortalecido el aspecto regulatorio y la facilitación del comercio. Todas estas medidas habilitan un ecosistema competitivo viable que impacta e incentiva la innovación, el emprendimiento, y en conclusión todo el sector productivo, incluyendo los sectores con vocación exportadora.

No obstante, y a raíz de haber sido declarado el 2019 como el “Año de la Innovación y la Competitividad”, desde el Pleno de Competitividad se han promovido iniciativas legales importantes, que reposan en el Congreso Nacional para su aprobación, como los proyectos de Ley de Alianza Público Privada, el de Garantías Mobiliarias, de Sociedades en Garantías, así como el de Trámites ante las Oficinas de Planeamiento Urbano de los Ayuntamientos. “Su aprobación impactará de manera importante nuestra competitividad.” Expresó la directora técnica del CNC.

Dicho esto, corresponde hablar sobre los aportes que ha realizado el CNC ¿En qué consiste Dominicana Competitiva? ¿cuáles beneficios aporta al sector empresarial? “*Dominicana Competitiva es la agenda desarrollada desde el 2017 a través del CNC que consta de cuatro pilares: Facilitación de comercio, más productividad y exportaciones, innovación y más empleos formales de calidad. Su objetivo es facilitar el vivir y hacer negocios en la República Dominicana.*”

La directora técnica del CNC destaca que en el marco de esta agenda se han impulsado más de 109 medidas de impacto, enfocadas en mejoras del clima de negocios, de la productividad



y la competitividad de los sectores productivos nacionales. Menciona entre ellas la reducción de 16.5 a tres días en los tiempos para la constitución de empresas, el fortalecimiento de la Dirección General de Medicamentos, Alimentos y Productos Sanitarios (DIGEMAPS), la creación de la Ventanilla Única de Permisos de Construcción; la declaratoria de cinco sectores de alto potencial estratégico (minería, agricultura, industria, zonas francas y turismo); la priorización de 10 productos agrícolas con vocación exportadora (aguacate, banano, piña, mango, vegetales en invernaderos, vegetales asiáticos, carnes, yuca, coco y cacao), entre otros.

El fenómeno de la innovación y la competitividad en la República Dominicana, está afianzado en un robusto marco legal

En adición a estas disposiciones, se destaca el relanzamiento del Programa Nacional de Mejora Regulatoria y la elaboración del primer Índice Nacional de Productividad, este último ha revelado que, a pesar de que la económica del país ha venido creciendo, la productividad total de los factores ha tenido un crecimiento promedio de 0.85%, interpretándose como más recursos, más trabajadores, e iguales resultados en cuanto a eficiencia. Este índice permite identificar aquellos sectores con mayores niveles de productividad, para diseñar las políticas públicas adecuadas que la fomenten.

# turpial airlines

Volamos en **tu** dirección

¡Vuelos desde  
Santo Domingo,  
Punta Cana y Panamá  
a Venezuela!



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



## Franquicia de Equipaje

Vuelos Internacionales



8 Kg Equipaje de mano - 23Kg Equipaje facturado

## Contacto:

República Dominicana: (809) 487- 6621  
Panamá: (507) 381-1946  
Venezuela: (+58) 0273 - 517 7099



@TurpialAirlines

Dominicana Competitiva tiene una agenda conjunta con el sector empresarial, y sigue recomendaciones de informes internacionales como Doing Business del Banco Mundial y el Índice de Competitividad Global (ICG) del Foro Económico Mundial. Además, su aprobación fue sometida al pleno del Consejo, donde en un ejercicio de alianza público privada sus miembros y el Presidente de la República la validaron.

Este Programa tiene la finalidad de estimar el costo social de los trámites y servicios gubernamentales, de manera que permita la elaboración de un programa de mejora regulatoria para eliminar o simplificar los trámites y servicios identificados que generan mayor carga a la sociedad.

*La **innovación** es un valor presente y deseable en todos los ámbitos productivos*

¿Qué papel juega la innovación en el crecimiento sostenible de los países? *“La innovación es un valor presente y deseable en todos los ámbitos productivos, por lo cual se entiende su rol como vehículo de crecimiento económico a nivel global. Es importante que las innovaciones estén protegidas, en el país, dicha protección está en manos de la Oficina Nacional de Propiedad Industrial (ONAPI), y los derechos de autor (para el caso del software) ante la Oficina Nacional de Derecho de Autor (ONDA).”*

¿Cuáles resultados exhibe a la fecha el CNC que hayan generado valor para el desarrollo del país y la región? *“El reposicionamiento de la Agenda de Competitividad dominicana a nivel nacional e internacional, logrando que el año en curso 2019 este dedicado al tema de la innovación y la competitividad. También el apoyo para la conformación de más de 45 clústeres productivos, la aprobación de 81 medidas de apoyo a la productividad y las exportaciones de los sectores de Minería, Industria, Zonas Francas, Turismo y agricultura.”*

Otros aportes se centran en la promoción de importantes reformas legales como las leyes de Sociedades, Pymes, Proindustria, Sidocal, Reestructuración de Empresas y Liquidación Judicial, Eliminación del Capital Mínimo y el apoyo a los decretos de extensión de horarios en puertos y aeropuertos, renovación automática de Registros Sanitarios, la eliminación de la tarjeta de turismo, perfiles de los encargados Comerciales, seguridad turística, entre otros.

El CNC ha implementado el Plan Nacional de Mejora Regulatoria y el Programa RD+SIMPLE, mediante el cual se realiza el primer inventario regulatorio nacional. Además, cuenta con un observatorio de Competitividad, lanzó el primer Índice de Productividad Nacional, elaboró el Análisis de las Cadenas de Valor de los 10 productos agrícolas priorizados, realizó el primer Estudio Diagnóstico de Turismo de Salud en el país, ejecutó el lanzamiento de la iniciativa transparencia es Competitividad y del primer Catálogo de Rutas y Frecuencias hacia El Caribe. También, ha desarrollado programas enfocados en el logro de una Transformación Cultural, fomentando los valores de la innovación y la competitividad desde la educación básica.

¿Cuáles sectores deben ser potenciados para hacer de la República Dominicana un país más competitivo? *“Desde el Pleno del CNC se han priorizado cinco sectores productivos: Industria,*



*Agricultura, Minería, Zonas Francas y Turismo. Para cada uno se desarrollaron mesas de trabajo, público/privadas y se identificaron medidas específicas aprobadas por el Pleno.”*

¿Podríamos decir que incentivar el emprendimiento es clave para la competitividad en RD? *“Para la Competitividad es fundamental el apoyo y promoción de una transformación cultural.”*

Entre las medidas que ha tomado el CNC para mejorar los procesos logísticos del país se encuentran el apoyo a la conformación del Clúster Logístico de la Asociación Dominicana de Zonas Francas; la promulgación del Decreto 431-17 que crea el Comité Nacional de Facilitación del Comercio (CNFC), el Decreto 384-18 de Extensión de horario de atención al público de 7:00 am a 10:00 pm, autorizando el despacho y recepción de mercancías en los puertos, aeropuertos y pasos fronterizos, para agilizar el comercio exterior, el Plan Estratégico Nacional de Logística (Pnlog), la capacitación del Sector Logístico, el fortalecimiento de la industria de la cadena de frío.

También la elaboración del primer Catálogo de Rutas hacia El Caribe (marítimo y aéreo), para que los exportadores e importadores dispongan de información relativa a las rutas y frecuencias hacia ese mercado, así como los suplidores que ofrecen estos servicios. En la actualidad, la Institución está trabajando en el diseño e implementación de una plataforma de rutas y frecuencias de RD hacia el mundo.

*“Para la **Competitividad** es fundamental el apoyo y promoción de una transformación cultural.”*

FACTOR DE ÉXITO  
**Partner  
Comercial**

  
**OMG!!!**  
Experience  
*...dale play*



Un gran  
**wao!!!**  
vende más

Lleva tu estrategia publicitaria  
al siguiente nivel



**ABRE LA APP**  
Descarga Zappor  
gratis desde  
tu App Store  
o Play Store



**APUNTA**  
Coloca el Código  
que cubra tu pantalla  
completa



**DISFRUTA**  
Ve como  
las cosas  
cobran vida!

JHONATAN **BÁEZ**

Gerente General de Tropical Shipping

# Los Centros Logísticos han cambiado la forma de negocios en el país

“En la industria de la logística, la innovación pasó de ser un costo a un factor diferenciador en las empresas modernas. En la industria de hoy, innovar es la única vía sostenible para que toda empresa se mantenga en el mercado.” Así se expresa Jhonatan Báez, gerente general de Tropical Shipping, una empresa de soluciones logísticas que opera en El Caribe desde hace 53 años.

Según explica su gerente, la empresa está enfocada en crear una relación que va más allá de los negocios, ofreciendo una experiencia de envío personalizado, creíble y sostenible. *“Hemos sido parte fundamental del desarrollo estructural y económico de las islas del Caribe en los últimos 50 años, forjando no solo relaciones comerciales, sino personales con nuestros clientes y las comunidades que servimos.”*

¿Considera la innovación como una herramienta competitiva para el crecimiento y desarrollo de Tropical Shipping? *“¡Definitivamente! Trabajamos constantemente para identificar las necesidades y tendencias en los mercados que servimos, para innovar y adaptar nuestros servicios a las nuevas necesidades de nuestros clientes.”*

Jhonatan Báez reconoce que la innovación influye en el aumento de la productividad, por lo que la empresa que representa ha inducido ciertas innovaciones en el sistema dominicano. *“Para poder competir en el mercado internacional, las empresas dominicanas se han mantenido en constante innovación. Estas se han adecuando a los estándares internacionales en términos de*

*En la industria de hoy,  
innovar es la única  
vía sostenible para  
que toda empresa  
se mantenga en el  
mercado*



seguridad, producción, calidad y oferta. Gracias a esto, podemos seguir sirviendo mercados muy exigentes y competir con naciones más desarrolladas y con más experiencia industrial que nuestro país.”

Báez refiere que Tropical Shipping ha estado sirviendo en la República Dominicana por más de tres décadas ininterrumpidas. “Durante este periodo de tiempo, se han identificado necesidades y oportunidades potenciales de negocios para el país, las cuáles han culminado en la creación de nuevos servicios que han marcado la diferencia en nuestra industria, así como promover los productos dominicanos en el Caribe, Estados Unidos y Canadá. Asimismo, podemos afirmar que fuimos los pioneros en conectar el país con 28 destinos diferentes en el Caribe, en su gran mayoría con períodos de tránsito cortos (menos de siete días). Hemos trabajado de la mano con grandes y pequeñas empresas que hoy son líderes en el mercado.”

Hemos sido parte fundamental del desarrollo estructural y económico de las islas del Caribe en los últimos 50 años

En ese orden, la empresa ha incorporado seis nuevos barcos a su flotilla de embarcaciones, con el objetivo de operar de una manera más efectiva en los puertos que atracan, promoviendo el uso de energía más limpia.

¿Cuál es el impacto de los centros logísticos en la economía dominicana en el último año? ¿Cómo andan las cifras en promedio mensual de exportaciones y en recaudaciones por este concepto? “Los centros logísticos han traído al país una serie de oportunidades de negocios, destacándose la optimización de los mercados y servicios, así como atraer grandes multinacionales.”

Según Báez, muchas empresas han mostrado interés en usar estos centros para reducir costos operativos, hacer más eficiente la producción y llegar a mercados minoritarios. “Esta poderosa herramienta nos ofrece, distribución al mercado local, reexportar a mercados cercanos y utilizar esta plataforma para agregar valor a las mercancías. Los Centros Logísticos han cambiado la forma de hacer negocios en el país. Los importadores pueden tercerizar distintos servicios logísticos, y pueden enfocarse en su negocio primario al tiempo que disponen de costos flexibles.”

Añade que los beneficios financieros son diversos, y van desde ahorros importantes en transportes terrestres, pagos de

podemos afirmar que fuimos los pioneros en conectar el país con 28 destinos diferentes en el Caribe

aranceles parciales acorde a los volúmenes de ventas de su negocio y la utilización de terrenos en el centro de la ciudad para otros tipos de actividades más rentables que el almacenaje.

Jhonatan Báez considera que la ubicación geográfica de la República Dominicana es privilegiada, dado el potencial de convertirse en una plataforma sólida de distribución a El Caribe y Centroamérica. “Contamos con muy buenas infraestructuras a nivel de puertos y aeropuertos, con una excelente conectividad con el resto del mundo. También contamos con un marco legal que nos ofrece claridad a la hora de utilizar el país como centro de distribución regional (Decreto 262-15).”

