

- Edición Especial -

FACTOR DE ÉXITO

¡La clave está en la diferenciación!

ISSN 2520 - 0100

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

Santiago Camarena

Vicepresidente Ejecutivo de Alpha Inversiones

Una década de innovación e impulso al Mercado de Valores dominicano

■ **Promueve RD proyecta el orgullo dominicano en el exterior**

Mirtha Racelis Mella
Fundadora de la Asociación Dominicana para la Cultura y el Desarrollo ProMueveRD

■ **Creación de estrategias mercadológicas novedosas**

Alex Rojas
CEO de Productiva S.R.L.

■ **Quieroloma, una apuesta por el turismo ecológico y cultural**

Fari Rosario
Gerente y Representante Quieroloma

■ **Casas eco amigables Tetra Pak para tres familias Dominicanas**

Mónica Montes
Gerente de sostenibilidad de Tetra Pak en la República Dominicana

Ediciones internacionales en simultáneo para:
Chile-Ecuador-Colombia-México-Panamá-Miami-Atlanta



Una revista que diversificará las
opciones editoriales
digitales
en el país..!

No te quedes fuera!

Contáctanos
y elige tu visibilidad



Atlanta



Chile



Colombia



Ecuador



México



Miami



Panamá

REVISTA PARA EL LIDERAZGO
EMPRESARIAL Y DE NEGOCIOS

www.revistafactordeexito.com

@RevistaFactordeExito Revista Factor de Exito @RevistaFDE

DANI

Llegar al banco para gestionar mis productos

No es necesario



Tu nuevo asistente virtual en Whatsapp, con el que podrás realizar consultas del estado de tu tarjeta, solicitar tu estado de cuenta, recibir asistencia al instante, entre otras opciones. Disponible para ti 24/7



DANI

tu contacto favorito, ★
¡Agrégalo! 829-647-8100



 **Banesco**
Contigo

*Algunas solicitudes están sujetas a disponibilidad de horario

editorial



Tecnología por y para la innovación y el emprendimiento

El mundo, ahora globalizado, y los avances tecnológicos han acortado las distancias, disminuido las brechas sociales y culturales, mejorado la economía y el comercio, y abierto la puerta de par en par para dar rienda suelta a la creación y la innovación.

La tecnología es la punta de lanza de los emprendedores, quienes han aprovechado el fácil acceso a las nuevas herramientas y plataformas digitales para impulsar nuevas ideas de negocios, para llegar de una forma diferente a sus clientes, para trascender fronteras o ampliar sus redes.

Es así como en esta última edición del año 2021, hemos decidido unir estos tres conceptos: Emprendimiento, Tecnología e Innovación, buscando esas iniciativas que crean valor y generan nuevos modelos en el mundo de los negocios en el país.

Encontramos ideas innovadoras en varios sectores de la economía, desde nuevas y accesibles formas de invertir en el mercado de valores, o plataformas que impulsan el turismo ecológico y cultural en la República Dominicana; también, organizaciones que promueven las tradiciones dominicanas al otro lado del atlántico y empresas

que utilizan el reciclaje para brindar viviendas dignas a personas vulnerables. Un sin fin de iniciativas, la selección no fue sencilla.

Las páginas no nos alcanzaron para resaltar todos los emprendimientos. Nos queda el dulce sabor que deja el saber la gran capacidad que tiene el dominicano de crear, de reinventarse e ir a la par de los grandes cambios tecnológicos que mueven al mundo, una carrera que pareciera no tener fin.

Isabel Cristina

DETRÁS DE IDEAS *Sostenibles* SIEMPRE HAY LÍDERES CON PROPÓSITO.

ECO₂
PAPELERIA



Gestionamos la impresión de todos tus documentos en papel 100% reciclado, ayudando a tu empresa en el ahorro de una inmensa cantidad de recursos, reduciendo sus emisiones de CO₂ y convirtiéndola en un aliado estratégico del desarrollo sostenible.

“**TODO LO QUE HACES DEBE TENER UN PROPÓSITO, EL NUESTRO ES CREAR VALOR DE FORMA SOSTENIBLE.**”

Carlina Rodríguez
PROJECT MANAGER



contenido



Una década de innovación e impulso al Mercado de Valores dominicano

pág. **12** | **Santiago Camarena**
Vicepresidente ejecutivo de Alpha Inversiones



Promueve RD proyecta el orgullo dominicano en el exterior

pág. **17** | **Mirtha Racelis Mella**
Fundadora la Asociación Dominicana para la Cultura y el Desarrollo ProMueveRD



Making Waves, más que una academia de natación

pág. **22** | **Eduardo Briceño**
Fundador Making Waves



Quieroloma, una apuesta por el turismo ecológico y cultural

pág. **26** | **Fari Rosario**
Gerente y Representante Quieroloma



DiDi Food, una nueva forma de disfrutar del delivery de comidas

pág. **33** | **Daniel Serra**
Director de DiDi Food en Centroamérica y el Caribe



Casas eco amigables Tetra Pak para tres familias dominicanas

pág. **54**

► **Revista Factor de Éxito República Dominicana**
Edición Especial diciembre 2021



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

Directora Editorial:

Isabel Figueroa de Rolo

Director de Arte:

Héctor Rolo Pinto

Directora de Mercadeo:

Arianna Rolo

Coordinadora Editorial:

Siddhartha Mata

Redactora:

Eidrix Polanco

Asesores comerciales:

Rosely Matos
Losiran Fuente

Diseño y Diagramación:

Luis Gota

Portada:

Santiago Camarena
Vicepresidente ejecutivo de Alpha Inversiones

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 / 424-385.1207

- **Revista Factor de Éxito Atlanta