Piensa que es necesario reforzar los recursos humanos en logística marítima, aérea y terrestre, al mismo tiempo, ve la necesidad de promover a la República Dominicana como el principal centro de operaciones de El Caribe, promover los productos locales e incrementar las exportaciones.

En materia de avances, identifica una serie de impactos que han influido positivamente y que han favorecido al sector. Tal es el caso de la promoción, pues se observa mayor actividad de grupos empresariales asociaciones y el sector público apoderándose del tema logístico tanto dentro del país como fuera.



# Innovación, Factor principal para la Competitividad

Como todos sabemos, el presidente Danilo Medina Sanchez declaró el 2019 como el año de la Innovación y la Competitividad, lo cual felicitamos por su acertada decisión, porque de una a otra forma motiva a muchos empresarios a pensar en estos temas tan cruciales para nuestra economía. Esto ha despertado mucho interés y la mayoría de nuestras empresas al ser pymes se preguntan realmente ¿qué es la innovación? y ¿cómo esta puede impulsarnos a lograr la competitividad? Quiero señalar que la relación entre la innovación y la competitividad no es cómo un tubo o proceso que se lleva a cabo en línea recta sino mediante una serie de pasos y procesos que actúan concatenada mente desde un extremo a otro.

Si buscamos la definición de innovación en un negocio nos encontramos como el proceso de adaptar o traducir una idea, tecnología, herramienta, modelo o metodología en un bien o servicio que crea valor económico. Esto nos lleva indudablemente a meditar e investigar sobre la innovación de un producto o servicio, los procesos para innovar, que normalmente vienen con el uso de la creatividad y la observación amplia de nuestro medio ambiente

Si queremos dirigirnos a aquellos que ya tienen su negocio, oficina profesional o de servicios ya definidos, y dejamos para otra oportunidad referirnos a las personas que sueñan con una idea para establecer un emprendimiento futuro, debemos entonces explicar con más detalles el proceso por el cual ellos pueden innovar, crecer y lograr la competitividad.

***Innovación en un negocio, es el proceso de adaptar o traducir una idea, tecnología, herramienta, modelo o metodología en un bien o servicio que crea valor económico.***

Sabemos que innovar en productos es la introducción en el mercado de un bien o un servicio completamente nuevo o con una innovación incremental que mejore con respecto a sus características básicas y que al ofrecerlo al mercado este responda con su adquisición o compra. Para lograr este proceso la empresa debe gestionar mediante el talento de sus socios, empleados o asesores un flujo de ideas innovadoras las cuales llegan a la decisión final bien pensada antes de ofrecerlas al mercado. Si el producto ha sido diseñado por otros las innovaciones meramente estéticas no garantizan que su producto sea aceptado o sea considerado como simple copia o plagio, lo cual debilitará su imagen.



Luis A.  
Sanchez-Noble

Conferencista y asesor de empresas  
Presidente  
Fundación Innovati

República Dominicana en el IGI	Puntaje (0-100)	Rank 2018 (de 126)	Puntaje (0-100)	Rank 2017 (de 127)	Variación en puntuación 18/17
<b>Índice Global de Innovación</b>	<b>29.3</b>	<b>87</b>	<b>31.2</b>	<b>79</b>	<b>-6%</b>
Ratio de Eficiencia de la Innovación	0.6	71	0.6	54	-1%
<b>Subíndice de Entrada</b>	<b>36.77</b>	<b>92</b>	<b>37.8</b>	<b>88</b>	<b>-3%</b>
Instituciones	55.3	83	51.8	90	7%
Capital Humano e Investigación	16.7	105	17.6	109	-5%
Infraestructura	42	74	42.4	78	-1%
Sofisticación de mercado	44.9	73	45.4	70	-1%
Sofisticación de los negocios	24.9	95	31.9	67	-22%
<b>Subíndice de Salida</b>	<b>21.89</b>	<b>77</b>	<b>24.5</b>	<b>72</b>	<b>-11%</b>
Producción de Conocimientos y Tecnología	16.6	92	17.2	91	-3%
Producción Creativa	27.2	69	31.9	60	-15%

Fuente: Consejo Nacional de Competitividad (C.N.C.) de la República Dominicana. 2018. (a partir de datos del "Global Innovation Index" - GII)



Fuente: Consejo Nacional de Competitividad (C.N.C.) de la República Dominicana. 2018. (a partir de datos del "Global Innovation Index" - GII)

Estos gráficos tomados del CNC, nos muestra la necesidad de potenciar el Capital Humano, de que debemos hacer un esfuerzo con nuestros propios técnicos y obreros con larga data en la empresa que comprenda nuestros procesos y la asesoría que se puede obtener de expertos que ofrecen sus servicios en el mercado con gran eficiencia, o mejor aun con el acercamiento de cada uno con nuestras universidades de manera de lograr con mayor economía la colaboración de los investigadores que posee la academia..

Muchas de nuestras universidades cuentan con un excelente cuerpo de investigadores, certificados como tales, que pueden realizar con el apoyo de estudiantes meritorios y el propio cuerpo de empleados y técnicos que labora en la empresa un equipo idóneo para desarrollar nuevas formas e ideas creativas que le darán a su empresa el impulso que necesita para lograr su búsqueda de la calidad y ser competitivos.

Desde mediados del año en curso el MESCYT nombro un grupo de expertos que esta evaluando y certificando nuestros investigadores por lo que ya las empresas pueden confiar que la ayuda que les puede aportar estos investigadores cuenta con el reconocimiento y certificación adecuada que les de el aval para ser instrumentos reales de ayuda en su proceso de investigación , busquen los que se especializan en investigación aplicada como es de rigor para el sector industrial y que puede lograrse con una gran economía de costos si vinieran del exterior técnicos especializados.

El ratio de eficiencia mide el uso de los recursos y lo que producimos con ellos. A la vista del estancamiento de este ratio en la República Dominicana (0.60), será importante implementar acciones que eleven la eficiencia, fomentando procesos de innovación en el sector productivo y de servicios, poniendo la creatividad al servicio de la optimización de los recursos.

Para ello, las empresas deben involucrar a los diferentes colaboradores de su empresa, esto les permite adaptarse y explorar nuevas oportunidades al sentirse apreciados y valorados. Consulte con sus clientes sus ideas de innovación así sabrá si sus clientes realmente quisieran adquirir sus nuevos productos. Es también una buena oportunidad reclutando personas adecuadas, recuerde que los lugares de trabajo más exitosos son abiertos y colaborativos, tenga en cuenta a los millenials, esta nueva generación de trabajadores se siente atraída y motivada en empresas que les den mayor autonomía y libertad de experimentar, crear y desafiar con nuevas ideas disruptivas.

Debe tener en cuenta que la innovación puede ser el catalizador que impulse a su empresa a adaptarse al mercado creciente y prosperar. Estos procesos deben ser seguidos con perseverancia, pasión y con una mayor dedicación para obtener la eficiencia lo que hará que su empresa sea realmente competitiva, que es lo que

el país necesita. No espere el momento ideal o la ley ideal para accionar, el momento es ahora. Estos gráficos tomados del CNC, nos muestra la necesidad de potenciar el Capital Humano, de que debemos hacer un esfuerzo con nuestros propios técnicos y obreros con larga data en la empresa que comprenda nuestros procesos y la asesoría que se puede obtener de expertos que ofrecen sus servicios en el mercado con gran eficiencia, o mejor aun con el acercamiento de cada uno con nuestras universidades de manera de lograr con mayor economía la colaboración de los investigadores que posee la academia..

Muchas de nuestras universidades cuentan con un excelente cuerpo de investigadores, certificados como tales, que pueden realizar con el apoyo de estudiantes meritorios y el propio cuerpo de empleados y técnicos que labora en la empresa un equipo idóneo para desarrollar nuevas formas e ideas creativas que le darán a su empresa el impulso que necesita para lograr su búsqueda de la calidad y ser competitivos.

Desde mediados del año en curso el MESCYT nombro un grupo de expertos que esta evaluando y certificando nuestros investigadores por lo que ya las empresas pueden confiar que la ayuda que les puede aportar estos investigadores cuenta con el reconocimiento y certificación adecuada que les de el aval para ser instrumentos reales de ayuda en su proceso de investigación , busquen los que se especializan en investigación aplicada como es de rigor para el sector industrial y que puede lograrse con una gran economía de costos si vinieran del exterior técnicos especializados.

El ratio de eficiencia mide el uso de los recursos y lo que producimos con ellos. A la vista del estancamiento de este ratio en la República Dominicana (0.60), será importante implementar acciones que eleven la eficiencia, fomentando procesos de innovación en el sector productivo y de servicios, poniendo la creatividad al servicio de la optimización de los recursos.

Para ello, las empresas deben involucrar a los diferentes colaboradores de su empresa, esto les permite adaptarse y explorar nuevas oportunidades al sentirse apreciados y valorados. Consulte con sus clientes sus ideas de innovación así sabrá si sus clientes realmente quisieran adquirir sus nuevos productos. Es también una buena oportunidad reclutando personas adecuadas, recuerde que los lugares de trabajo más exitosos son abiertos y colaborativos, tenga en cuenta a los millenials, esta nueva generación de trabajadores se siente atraída y motivada en empresas que les den mayor autonomía y libertad de experimentar, crear y desafiar con nuevas ideas disruptivas.

Debe tener en cuenta que la innovación puede ser el catalizador que impulse a su empresa a adaptarse al mercado creciente y prosperar. Estos procesos deben ser seguidos con perseverancia, pasión y con una mayor dedicación para obtener la eficiencia lo que hará que su empresa sea realmente competitiva, que es lo que el país necesita. No espere el momento ideal o la ley ideal para accionar, el momento es ahora.





# Presentan resultados del proyecto **República Digital** Formación para los Empleos del Futuro

El presidente de la República, licenciado Danilo Medina, encabezó “República Digital: formación y empleos del futuro”, en un acto realizado en el salón Las Cariátides del palacio de Gobierno, en el que se ofrecieron los resultados del programa República Digital. El evento contó con la presencia de la vicepresidenta, Margarita Cedeño; el ministro Administrativo de la Presidencia, Gustavo Montalvo, y otros funcionarios.





*En el 2019 está previsto entregar un total de 49,003 acciones formativas en distintos niveles educativos. A la fecha, 37,063 están en curso y 11,940 son becas por otorgar por parte de distintas instituciones.*

En su presentación, el Ministro Montalvo destacó las principales estrategias que el gobierno impulsa en materia de digitalización y acceso a las nuevas tecnologías, con el fin de preparar a la población y a los sectores productivos para la cuarta revolución industrial.

Resaltó la importancia del trabajo mancomunado entre instituciones públicas, universidades, pequeñas y grandes empresas, para estar preparados ante los desafíos en el trabajo y en la educación.

Para la ocasión, se firmaron convenios con 15 universidades que se integran a República Digital en el esfuerzo por promover las profesiones del futuro, además de un trabajo conjunto para el fomento de la tecnología, la investigación y la innovación.

Estos acuerdos, permiten lograr avances concretos como la apertura de nuevos programas de nivel técnico superior, certificaciones, grado, maestrías y doctorados en las áreas especializadas de mayor demanda en la industria 4.0.

También promueven el diseño e implementación de estrategias inclusivas que incorporen las tecnologías a los procesos de enseñanza aprendizaje, así como el empleo de tecnologías de última generación en el área laboral.

Además, fue anunciado el Programa Nacional de Desarrollo de Software y Servicios TIC para formar talento nacional y hacer la industria nacional del software más competitiva.

Se informó que, como parte de la preparación de capital humano, en el 2019 está previsto entregar un total de 49,003 acciones formativas en distintos niveles educativos. A la fecha, 37,063 están en curso y 11,940 son becas por otorgar por parte de distintas instituciones.

Asimismo, se destacó el rol de las mipymes, las que además de una fuerza laboral en las nuevas áreas de tecnología, deben ser consideradas para una apuesta para su digitación y modernización, a los fines de que mejoren su productividad y competitividad. En ese sentido, se han establecido alianzas con las grandes empresas para que transfieran tecnologías a las mipymes y así hacerlas más competitivas en el mercado.

En su discurso, el ministro de la Presidencia enumeró otros avances relacionados con la inserción del uso de las tecnologías en las aulas. Así, 333,289 estudiantes han sido formados en ciencias, tecnología, robótica y matemáticas (STEM por sus siglas en inglés). Otros 62,307 más se han beneficiado con el programa de una computadora un estudiante.





Además, se apuesta por una fuerza laboral bilingüe con el programa “Inglés para la Competitividad” desde el que se han otorgado más de 134,486 becas en inglés desde 2012.

En los últimos años, el gobierno viene trabajando junto con otros sectores en el diseño de un Marco Nacional de Cualificaciones que busca estandarizar y reconocer los aprendizajes impartidos a los estudiantes, además de que las personas actualicen y mejoren sus competencias de forma permanente. Al mismo tiempo, se están realizando los estudios necesarios para medir la concordancia entre los planes educativos actuales y los requerimientos del ámbito laboral en las 23 familias profesionales que cuenta el catálogo de cualificaciones.

**333,289 estudiantes han sido formados en ciencias, tecnología, robótica y matemáticas (STEM por sus siglas en inglés)**

Durante la presentación de resultados, la ministra de Educación Superior, Alejandrina Germán, informó que en este año el ministerio completará la meta de 3,000 becas para diplomado, 300 becas de grado y 60 becas extranjeras en el contexto del programa de desarrollo humano.

En tanto, el ministro de Industria, Comercio y Mipymes (MICM), Nelson Toca Simó, dio a conocer que las micro, pequeñas y medianas empresas asistidas por los asesores TIC de los centros mipymes reportaron en 2018 un incremento en sus ventas de alrededor de 15 millones de pesos, al tiempo que

fueron impactados alrededor de 55 mil empresarios mipymes con asesorías y asistencias técnicas.

Además, el titular de MICM, resaltó que las empresas intervenidas retuvieron y crearon cerca de 600 puestos de trabajo, debido a los cambios que empresarios mipymes implementaron en sus negocios, tras la recomendación de los asesores especializados en temas digitales.

Asimismo, el director de los Centros Tecnológicos Comunitarios (CTC), Claudio Doñé, anunció la apertura del centro número 104, en el municipio las Guáranas, San Francisco de Macorís, al tiempo que destacó que, en la actualidad, cuenta con 42 CTC certificados como Academias Oracle y 12 como Academias Cisco. Estos espacios impulsados por la Vicepresidencia de la República, ofrecen acceso a internet de manera gratuita y promueven el desarrollo de competencias digitales, como parte del eje Educación del República Digital.

El proyecto República Digital, busca garantizar el acceso de los dominicanos y dominicanas a las tecnologías de la información y comunicación (TIC), con el fin de reducir la brecha digital y ofrecer mejores servicios a la ciudadanía.

Está fundamentado en cuatro ejes principales, que son: educación, acceso, productividad y empleo, y gobierno digital y transparente, y de manera transversal, aborda los temas de ciberseguridad e inclusión social.

**se han otorgado más de 134,486 becas en inglés desde 2012**

La iniciativa gubernamental se desarrolla con el apoyo de nueve instituciones, además de las mencionadas, entre las que se encuentra el Ministerio de Educación, el Indotel, el Ministerio de Administración Pública, la Oficina Presidencial de Tecnologías de la Información y Comunicación (OPTIC) y la Empresa de Transmisión Eléctrica Dominicana.



II CONGRESO IBEROAMERICANO

# LA COMUNICACIÓN HOY

BARCELONA | 26 SEPTIEMBRE 2019

REPUTACIÓN | CULTURA Y TRANSFORMACIÓN | LIDERAZGO | DIVERSIDAD Y TALENTO |  
SOCIAL LISTENING | MARCAS CON PROPÓSITO | NUEVOS DRIVERS DE INFLUENCIA |  
SOSTENIBILIDAD | LEGITIMIDAD SOCIAL



**Elena Bule**

Directora de Comunicación  
**Twitter España**



**Juan Luis Cebrián**

Fundador del diario El País  
y presidente ejecutivo de  
**Grupo Prisa (hasta 2018)**



**Alfonso Fernández**

Director de Marketing,  
Communication & Public Affairs  
**Samsung**



**Joan Clos**

Alcalde de Barcelona  
(1997-2006) y **Ministro de  
Industria y Turismo**  
(2006-2008)



**Belén Moreu**

Human Resources Senior  
Director South West Europe  
**PepsiCo**

**Y MUCHOS MÁS**

INSCRÍBETE A TRAVÉS DE  
**atrevia.com** o **eventos@atrevia.com**  
y aprovecha el descuento "Early Bird" (35%)

# Luis A. Núñez Ramírez

Presidente Grupo Momumental

“Para tener éxito lo más importante es el amor al trabajo, la perseverancia y el cumplimiento, todo bajo la óptica de la honestidad”.

Su intuición para los negocios se manifestó muy temprano cuando empezó a comprar edificios antiguos en la ciudad de Nueva York, los que luego remozó para posteriormente arrendarlos. Al volver a la República Dominicana, específicamente a la ciudad de Santiago de los Caballeros, ya había formado a su familia de cuatro hijos, y es cuando en agosto de 1988 decide emprender el proyecto hoy conocido como el Grupo Momumental.

Luis A. Núñez Ramírez, es la cabeza de este grupo comercial compuesto por la Momumental de Seguros, ARS Momumental, Corporación de Crédito Momumental, Café Monte Alegre marcas tan emblemáticas como el monumento de los Héroes de la Restauración y que tan acertadamente identifica a la identidad corporativa de sus empresas.

En los inicios de cada proyecto, es muy común enfrentar distintas adversidades **¿Cuáles fueron las estrategias innovadoras que dieron vida a sus proyectos?** *“Creo en la actitud optimista y en el trabajo duro. Las oportunidades le llegan a quien está preparado, pero también a quienes las andan buscando. Hay que escuchar a las personas que te agreguen valor, que ven el mundo desde el punto de vista de progreso, no de problemas sino de soluciones, así como lanzarse a las aventuras de emprendimiento.”*

*Todo es posible,  
debemos trazarnos  
objetivos,  
trabajar por ellos  
y perseverar hasta  
conseguirlos”*

Su proyecto empresarial es considerablemente reconocido y abarcador, es por ello que Núñez Ramírez le atribuye el éxito y desarrollo de sus negocios, a la entrega de servicios de alta calidad enfocado en las verdaderas necesidades de los clientes. *“La satisfacción de mis clientes y las excelentes relaciones con proveedores y asociados hablan de mi honestidad, trabajo y cumplimiento en todos los sentidos”.*

*“Para tener éxito lo más importante es el amor al trabajo, la perseverancia y el cumplimiento, todo bajo la óptica de la honestidad. En el negocio financiero, como en el de los seguros, solo la honestidad y el cumplimiento te construyen una*

reputación que impulsa el negocio hacia el triunfo, porque debes ganarte la confianza plena de tus clientes y acreedores”.

Su trayectoria, tanto personal como empresarial, así como su reputación, le han conferido participar activamente en otras organizaciones, como la Asociación de Comerciantes e Industriales (ACIS), en la que ocupó la presidencia, y la membresía del Consejo Directivo del Hospital Metropolitano de Santiago (HOMS), entre otras.

“Lograr que la Monumental de Seguros haya perdurado Ha sido el desafío de mi vida, y seguirá siéndolo”

**¿Cómo se siente al ver que su labor es valorada por la sociedad dominicana? ¿Cómo ha logrado hacerla visible?** “Son muchos los desafíos, lograr un nombre de reconocimiento y prestigio es una labor ardua que involucra un gran compromiso y que trae consigo un reto: su permanencia en el tiempo. Lograr que La Monumental de Seguros haya perdurado por más de treinta años como empresa familiar, mantener una posición importante en el mercado asegurador dominicano y que en el presente continúe expandiéndose, ha sido el desafío de mi vida y seguirá siéndolo”. Luis Núñez está

decidido a construir junto a sus hijos una sólida y ejemplar empresa familiar bajo una administración moderna.

El verse expuesto desde sus responsabilidades gremiales y empresariales, lo llevó a pronunciar discursos y a presentarse regularmente ante los medios de comunicación. “Hablar en público, en principio, era una situación paralizante, peor que la narrada en la película “El Discurso del Rey”, pero era parte de la responsabilidad adquirida y debía responder ante las circunstancias. Cometía errores, pero aprendía rápido; fue un reto, la exposición a los medios de comunicación, la obligación de defender los intereses de una comunidad tan heterogénea de comerciantes e industriales y todo ello cuidándome de no herir susceptibilidades”.

Al referirse a los 31 años de vida de La Monumental de Seguros, sus palabras se escuchan llenas de satisfacción. “Desde 1988 La Monumental de Seguros ha mantenido una trayectoria sostenida de crecimiento, responsabilidad, rentabilidad y seguridad, convirtiéndose en un respaldo fundamental para nuestros clientes, proveedores, personal interno e intermediarios hasta el día de hoy, proporcionándoles tranquilidad y confianza mediante extraordinarias experiencias de negocios.”

Según nos cuenta, la innovación ha sido clave desde sus inicios y ha sido una aliada para su plan de expansión de sucursales, desarrollo de nuevos productos, soluciones tecnológicas, canales alternos de distribución y prestación de servicios. “Hemos perdurado por treinta años

como empresa familiar, manteniendo una posición importante en el mercado asegurador dominicano con el mismo compromiso que en nuestros inicios.” En la actualidad, La Monumental de Seguros cuenta con una red de 22 sucursales a nivel nacional, complementando el servicio en el área de salud a través de la filial ARS Monumental.

**¿Algún consejo para que las futuras generaciones se conviertan en Gente de Éxito como usted?** “Creo que en la vida los límites se los pone uno mismo. Hay muchas oportunidades para desarrollarse, para triunfar como empresario, como artista... Somos mucho más que una isla y gracias a la tecnología, el mundo está más cerca y nosotros lo estamos del mundo. Ahora hay más oportunidades, y si encontramos límites, de seguro los hemos puesto nosotros mismos por temores infundados. Todo es posible, debemos trazarnos objetivos, trabajar por ellos y perseverar hasta conseguirlos.”

“Creo en la actitud optimista y en el trabajo duro. Las oportunidades le llegan a quien está preparado, pero también a quienes las andan buscando.”



# PELLERANO & HERRERA, *la firma más innovadora*

*Pellerano & Herrera recibió el premio a la firma de abogados más innovadora en acuerdos financieros de la República Dominicana, por tercer año consecutivo.*

La prestigiosa publicación International Financial Law Review (IFLR) galardonó a Pellerano & Herrera como la "Firma más Innovadora" del año en República Dominicana, durante la ceremonia de premiación del IFLR 2019 en la ciudad de Nueva York.

Este reconocimiento tiene la particularidad de que es otorgado exclusivamente a la firma con mayor nivel de innovación en el área de acuerdos financieros por la complejidad y lo extraordinario de los casos o porque la firma introduce aspectos innovadores y estructuras legales.

IFLR también considera el uso de tecnología de punta para la gestión de la firma, un concepto desarrollado por Pellerano & Herrera en el mercado local durante los últimos 30 años.

IFLR es la publicación de finanzas líder entre los abogados de instituciones financieras, corporativas y privadas que cuenta un equipo de abogados y periodistas del área económica, quienes investigan en los Estados Unidos, Europa, Asia, Medio Oriente, América Central, Sur América y el Caribe. Los resultados del premio parten de dichas investigaciones.

Pellerano & Herrera ha sido la firma líder en la República Dominicana por más de 30 años y ha participado en las



más relevantes y complejas transiciones en la historia del país. Además, cuenta con un equipo de abogados multidisciplinario con vasta experiencia en más áreas de práctica que cualquier otra firma en el mercado. Pellerano & Herrera es la única firma en el país miembro de Lex Mundi -la red de contacto líder para abogados independientes con experiencia en más de 100 países-.



*Pellerano & Herrera ha sido la firma líder en la República Dominicana por más de 30 años y ha participado en las más relevantes y complejas transiciones en la historia del país.*

# Realidad Aumentada,

## Una tecnología con enormes posibilidades

INNOVACIÓN CON  
REALIDAD AUMENTADA  
PARA PUBLICIDADES  
IMPRESAS

La Realidad Aumentada para móviles permite de una forma totalmente novedosa dotar a cualquier medio impreso de contenido multimedia: revistas, folletos, catálogos, tarjetas de presentación, afiches, etiquetas, paquetes... cualquier medio impreso puede dotarse de contenido interactivo en Realidad Aumentada y unir el mundo online con el offline. Podrá conocer estadísticas de todas las veces que se ha escaneado su publicidad impresa.

El contenido en Realidad Aumentada para dispositivos móviles (smartphones y tabletas) que ofrece Factor de Éxito Rolga Group en alianza con OMG se utiliza a través de la aplicación Zappar (navegador de Realidad Aumentada) disponible en PlayStore (Android) y AppStore (iPhone, iPad) de manera gratuita. Es posible incluir en cualquier soporte impreso (1 unidad) todo tipo de información multimedia. La pauta publicitaria impresa en nuestra Revista Factor de Éxito, una página de su catálogo, una tarjeta de presentación, la portada de un folleto, un afiche publicitario, un expositor, el logotipo de su empresa... Puede aprovecharse de esta magnífica oportunidad de conocer y probar la Realidad Aumentada.

### ¡Contacte con nosotros e infórmese!

Además la presentación de proyectos con Realidad Aumentada dotan a su producto, servicio y/o a su empresa de una imagen de alto impacto visual,

En el mundo de la publicidad impresa se puede hacer click... Ahora gracias a la Realidad Aumentada y los dispositivos móviles es posible obtener información multimedia de todo tipo de soportes impresos, en tiempo real y de una forma totalmente novedosa.

permitiéndole desmarcarse de sus competidores de una forma sencilla pero impactante y conectar con su audiencia de una forma totalmente novedosa.

Esencial para que el producto final tenga éxito, que cada proceso de desarrollo empiece con una documentación detallada del proyecto, para determinar la complejidad y cubrir todas las necesidades, requerimientos y el call to action del cliente.

### CARACTERÍSTICAS DE LA REALIDAD AUMENTADA PARA MEDIOS IMPRESOS

- Enorme impacto emocional en el usuario
- Nuevas posibilidades creativas.
- Vinculación de la marca a la última tecnología.
- Posibilidades nunca antes imaginadas.
- En la impresión se puede hacer click.
- Máximo aprovechamiento de recursos digitales.
- Compatible con todos los dispositivos móviles.
- Grandes posibilidades para la innovación.

Para República Dominicana desde nuestra empresa madre Factor de Éxito Rolga Group en alianza con OMG estamos al servicio de quien quiera incorporar Realidad Aumentada a su publicidad impresa, nuestra Revista Factor de Éxito es inédita en aplicar Realidad Aumentada, en esta edición pueden apreciarla en la pautas publicitarias de UNIBE pág. 47 y de ISM en la pág. 51



# Un futuro sostenible para *la industria del cemento* en República Dominicana

Por: *Julissa Báez*  
Directora Ejecutiva ADOCEM



**P**ara la industria del cemento en República Dominicana el crecimiento continuo y las contribuciones a la creación de una sociedad sostenible, son conceptos inseparables, y si bien son muchos los desafíos en este sentido, ninguno ha logrado sacudir, hasta el momento, nuestra creencia de que la sostenibilidad es fundamental para la viabilidad de nuestra industria en la actualidad y en el futuro.

## Capacidad instalada

El nacimiento de nuestro sector data de poco más de 6 décadas atrás y es sorprendente la evolución y desarrollo que este ha tenido. Actualmente operan en varios puntos del territorio nacional 6 empresas productoras de cemento: Cemex, Domicem, Cementos Cibao, Cementos Panam, Argos Dominicana y Cementos Santo Domingo.

Las dos últimas son plantas de molienda y las cuatro primeras son productoras de Clinker.

Esta situación poco común, dado el tamaño de nuestra isla, hace que seamos el país con mayor capacidad de producción de cemento per cápita de todo el continente americano por encima de grandes productores como México, Brasil y Colombia y estoy

segura que en este momento no hay en Latinoamérica tanta sobrecapacidad como se da en República Dominicana.

Para entender un poco mejor esta peculiaridad, si tomamos como referencia los últimos 30 años, la capacidad de producción de cemento en el país ha crecido a una tasa promedio de 6% anual, siendo más acelerado en los últimos 10 años; de tal manera que

la capacidad instalada anual aumentó de 866 mil toneladas métricas en el 1978 hasta aproximadamente 8 millones de toneladas métricas hoy día.

En otras palabras, tenemos la capacidad para hacer frente al crecimiento del mercado local por las próximas dos décadas.

---

***Dado el tamaño de nuestra isla, hace que seamos el país con mayor capacidad de producción de cemento per cápita de todo el continente americano por encima de grandes productores como México, Brasil y Colombia.***

---



**adocem**

ASOCIACIÓN DOMINICANA  
DE PRODUCTORES DE  
CEMENTO PORTLAND

**Edificando juntos un mejor país.**



La inversión total de las empresas que conforman nuestro sector asciende alrededor de unos US\$,1,200 millones de dólares sin contar los valores adicionales invertidos anualmente para mantener en óptimas condiciones nuestros niveles de producción y eficiencia.

Este crecimiento se sostiene además en el desarrollo en la gente que nos conforma. Generamos empleo de forma directa e indirecta a aproximadamente diez mil personas, construyendo lugares de trabajo adecuados que preservan el bienestar y el progreso continuo de nuestro personal.

### Productos y Comercialización

En República Dominicana se comercializa cemento Portland bajo la modalidad de cemento empacado (fundas de 42.5kg) que representa un 25 % de la participación de las ventas, y el cemento a granel que constituye el 75% restante.

El cemento en fundas se comercializa mayormente a través del canal ferretero, mientras que el cemento a granel es comercializado mayormente a través del canal industrial constituido por empresas comercializadoras de concreto premezclado y de productos derivados del cemento.

Los productos cuentan con certificaciones de calidad del Instituto Dominicano de la Calidad (Indocal) quienes validan los resultados del control en la fabricación y certifican el cumplimiento de la normativa aplicable garantizando la calidad ante el consumidor final.

Otros productos que comercializan son concreto, agregados y morteros

### Construcción y demanda de cemento

El desempeño de nuestra industria, en todo el mundo, está entrelazado con el rendimiento de la construcción, actividad que a su vez depende estrechamente de las decisiones de política económica y de edificación urbana de los países.

La Construcción en año pasado creció 10.6% con relación al 2017, impulsada por iniciativas privadas en proyectos inmobiliarios de mediano y bajo costo, establecimientos comerciales, expansión de unidades hoteleras, diversificación de la matriz de generación de electricidad, entre otros.

## Producto Interno Bruto (PIB)

Tasa de crecimiento interanual (%)  
Enero-Diciembre 2017/2018

ACTIVIDAD ECONÓMICA	2018				
	Enero-Marzo	Abril-Junio	Julio-Septiembre	Octubre-Diciembre	Enero-Diciembre
Agropecuario	6.0	6.1	8.2	5.3	6.5
Explotación de Minas y Canteras	4.6	-15.6	7.1	5.4	-0.5
Manufactura Local	6.3	7.4	4.7	5.5	6.0
Manufactura Zonas Francas	5.6	14.3	12.1	2.3	9.1
<b>Construcción</b>	<b>11.6</b>	<b>12.9</b>	<b>9.2</b>	<b>8.1</b>	<b>10.6</b>
Servicios	5.0	5.8	6.4	6.0	5.8
Energía y Agua	6.0	6.7	5.7	3.9	5.7
Comercio	7.7	8.9	9.6	7.6	8.5
Hoteles, Bares y Restaurantes	5.8	4.4	6.2	6.4	5.6
Transporte y Almacenamiento	6.1	7.7	6.3	5.4	6.5
Comunicaciones	7.2	5.8	16.4	16.1	11.0
Servicios Financieros	6.4	7.3	10.6	7.2	7.9
Alquiler	3.7	3.6	3.6	3.7	3.7
Enseñanza	1.4	2.7	1.6	2.8	2.1
Salud	8.6	8.5	8.9	9.2	8.8
Otras Actividades de Servicios	3.5	3.2	4.4	4.9	3.9
Administración Pública	-2.6	4.2	4.3	5.5	2.6
IMAE	6.4	7.1	7.3	7.1	7.0

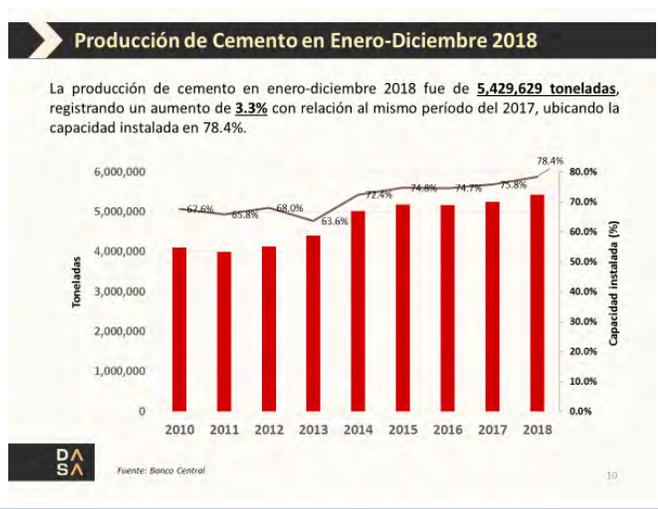
Fuente: Banco Central  
Cifras preliminares

La Construcción creció **10.6%** en 2018 con relación al 2017, impulsada por iniciativas privadas en proyectos inmobiliarios de mediano y bajo costo, establecimientos comerciales, expansión de unidades hoteleras, diversificación de la matriz de generación de electricidad, entre otros.



Esto se reflejó en igual magnitud en nuestro sector, pues logramos alcanzar ventas de alrededor de 4.3 millones de toneladas lo que supuso un incremento de alrededor de un 4.5 % en referencia a lo vendido en el 2017. Esto se da gracias a la decisión del gobierno de inyectar liquidez y muy especialmente a las iniciativas enfocadas en la edificación de múltiples obras de infraestructura vial y escuelas en diferentes provincias del país.

Esta interesante expansión en la demanda del año pasado y los resultados a la fecha nos permite estar optimistas para lo que resta del ejercicio del 2019, esperando cerrar con un crecimiento del mercado muy similar, que estará determinado en el corto plazo por los proyectos ya adelantados por el sector público y a mediano y largo plazo, si se mantiene la implementación de diversas iniciativas destinadas a promover la expansión del mercado hipotecario y la construcción de viviendas de bajo costo en el país.



**La Construcción en año pasado creció 10.6% con relación al 2017, impulsada por iniciativas privadas en proyectos inmobiliarios de mediano y bajo costo, establecimientos comerciales, expansión de unidades hoteleras, diversificación de la matriz de generación de electricidad, entre otros.**

**Viviendas y carreteras**

Hoy día República Dominicana está en una excelente posición para impulsar y aprovechar el formidable potencial que tiene el cemento. Esto significa incrementar nuestra participación en el desarrollo de viviendas, carreteras y otras importantes inversiones en infraestructura, porque sabemos que en estos y en otros sectores, existe una enorme demanda de cemento adicional a la ya existente y que todavía no ha comenzado a manifestarse en toda su dimensión.

El déficit habitacional en la República Dominicana se estima en un millón de unidades, con una demanda de 30.000 viviendas por año. Ello representa una oportunidad para el sector privado de la construcción de viviendas, el cual se beneficiaría de un marco jurídico transparente, que incentive la inversión del sector de manera sostenida.

Lo mismo sucede con la infraestructura vial. La industria del cemento lleva a cabo insistentes esfuerzos para lograr la posible incorporación del cemento y el concreto en carreteras y caminos vecinales, en República Dominicana.

Son muchos los argumentos técnicos ya comprobados que otorgan credibilidad a lo que planteamos en relación a esta opción de uso del cemento, dentro de los que se destaca su vida útil, la

cual es muy superior a los demás tipos de pavimentos, evitando con esto la necesidad de inversiones periódicas de reparación rehabilitación o reposición. En este sentido se convierte una solución económica tanto por su gran durabilidad, por los bajos costos de mantenimiento y, además, en muchos casos, los de menor costo de construcción.

**Exportaciones**

República Dominicana ha pasado de ser un importador neto de cemento a ser autosuficiente y exportar aproximadamente el 20 % de su producción, yendo a la par con las exigencias que imponen los mercados, especialmente con el nuevo orden comercial en que se desarrolla el comercio internacional.

Haití es el principal mercado de exportación del cemento dominicano, y a este se unen otros países mayormente de la región caribeña.

La industria del cemento en la República Dominicana ha logrado transformarse en un verdadero referente del impulso y crecimiento armónico de la nación; manteniendo una visión de futuro, atendiendo a las nuevas tendencias mundiales y transmitiendo conocimientos y experiencias que no sólo han favorecido al sector de la construcción sino también a la comunidad general y al país.



# Innovación Y Educación:

*dos caras de la misma moneda*

Por: Dayanna M. Polanco  
Directora de la Escuela Bachelor's in  
Business Administration (BBA)  
Universidad Iberoamericana  
✉ [d.polanco3@unibe.edu.do](mailto:d.polanco3@unibe.edu.do)

**L**a innovación es el motor que mueve a los países y a su desarrollo sostenible sobre el tiempo, pero cada vez que hablamos de innovación, ¿a que realmente nos estamos refiriendo?

Al innovar nos referimos a la transformación sistemática que se desarrolla para la creación de un producto o servicio; a la implementación de una nueva tecnología; o la mejora continua de un proceso ya establecido. Como bien se menciona, no solamente se refiere a la parte externa sino también a lo interno y de cómo transformamos nuestro entorno y evolucionamos a los requerimientos del mercado y a la cara a los nuevos tiempos. El desarrollo de esa nueva idea nos obliga a mantenernos a la vanguardia con las necesidades de los usuarios y sobre todo cumplir con el propósito del incremento de la productividad como un todo.

Desde el punto de vista humano, tenemos que plantearnos: ¿cómo podemos ser innovadores y cumplir con el propósito del incremento de la competitividad de nuestra empresa y/o país? República Dominicana es un país con unas de las economías más robustas del Caribe, por lo que es de vital importancia la preparación académica de sus recursos humanos para poder seguir incrementando la competitividad nacional.

Es por esto, que como país necesitamos enfocarnos en el talento humano, como ente diferenciador y transcendental para el desarrollo de los países.

Las instituciones de educación superior tienen un arduo trabajo por delante en donde todos debemos sentirnos responsables para poder aportar a la educación integral de ese talento que viene a revolucionar el mercado dominicano. Para poder mantenernos a la vanguardia, debemos no solo crear ideas, productos o servicios, sino más enfocarnos en cuáles son las problemáticas existentes y sus riesgos, y decidir cuál es el mejor enfoque en busca de una solución eficaz y costo efectiva para los usuarios.

La Universidad Iberoamericana desde su fundación ha permeado en la economía dominicana con un modelo de calidad y vanguardista. Desde UNIBE hemos concebido programas que ayudan al estudiante al desarrollo de sus capacidades intelectuales siempre en la mira de un currículo internacional. Dentro de



la innovación educativa, ofertamos programas de doble titulación 3+1, 100% acreditados en los Estados Unidos.

Dentro del marco de la Escuela de Bachelor's in Business Administration (BBA), hemos podido concebir un programa de alto nivel con socios educativos como Florida International University (FIU) y Western Michigan University (WMU), donde el estudiante puede enfocar su carrera de negocios tanto local como internacionalmente en 12 ramas como son las finanzas, negocios internacionales, mercadeo, publicidad y comunicación, logística internacional, sistemas de información gerencial, recursos humanos, entre otros, incluyendo todas las ventajas de estudiar en los Estados Unidos.

En síntesis, la globalización nos hace a todos más

cercanos unos a los otros, por tanto, los consumidores se encuentran más informados y en constante búsqueda de nuevas tendencias. Debemos enfocarnos en la innovación educativa como pilar del desarrollo integral de nuestro país y de nuestras empresas, como propuesta de generación de valor, traduciéndose en una mejor imagen y posicionamiento de nuestros recursos.

***Al innovar nos referimos a la transformación sistemática que se desarrolla para la creación de un producto o servicio***

#UnaUniversidadBilingüe

**UNIBE**

LEADING GLOBAL EDUCATION

**PRIMERA  
UNIVERSIDAD  
BILINGÜE**

**EN LA REPÚBLICA  
DOMINICANA**

15 carreras, más de 30 postgrados y un amplio portafolio de programas de educación continua, esperan por ti.

Ganadores de la posición más alta del país por tercer año consecutivo en el **QS Ranking Latinoamérica 2019**



**zappar**

Descarga gratis desde tu App Store o Play Store y disfruta.



ABRE LA APP



APUNTA



DISFRUTA

Av. Francia #129, Gazcue, Santo Domingo, R. D. • Tel.: 809-689-4111, ext.: 1039  
Av. John F. Kennedy, Centro Comercial Galería 360, pasillo 1 • Ext.: 3105  
Para financiamiento ext.: 1121



# REPÚBLICA DOMINICANA Y EL REINO DE MARRUECOS; UNA ALIANZA ESTRATÉGICA

Las relaciones diplomáticas entre la República Dominicana y el Reino de Marruecos han dado fruto a una asociación longeva, justamente este año se marca la víspera del sexagésimo aniversario, creando una plataforma de buenas y firmes prácticas, que visiblemente han dinamizado la economía de ambos países mientras al mismo tiempo se establecen sólidos mecanismos institucionales que continuamente reafirman dicho vínculo.

Durante el mes de junio del presente año, el Ministro de Asuntos Exteriores y Cooperación Internacional

Se ha destacado que las relaciones comerciales entre República Dominicana y el Reino de Marruecos han crecido exponencialmente debido a la Comisión Bilateral de Cooperación e Intercambios Comerciales firmada por ambos países en el 2017

del Reino de Marruecos, Sr. Nasser Bourita, en una visita oficial a la República Dominicana hizo hincapié en los diversos proyectos que, de ser exitosamente gestionados, impactarán positivamente la economía del país a gran escala.

El ministro y diversos altos funcionarios de la República Dominicana resaltaron que hay numerosas oportunidades

de crecimiento para ambos países, mencionando allí, la importancia en que se pacten ciertas alianzas estratégicas que enriquezcan diversos sectores claves del territorio nacional. Estas incluyen concordatos en materia de comercio, turismo, agricultura y energía renovable, éste último siendo un tema que ha tomado mucho auge durante los últimos años en Marruecos.

Actualmente, el Reino de Marruecos ha puesto en marcha una política comprometida y voluntarista para cuidar el medio ambiente, creando hace 2 años en Marrakech la organización COP22, la cual fomenta acciones y cooperaciones en pro del medio ambiente y que procura disminuir la contaminación del territorio árabe-africano.





Por esta misma vía, Marruecos ha tomado la decisión estratégica de desarrollar energía renovable. La generación de electricidad procedente de energías renovables del Reino de Marruecos es actualmente de un 26%, una de las más altas del continente africano, pero dicho país ya tiene proyectado alcanzar un 42% para el 2020 y el 52% para el 2030. Dicho liderazgo ha sido reconocido a nivel internacional, bajo el marco del Índice de Rendimiento sobre el Cambio Climático de 2019, quien otorgo a Marruecos el segundo lugar entre los países con mejores resultados y el quinto lugar alrededor de todo el mundo.

De igual forma, se ha destacado que las relaciones comerciales entre República Dominicana y el Reino de Marruecos han crecido exponencialmente debido a la Comisión Bilateral de Cooperación e Intercambios Comerciales firmada por ambos países en el 2017. Se detalló que las exportaciones se han duplicado entre los años 2012 y 2018, (de USD\$19.27mm a USD\$41.41mm) y las importaciones se han quintuplicado (de USD\$1.63mm a USD\$7.76mm) en el mismo espacio de tiempo, por un valor total con factor multiplicador de crecimiento de 2.3 (de USD\$20.90mm a USD\$49.17mm). Esto refleja una gran acogida para el comercio de ambos países, no solo en el sector público, sino también en las oportunidades de inversión y exportación/importación de productos y materia prima.

En el marco jurídico entre Marruecos y la República Dominicana existen 10 acuerdos de cooperación, diversas convenciones y memorandos de entendimiento, de los cuales más de la mitad tienen una dimensión económica. Otros de los acuerdos influyen directamente en el sector de aduanas, y uno en específico se encuentra entrelazado a servicios aéreos, favoreciendo enormemente el ámbito económico de la República Dominicana.

Mas allá de la República Dominicana, el Reino de Marruecos se está abriendo a nuevas oportunidades y horizontes, inscribiéndose

en un contexto de fortalecimiento de las asociaciones existentes y la diversificación de alianzas. No es casual que, en los últimos años, Marruecos haya dado apertura a más de una decena de embajadas en diversos países alrededor del mundo con el propósito de pluralizar sus relaciones comerciales.

Partiendo de esta pluralización comercial, el Reino de Marruecos ha apoyado la creación de la Zona de Libre Comercio Continental Africana, que constituye un proyecto africano de envergadura estratégica con miras a construir la mayor zona de libre comercio en todo el mundo. Dicha zona constituye el establecimiento de un mercado continental de más de 1.000 millones de personas con un PIB superior a 3.400.000 millones de dólares. Esta acción favorece la integración del continente, siendo un acto edificante de África, que refleja su voluntad común de construir un mejor y próspero mañana para todos sus habitantes.

Con respecto a América Latina, su visión es global, queriendo afianzar sus relaciones con diversos países del continente. Surinam, Brasil y Chile son algunos de los países con los que Marruecos está actualmente fidelizando sus relaciones comerciales y desarrollando proyectos bilaterales. En adición, el Reino de Marruecos es observador de 10 organizaciones regionales latinoamericanas, en las cuales su opinión es de gran aporte y valor para la toma de decisiones.

Es evidente que estas relaciones han tenido un impacto positivo en la economía de la República Dominicana, y las partes deben afianzar estrechamente sus relaciones, recordando que el Reino de Marruecos podría ser una puerta de entrada y el mejor interlocutor con los países árabes-africanos, así como representar un sin número de posibilidades y oportunidades socioeconómicas para la República Dominicana.



Por: *Ismael Cala*  
Periodista, autor inspiracional y conferencista

## La tríada del SER

**S**i queremos servir con excelencia y ser resilientes ante los obstáculos y las adversidades, resulta indispensable invertir en nosotros mismos. SER, entendido como Servicio, Excelencia y Resiliencia, es la tríada que nos permite entender ese camino.

Según un estudio publicado en *American Journal of Public Health*, las personas que están dispuestas a ayudar a otras evidencian una notable disminución de los efectos del estrés. Es decir, servir es saludable. La investigación, llevada a cabo durante 20 años por las universidades de Buffalo, Stony Brook y Grand Valley State, evaluó a un grupo de 846 participantes.

El Dr. Michael J. Poulin, director del trabajo, demostró que quienes ayudan a otros son menos propensos a morir ante situaciones de estrés. Pero hay más. Poulin indicó que no pudieron comprobar una reducción del estrés y de la mortalidad entre los beneficiarios, por lo que ofrecer ayuda traería más dones que recibirla.

Ahora bien, ¿cómo puedes incorporar las claves del SER en tu vida? En primer lugar, debemos conectarnos con el agradecimiento para poder servir con alegría. Honremos el hecho de estar en la posición de quien puede ayudar, en lugar de quien necesita apoyo.

Luego podemos inspirarnos en modelos de excelencia, para que nuestros actos sean de clase mundial. Para crecer desde la excelencia, debemos educarnos para observarnos, cuestionarnos, leer, prepararnos, ser coherentes entre lo que pensamos, decimos y hacemos.

Finalmente, cultivemos la resiliencia recordando momentos y circunstancias difíciles que hemos superado exitosamente. Si lo hicimos una vez, siempre podemos repetirlo.

Servicio, excelencia y resiliencia deben ser tres palabras claves que repitamos día a día, cuando las cosas no salen bien a la primera, cuando sentimos que perdemos la paciencia o cuando pensamos que nunca alcanzaremos nuestros sueños.

En un discurso reciente, Iván Duque, presidente de Colombia, expresó una frase con la que estoy de acuerdo: *"Hay una sola palabra para describir a Colombia y es resiliencia"*. Me atrevería a decir que toda América Latina es así, pero las ciudades, los países o las regiones solo serán serviciales, excelentes y resilientes si cada uno de nosotros se entrena en el SER.

¿Qué necesitas para elevar esta tríada a otro nivel? Quizás un seminario como *"El negocio de ser tú"* o simplemente el autoestudio, pero siempre en movimiento hacia el objetivo.

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





Industrias San Miguel



En Industrias San Miguel vivimos al máximo nuestro valor; "liderazgo con cercanía"



zappar  
Descarga gratis desde tu App Store o Play Store y disfruta.



ABRELA APP



APUNTA



DISFRUTA

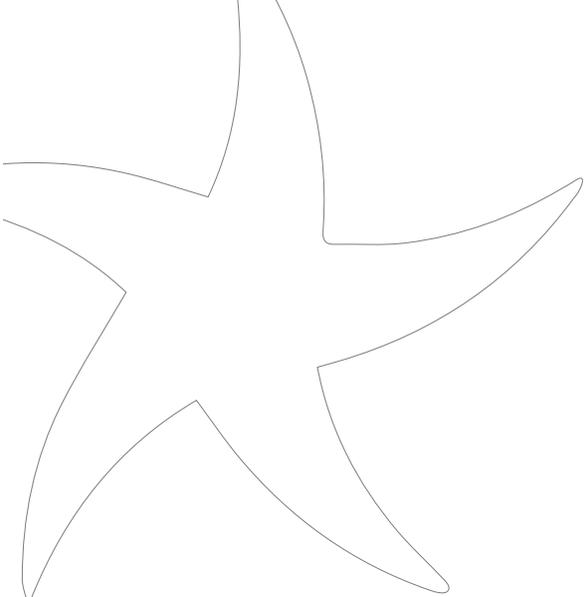
# Grupo Iberostar se compromete con la salud de las costas dominicanas

La inauguración de este Coral Lab es un compromiso más del Grupo Iberostar con el cuidado y la protección del medio ambiente, como parte de su movimiento Wave of Change.

Su magnífica belleza es apreciable al realizar deportes acuáticos como el snorkelling y el buceo, y es que más allá del espectáculo visual que ofrecen, los corales cumplen una función vital para el entorno marino. Estos animales que residen en una colonia de miles de organismos, forman uno de los ecosistemas más importantes del trópico, pues constituyen el hábitat para más del 25% de todas las especies marinas de plantas y animales, pese a ocupar solamente el 1% del fondo del mar.



Momento de la inauguración de Coral Labs por la CEO Gloria Fluxá



Para que existan arrecifes de coral se deben dar ciertas condiciones específicas, como una temperatura entre 20 y 30 grados celsius y poca acidez en el agua. Hoy en día, los corales han sido impactados considerablemente por el crecimiento de las áreas urbanas cerca de las costas, así como la deforestación y los efectos relacionados con el cambio climático, aspectos que han puesto en peligro el equilibrio de la biología marina.

En el marco del **Día Mundial de los Océanos**, este nuevo Coral Lab abre una puerta a la esperanza para el futuro de los arrecifes caribeños y océanos de todo en mundo.



Los corales están enfermando vertiginosamente. Actualmente se ha registrado una enfermedad que produce la pérdida de tejido en el coral pedregoso, cuyo primer brote se registró en la Florida Central para el año 2014, una estela que se ha extendido a México, Islas Vírgenes, San Martín y a la República Dominicana, donde llegó en el mes de marzo.



Atendiendo a esta urgencia, el Grupo Iberostar ha puesto en marcha un proyecto en el pleno corazón del Caribe, un laboratorio de corales que se ha concebido con el fin de proteger la vida marina frente al aumento global de las temperaturas, que busca luchar contra la devastación evidente de los arrecifes coralinos.



La doctora Megan Morikawa, directora de Sostenibilidad de Iberostar, bióloga marina y doctora en restauración de corales, presenció la aparición de esta plaga blanca submarina, mientras ultimaba junto a su equipo los preparativos para el nuevo laboratorio de arrecifes de coral en la República Dominicana.

Esta iniciativa cuenta además con el apoyo de la comunidad científica, el Gobierno dominicano y varias ONG, y gracias a este esfuerzo conjunto se hizo posible la estructuración del laboratorio en el plazo de un año, justo cuando la enfermedad del coral empezaba a infectar los arrecifes locales, unos ocho meses antes de lo esperado.



En palabras de la doctora Morikawa: *“No éramos verdaderamente conscientes al inicio del proyecto, pero estábamos construyendo el Arca de Noé para los arrecifes de coral”*. Esto queda evidenciado con el Coral Lab, que alberga inicialmente diez especies y 180 corales individuales.

Este centro está abierto para clientes de los hoteles y visitantes, como parte de las acciones de concienciación que Iberostar promueve. *“Se trata de una ciencia muy necesaria en un lugar inesperado”* afirma la doctora Morikawa, destacando que los corales tan solo representan el 1% de



El Coral Lab es el esfuerzo más reciente que Iberostar ha impulsado para preservar la salud costera, y forma parte de su movimiento Wave of Change, una triple iniciativa destinada a proteger los océanos y fomentar el turismo responsable, que incluye: Sustituir los plásticos en los 120 hoteles de la cadena, promover el consumo responsable de pescado ofreciendo en sus cartas productos que no dañen la evolución de las especies, así como acciones coordinadas para mejorar la salud costera, en las que se destaca la restauración de manglares en el país.

Con un compromiso que apela no solo a los 32 mil empleados del Grupo sino también a los ocho millones de clientes que recibe cada año, Iberostar busca inspirar a las personas y a sus homólogos de la industria con el objetivo de impulsar un cambio generalizado a través de su compromiso real y cuantificable con el medio ambiente, que promueva un modelo de turismo responsable.

El Coral Lab actuará como refugio para los arrecifes coralinos amenazados del Caribe. Es un banco genético protegido ante los huracanes, que cuenta con cuatro depósitos de 1,200 litros, otros cuatro con una capacidad de 500 litros y cuatro sistemas de control que permitirán a los investigadores simular con precisión las condiciones marinas futuras.



Iberostar prevé inaugurar más instalaciones sanitarias costeras en otros emplazamientos en los próximos dos años y construir una serie de viveros en alta mar. Este grupo empresarial puso en marcha en el 2017 el movimiento "Wave of Change", alineado con el Objetivo 14 de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas (ODS), "Vida Submarina", que trabaja sobre tres pilares fundamentales: la eliminación de los plásticos de un solo uso, el fomento de consumo responsable de pescado y la mejora de la salud costera.

.....

*“No éramos verdaderamente conscientes al inicio del proyecto, pero estábamos construyendo el Arca de Noé para los arrecifes de coral”.*

.....



LEASING-RENTING TECNOLÓGICO  
EN LA REPÚBLICA DOMINICANA

# ¿COMPRAR O RENTAR SOLUCIONES DE IT?

La infraestructura tecnológica necesaria para poder competir en el mercado actual, implica una inversión que muchas PyMEs no están en condiciones de afrontar. Pero el "Leasing o Renting" ofrecen una serie de ventajas financieras, como financiamiento, acceso a últimas versiones, soporte a usuarios, liquidez, entre otros que la hacen una alternativa muy interesante al momento de adquirir una solución.

Hablamos de una alternativa que por su sencillez de gestión y rapidez de adaptación, se ha ido extendiendo rápidamente en el sector empresarial, en donde la obsolescencia tecnológica es uno de los principales problemas debido a los constantes cambios fiscales y retos financieros que el mercado demanda a empresarios y emprendedores.

Con más de 22 años en el mercado, Grupo Figs® ha demostrado a sus clientes en República Dominicana y otros países de Latinoamérica, las cómodas ventajas del Leasing o Renting Tecnológico, siendo esta una alternativa que en los últimos años ha cobrado protagonismo ante la tradicional Compra o Licenciamiento de Software, que a pesar de aún estar vigente, ha perdido un importante terreno ante los beneficios de este nuevo modelo.

Grupo Figs® ofrece diversas soluciones bajo todos estos modelos de negocios. Por un lado la aplicación Figs®, un sólido y amigable ERP basado en Windows® para aquellos que prefieren la comodidad de este popular sistema operativo; y por otro el portal <https://figs.software> para aquellos que prefieren acceder desde tablets o smartphones con servicios web como el e-commerce.

Su modelo de negocios está basado en una red de Distribuidores en constante crecimiento y capacitación, ofreciendo altos niveles de servicio presencial y remoto, asegurando con esto no solo la inversión de sus clientes sino la continuidad de la misma, que solo se logra con la satisfacción en los resultados obtenidos.

# SOFTWARE ERP

VENTA • LEASING • RENTING

- Retail y Whole-Sale
- Restaurante
- Servicio
- Industria y Manufactura
- Constructora e Inmobiliaria
- Dealers y Rent-a-Cars
- Institutos Educativos
- Farmacia y Clínica
- Financiadora
- Cooperativa

**Y otros sectores...**

**Leasing y Renting**  
Sin Inicial - Sin meses mínimos  
**Venta**  
Con facilidades de pago



**GRUPO FIGS®**

Av. Churchill, Edificio Lama, Suite 304. Santo Domingo

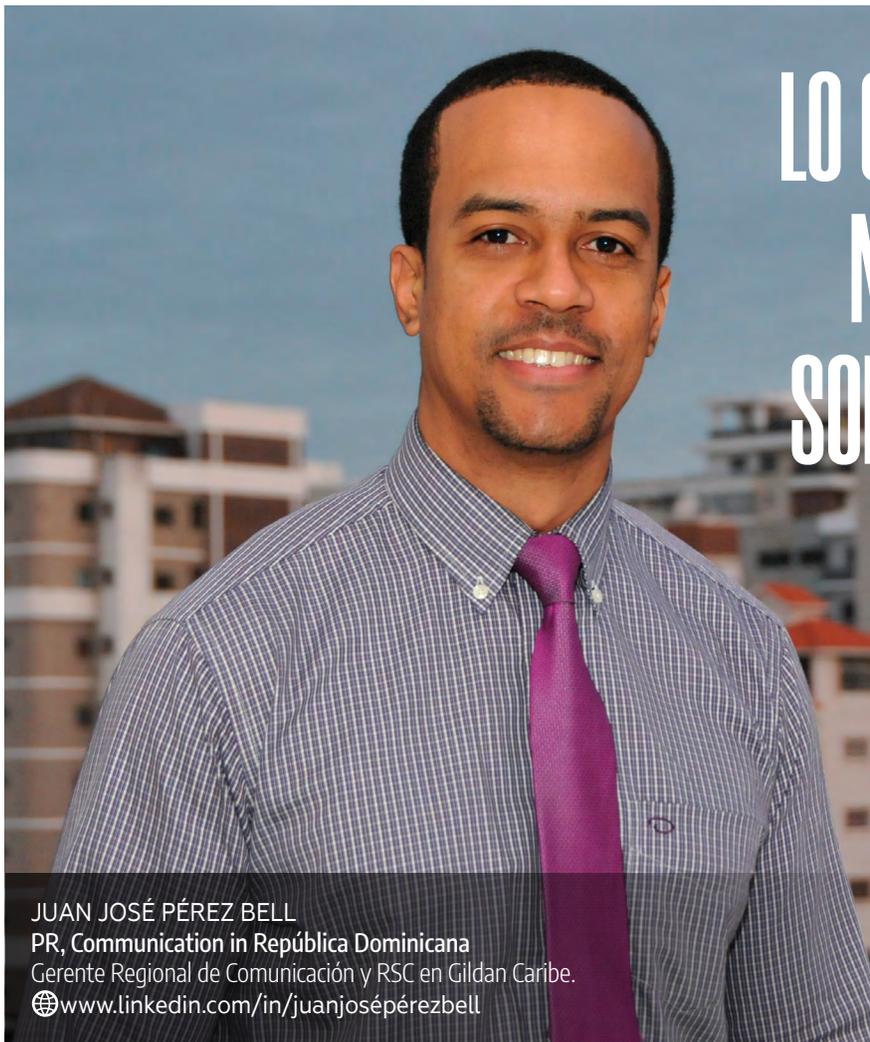
Teléfono: (809) 930.3447

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

<https://figs.software>



# LO QUE LA EMPRESA NO DEBE OLVIDAR SOBRE INNOVACIÓN



JUAN JOSÉ PÉREZ BELL  
PR, Communication in República Dominicana  
Gerente Regional de Comunicación y RSC en Gildan Caribe.  
[www.linkedin.com/in/juanjosépérezbell](http://www.linkedin.com/in/juanjosépérezbell)

Cuando uno piensa en innovación lo primero que le llega a la mente son las grandes ideas, la tecnología que abre ojos y boca, los servicios inimaginados y todo lo que evoque el olor inconfundible de lo nuevo.

Es cierto que hay cosas que son maravillosamente disruptivas, pero al final solo son el resultado de esa fuerza propulsora que las hace posible: la gente.

Con todo y la modernidad de la que disfrutamos, las personas siguen siendo la fuente de la creatividad y esa variable determinante capaz de dar al traste con el éxito o el fracaso de cualquier proyecto.

Es por eso que una de las mayores ventajas competitivas, por no decir la mayor, que puede tener una empresa, es la de alinear en sus filas a los poseedores de los cerebros más privilegiados y los corazones más apasionados, pues son el motor que genera la innovación.

Difícil ¿o quizá fácil? es imaginar qué hubiera sido de iPhone, Amazon y Tesla sin el ingenio y la visión de Jobs, Bezos y Musk.

No es casualidad que en estos tiempos se haya revalorizado el rol que juega la gente para que las organizaciones puedan alcanzar sus más encumbrados objetivos. De ahí que cada vez estén más esparcidas las prácticas como el mapeo y desarrollo de talento, la elaboración de planes de carrera y de sucesión, así como la implementación de estrategias para atraer, reclutar y retener a los mejores profesionales.

En junio se celebra cada año el Día del Gestor de Recursos Humanos, una figura

importantísima para diseñar y ejecutar las acciones para crear un clima laboral agradable y motivador.

En mi caso, como responsable de las áreas de comunicación y responsabilidad social de una empresa, veo diariamente cómo las buenas prácticas en esas materias agregan un enorme valor a la imagen y reputación corporativa que pueden seducir a los perfiles más exigentes.

Vemos una marcada tendencia de las empresas de estar presentes en los rankings de los mejores lugares para trabajar, recibir certificaciones que las avalen como tal, mostrar humanidad y no solo éxito comercial. De ser éticas, cumplidoras, accesibles, promotoras de cambios positivos...

Hoy más que nunca los colaboradores quieren sentir que son parte de algo bueno, que trabajan por un propósito mayor que ellos mismos, en organizaciones que hagan sus vidas y la de la sociedad en la que operan mucho mejor.

---

***“La verdadera innovación es lograr esa empresa, la que se hace merecedora de tener a la gente que más vale la pena porque elevan la aguja de la competitividad hasta un nivel en donde todos ganamos.”***



## EL PODER DE LOS DATOS EN LA NUBE Y LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS

Por: Milton Hoyt

Cada vez los negocios quieren conocer más detalles de sus clientes con el objetivo de poder ofrecer productos y servicios adecuados a los gustos, necesidades y preferencias de sus clientes.

Esto desafía a las organizaciones a modelos que permitan construir perfiles de personas y direccionar sus esfuerzos para poder llegar los clientes objetivo individualizando cada vez más la oferta de valor.

Para algunos negocios sus clientes pueden representar un volumen de datos importantes además de ser diversos y dispersos, esto agrega un elemento adicional de capacidades de almacenamiento, procesamiento, alta disponibilidad y portabilidad.

En medio de un mundo en constante innovación surge a inicios del nuevo milenio un concepto de Cloud Computing o La Nube, esto trae cambios de paradigmas y ahorros escalables, disminuyendo el costo total de la propiedad de la tecnología (TCO Total Cost of Ownership)

Dijo Jeff Bezos, CEO de Amazon, *“al igual que no te generas tu propia electricidad, que la encargas a un proveedor y pagas por el consumo que tienes... ¿por qué no seguir ese mismo modelo en la computación?”*

Existen tres conceptos básicos para poder separar los servicios en la nube:

**SaaS:** Software as a Service, la capa más alta. Este modelo está orientado al uso de aplicaciones disponibles a través de una conexión a internet y se paga por uso o acceso, permitiendo usarla en cualquier tipo de equipo como teléfonos, tablets o laptops, algunas aplicaciones bajo este servicio son: GMail, Office 365, Dropbox o Google Docs.

**PaaS:** Platform as a Service o Plataforma como Servicio se encuentra en la capa intermedia, utilizada por desarrolladores de aplicaciones. Esta habilita el acceso a librerías con piezas de código que permite construir soluciones y servicios en la nube. Este es el caso de proveedores como Google App Engine, Heroku, Openshift, Cloud Foundry y muchos más.

**IaaS:** Infrastructure as a Service, Modelo donde el proveedor ofrece poder de recursos de cómputo y almacenamiento a la medida de la empresa, ofreciendo flexibilidad para crecer o disminuir dependiendo de sus necesidades en tiempos muy rápidos con un modelo de pago por uso. Algunos ejemplos de proveedores Cloud, como es el caso de Amazon Web Services, Microsoft Azure y Google Cloud.

Otro concepto que no debemos dejar de lado es la plataforma de seguridad, el CyberSecurity, el dolor de cabeza del mundo actual, tenemos el corazón del negocio en Internet y eso nos hace vulnerables, expuestos a que perjudiquen a nuestros clientes, nuestra operación o nuestra imagen y es por ello que debe cobrar mucha importancia y estar en el tope de las prioridades de las organizaciones.

**“Al igual que no te generas tu propia electricidad, que la encargas a un proveedor y pagas por el consumo que tienes... ¿por qué no seguir ese mismo modelo en la computación?”**

Los próximos años serán de cambios, se consolida el uso de inteligencia artificial, chatbots y machine learning serán nuestro primer contacto con la empresa y ellos nos conocerán y aprenderán a tratarnos, los departamentos de Tecnología pasarán de áreas de servicio a formar parte del corazón del negocio es ahí donde las empresas formarán el nuevo mundo digital.

### **Reseña profesional:**

Profesional del área de tecnología de la información, con formación en Finanzas, Marketing y Gerencia en el IESA, con más de 30 años de experiencia, 22 años en la industria petrolera Shell, automotriz en General Motors, maquinarias en Finning CAT y recientemente como Gerente de Sistemas y Procesos en el área de Finanzas para LATAM Airlines, las dos últimas en Santiago de Chile, lugar donde resido actualmente.



José Bretón  
 Experto en Conversaciones Organizacionales  
 Director / Fundador de Conversa Escuela  
 Ejecutiva  
 ✉ info@josebreton.do

**INNOVAR = IDEA + ACCIÓN**

**E**l mundo corporativo de hoy, no se concibe sin una cultura donde prevalezca la innovación como estrategia determinante para desarrollarse, servir y perdurar en el tiempo. Lo cierto es que una empresa de crecimiento sostenido, no solo destina sus recursos en el presente para lo que produce, sino en crear e implementar distintas formas de hacer y entregar productos y servicios, así como concebir soluciones a necesidades de su ecosistema, el cual está conformado por dueños, ejecutivos, colaboradores, clientes, consumidores y la comunidad. Esto garantiza la visibilidad, rentabilidad y competitividad que los negocios necesitan para trascender en el tiempo y mantenerse vivos más allá de sus fronteras.

¿Cómo comienza la Innovación? La primera etapa, que tiene que ver con la idea, busca conectar una oferta con una petición o viceversa. Es encontrar una forma distinta de tener una experiencia, proveniente de una solicitud o una propuesta, la cual puede ser satisfecha a través de métodos, esquemas o formas más cómodas, simples y productivas. Pedir u ofrecer, que son claramente acciones que suceden desde el lenguaje, es una calle de doble vía, donde se entrelazan, independientemente de la que suceda primero.

Aquí una pregunta relevante: ¿cómo ocurre una petición? Posiblemente usted ha recibido miles y no la ha aprovechado como materia prima para generar

innovación. Lo cierto es que pocas veces sucede de forma estructurada, típicamente viene vestida de queja, disgusto, en otras palabras: desde juicios que representan insatisfacción. Otras veces la podemos capturar desde la observación, es decir, mirar y escuchar. El ser humano de manera consciente o no, dice en palabras cotidianas lo que le funciona o no. Una forma adicional es correr un proceso de análisis donde a través de preguntas y reflexiones, se encuentren nuevas opciones.

La segunda tiene que ver con la acción, con poner en marcha la idea, desde su construcción hasta su implementación per se. En esta fase es determinante nuestras habilidades de influir y de involucrar a

otros a través de proveer significados nuevos y útiles. ¿Por qué significados? Tu y yo actuamos en función de los entendimientos que le damos a las cosas y la innovación trae cambios importantes los cuales traen retos. Por ello es relevante compartir beneficios y por qué esta diferencia hará la diferencia.

En la etapa de implementación, hay que poner típicamente mayor esfuerzo y consistencia, para no dejar morir la idea ni permitir que sea otro quien tome la iniciativa en el mercado.

Conversar con miras a la innovación, invita a cazar pedidos y materializarnos desde la concepción de nuevas propuestas y provocar que los que equipo se apropien y ejecuten los cambios que traen.

**¿Cómo comienza la Innovación? La primera etapa, que tiene que ver con la idea, busca conectar una oferta con una petición o viceversa. La segunda tiene que ver con la acción, con poner en marcha la idea, desde su construcción hasta su implementación per se.**

## NADER ENTERPRISES INAUGURA THRIVE EN TORRE BLUE MALL



Nader Enterprises presentó THRIVE, una operadora de espacios de oficinas flexibles y coworking para albergar nuevos negocios, a través de una oferta de valor que promete redefinir el lugar de trabajo habitual, elevando la experiencia en la torre de negocios más exclusiva y mejor ubicada de Santo Domingo.

El proyecto se suma a una de las mayores tendencias mundiales en desarrollo inmobiliario comercial como el coworking y las oficinas flexibles, y ofrece una mezcla de área social, oficinas privadas, oficinas compartidas y salones de conferencia. Además,

incluye una serie de amenidades y servicios como “phone booths”, áreas de impresión, correspondencias y recepción, entre otros.

George Alexander Nader, CEO de THRIVE, expresó que el propósito de este espacio es crear un ambiente que permita atender las necesidades inmediatas de quienes emprenden y requieren expandirse, o de quienes llegan al país al identificarlo como destino de inversión.





(Derecha a Izquierda) Eduardo Valcárcel, presidente de ADECC y Managing Partner de Newlink - Thelma Castan, VP Operaciones, MullenLowe Interamerica - Luis Miguel Messianu, CEO Alma DDB y Chairman del Advisory Board de Miami Ad School Punta Cana - Mike Alfonseca, Partner/Creative Director, KRÁNEO/\*\*SCPF - Rodolfo Borrell, Presidente & CCO en Pagés BBDO

**idea**  
**MIAMI AD SCHOOL**  
PUNTA CANA

**En el Epic Center de Blue Mall se llevó a cabo el Desayuno Charla Panel a beneficio del Fondo de Becas de Miami Ad School Punta Cana.**





Luis Miguel Messianu, Creative Chairman y CEO de Alma una de las agencias multiculturales más grandes de Estados Unidos, disertó sobre la intersección entre la creatividad y los negocios. A través de casos y ejemplos demostró que la diversidad e inclusividad, tanto étnica como de pensamiento, se traduce en crecimiento para las marcas que saben conectar con sus consumidores y usuarios de una manera relevante, original y memorable. Su premisa es que mientras mejor la creatividad mayores las ganancias y los éxitos para las compañías y para las marcas.

Después de su charla, Luis Miguel acompañó en un panel moderado por Eduardo Valcárcel (Newlink) y que incluyó a Thelma Castan (MullenLowe Interamerica), Mike Alfonseca (Kraneo) y Rodolfo Borrell (PagesBBDO).

Punta Cana Miami Ad School, es un centro que ofrece desarrollar habilidades para las carreras de publicidad, diseño e innovación, en el que más 6,000 personas han iniciado sus carreras y hoy trabajan en agencias alrededor del mundo, para empresas como Google, Facebook, Ogilvy, entre otras.

En Miami Ad School, los participantes tendrán la opción de cursar especializaciones y licenciaturas en Ciencias de la Comunicación, Gestión e Innovación para la Creatividad y Negocios, bachillerato en artes y campamentos creativos. La escuela está ubicada en 15 localidades alrededor del mundo.



# La comunicación como elemento clave de la seguridad y salud en el trabajo

**Rayvelis Roa**  
- Consultora comunicación corporativa  
**Jeffrey Medina**  
- Managing Partner en Preventionart



Desde el año 2006, República Dominicana cuenta con un Reglamento sobre Seguridad y Salud en el Trabajo (SST) regulado por el Ministerio de Trabajo, que tiene como objetivo vigilar las condiciones en la que se desarrollan las actividades de las empresas en los diversos sectores económicos del país con la finalidad de prevenir accidentes y daños a la salud de los trabajadores producto de la labor que asumen.

Cada vez es mayor el número de empresas que establecen políticas y desarrollan acciones en favor de la SST, lo que se traduce en que más dominicanos desempeñan sus responsabilidades dentro de un ambiente seguro de trabajo.

Con el objetivo de que las empresas puedan dar una respuesta óptima ante situaciones de emergencias, y puedan evitar que una emergencia salga de control y llegue a convertirse en una crisis. Éstas deben cumplir con los 20 elementos del Programa de Seguridad y Salud en el Trabajo como requisito principal, poniendo hincapié en siguientes elementos:

1. Un Comité Mixto de Seguridad y Salud en el Trabajo en funcionamiento.
2. Una Brigada de

Emergencias (Evacuación, Combate de Incendios y Primeros Auxilios) capacitada y entrenada.  
3. Simulaciones y Simulacros sobre evacuación de emergencias.  
4. Manejo eficiente de la comunicación interna y externa tanto con los colaboradores, y los socios

---

***Es importante un compromiso con la SST que vaya más allá de cumplir con ley, y se convierta en un valor, es decir, que todo lo que hagamos sea movido por la convicción e importancia de la prevención.***

---

claves y estratégicos.

Para que estos elementos generen resultados positivos en nuestra gente y el país, es importante un compromiso con la SST que vaya más allá de cumplir con ley, y se convierta en un valor, es decir, que todo lo que hagamos sea movido por la convicción e importancia de la prevención.

## **La comunicación en los Programas Seguridad y Salud en el trabajo (SST)**

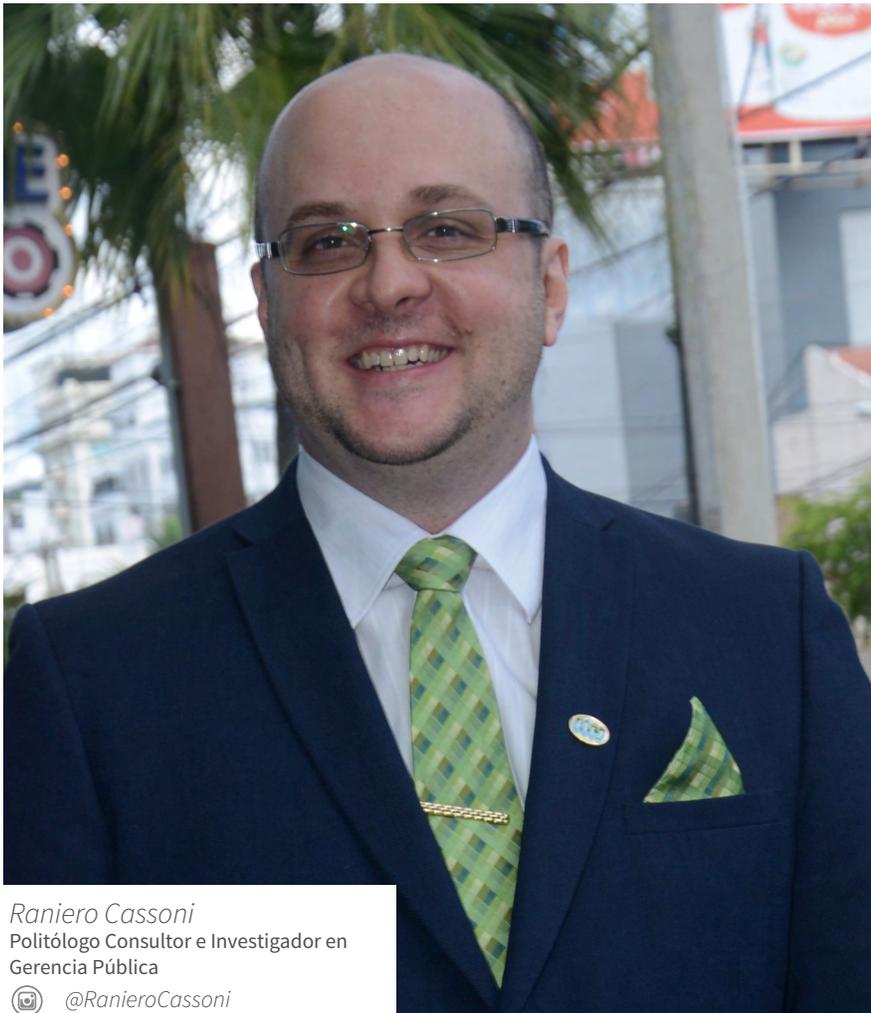
El éxito de los requisitos del programa de SST descansará en el involucramiento y empoderamiento de los miembros de una organización, y la principal herramienta es la comunicación, tal y como lo plantea el punto 4.

Es por esto que, desde la creación de los programas,

se debe contar con un plan de comunicación interna que involucre a directivos y colaboradores, además de uno externo que promueva la SST, y por ende contribuya a aumentar la reputación de la organización.

Esto debe instaurar (si existe) o crear una cultura organizacional que incluya la SST, la comunicación y la gente como eje transversal, ya que los principales embajadores y defensores de una empresa o marca, son quienes la integran, sus colaboradores. Lo que generes en ellos, serán tus principales armas de comunicación a nivel externo.

La salud y seguridad en el trabajo cuida al activo más importante de toda organización, su gente y en el caso de la gente, toca el mayor tesoro, su vida. Invertir tiempo y recursos, sobre todo esfuerzos para tener una buena comunicación es asumir un compromiso por la vida de la gente, que es lo mismo que por la organización. Lo bueno se devuelve, y la gente siempre recompensa con lealtad y fidelidad.



Raniero Cassoni  
Politólogo Consultor e Investigador en  
Gerencia Pública

 @RanieroCassoni

# El Cambio de Era Impulsa LAS CAUSAS SOCIALES EN EL MERCADEO

La cotidianidad y su vorágine en medio del caos de la vida, rodeado de constante información que neutraliza la capacidad de abstraerse para reflexionar. Es una realidad que condiciona la dificultad para digerir los continuos cambios que la globalización tecnológica nos impone, estamos en medio de un proceso disruptivo revolucionario que ha sido normalizado por la dinámica evolutiva de los dispositivos inteligentes.

En un abrir y cerrar de ojo la tecnología ha cambiado más al mundo en los últimos veinte años, que en los últimos 200 años. Nos hemos acostumbrado a los cambios sin pensar en las transformaciones sobre nuestro entorno, y consecuencias sobre

el razonamiento individual y colectivo. Estamos en un tiempo de escepticismo al contacto, pero increíblemente a las redes sociales. Lo innovador del mundo digital impacta con una plena confianza como fuente fiable para el ciudadano, de allí los fenómenos de fake news y postverdad. En el mundo empresarial la introducción de aplicaciones hizo a Uber y Airbnb las empresas líderes en su ramo sin contar con infraestructura propia.

***El cambio no se produce solo en las empresas y su evolución en el modelo de negocio, inconscientemente nuestra sociedad se adapta a la tecnología.***

El cambio no se produce solo en las empresas y su evolución en el modelo de negocio, inconscientemente nuestra sociedad se adapta a la tecnología. Sin abandonar las emociones como precepto principal en la toma de decisiones, el ciudadano hoy es mucho más racional sobre los desafíos globales. Por lo tanto, eso ha incidido en la evolución del mercadeo hacia un concepto social, basado en la responsabilidad social del entorno o causas sociales que identifique a un segmento de la población.

Hoy hay nuevas tendencias del mercadeo que comprende la evolución de la sociedad y su escala emocional, al desarrollar contenidos dirigidos a públicos objetivo para el consumo. El mejor ejemplo lo tenemos en una marca de ropa deportiva americana, quien ha diseñado una campaña de valor: basado en las aspiraciones de perseguir tu sueño, colocando ejemplos polémicos para la política norteamericana. Otro ejemplo es el spot de juntas imparables ideadas desde la marca para México. En el plano local, una cadena de supermercados realiza el orgullo dominicano y un banco brinda herramientas para luchar contra el acoso a la mujer.

El mercadeo de carácter social debe venir acompañado con una estrategia de responsabilidad social, los ciudadanos están más ávidos de información y cuentan con mecanismos al alcance de una mano. Lo novedoso no está en el hecho simple de la existencia del mismo, sino en la constancia que se tiene para desarrollar una diferencia. Apelar a elementos emocionales que, de forma constante y apegado a una estrategia de comunicación, mantenga viva la fidelidad de los consumidores al producto ofertado.

La estrategia de las empresas se enfoca en la identidad como un ente que busca conectar con los consumidores, sin perder oportunidades en toda área de acción. Generar valor a la inversión en

responsabilidad social con una transversalidad al mercadeo social, una campaña que englobe el compromiso de los trabajadores, de la junta directiva para con los potenciales clientes. La innovación en estos tiempos requiere de una comprensión del cambio de era, acompañado del diseño de estrategias efectivas que acompañen la vanguardia.

# COMPETENCIA EN TIEMPOS DE CRECIMIENTO

Siempre que pensamos en la palabra competencia la vinculamos a la capacidad y habilidad para exponer las destrezas y lograr un objetivo específico.

Existen muchas clases de competencias y en este escrito queremos hacer relevante como estas se manifiestan en tiempos de crecimiento.

Vemos como nuestros conceptos están íntimamente relacionados con la formación y el significado que les damos. Vivimos hoy en día compitiendo con el tiempo, las creencias y nuestras limitantes.

Cuando iniciamos un crecimiento, intencionalmente desarrollamos una competencia sana, teniendo en cuenta una comunicación asertiva que es un lenguaje firme de los puntos más significativos para que sirvan como empuje de partida.

Si no logramos una medida de comunicación no podemos gestionar competencias con altos niveles de respeto, conciencia y logros compartidos.

El alto rendimiento se logra desde la confianza en los demás. El respeto, la admiración y el verdadero afecto en la medida que eres coherente en lo que crees y lo que haces. Esto provocará en ti y todos los que están en tu equipo un cambio de evolución.

De eso se trata la evolución, transformación y la individualidad colectiva que potencian el empoderamiento, la responsabilidad, la plenitud y el alto sentido de competitividad con alegría, para lograr longanimidad, que significa generosidad, felicidad y logro.

Hemos de dar importancia de la mejora continua personal y trabajar con autoconfianza y mentalidad positiva.



Lolita Suárez  
Life Coach y Comunicadora

 @Lolitasuarezcoachoficial

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

Podemos tomar los siguientes puntos de referencia:

- Al final de la jornada centramos en lo que hemos hecho bien y por qué fuimos capaces de lograr el éxito en esas tareas.
- Convertir los errores y equivocaciones en aprendizajes.
- Sustituir el “no puedo” con el “cómo si lo puedo hacer”.
- Escoger a las personas que me pueden ayudar en el proceso de mejora.

Este es un tema apasionante: crecer y crecer para servir. Desgraciadamente, la habilidad para “trabajar profesionalmente”

sobre ti mismo y crecer de manera permanente, no suele enseñarse en las aulas escolares, pero quienes la adquieren por cualquier camino que sea, logran un desarrollo espectacular.

El mejor regalo que le podemos hacer a otra persona no es compartir tus riquezas, es servirle de ayuda, a descubrir su propio crecimiento y sus grandes potencialidades.

No hay nada imposible para un ser humano en el que no pueda convertir su amor en coraje y realización.



*Celebrate & Enjoy*

Custom Gifts Boxes ★ Corporate Gifts ★ Business Catering

 @TuHappyBoxRD  849-201-6686  tuhappyboxrd@gmail.com

Encuentra en  
**Nuestras Ediciones**  
 la combinación  
 de audio y video  
 llevada a papel con  
**Realidad  
 Aumentada**



Descarga gratis desde tu App Store o  
 Play Store y disfruta.



ABRE LA APP



APUNTA



DISFRUTA



# FACTOR DE ÉXITO

¡La clave está en la diferenciación!

Irene Morillo  
 Retos para la mujer en  
 posición de liderazgo

CIBECOM 2019  
 TECNOLOGÍA, EMOCIÓN Y ADAPTACIÓN.  
 FUNDAMENTOS DE UN NUEVO MUNDO

Circe Almánzar Melgen  
 VP de la AIRD  
 Empoderarse es el primer paso de la  
 mujer para eliminar los límites.  
 ISSN 2626-0100

GENTE DE ÉXITO  
 El legado  
 de los  
 Muchachos  
 de Herrera  
 ANEIH  
 Asociación Nacional de  
 Empresas e Profesionales de  
 Herrera

TANIA BAEZ  
 Los 5  
 mandamientos  
 esenciales de una  
 Líder  
 para conectar  
 con la audiencia

LIGIA BONETTI  
 PRESIDENTA EJECUTIVA GRUPO S3  
 El éxito  
 de una organización  
 se sostiene sobre  
 los hombros de  
 su liderazgo

LOGÍSTICA  
 EN REPÚBLICA DOMINICANA  
 DE UNA VISIÓN  
 A LA REALIDAD

Liderazgo  
 femenino  
 destaca en los negocios  
 de la actualidad dominicana

desbloqueando

INNOVACIÓN

**55 AÑOS  
INNOVANDO,**  
TRANSFORMANDO  
EL PRESENTE, CREANDO  
UN MEJOR FUTURO.

SEGUROS • SERVICIOS • INVERSIONES • FIDEICOMISOS



UNIVERSAL®

LIBERTAD DE SER *Extraordinario*

CON UNA RENOVADA Y ELEGANTE PRESENTACIÓN, LEYENDA CONSERVA SU EXTRAORDINARIO LÍQUIDO,  
ENVEJECIDO EN BARRICAS EX-BOURBON AMERICANO Y EX-JEREZ EUROPEO.  
UN HOMENAJE AL LEGADO DE ANDRÉS BRUGAL.



EL CONSUMO DE ALCOHOL PERJUDICA LA SALUD. LEY 42-01.

**BRUGAL** 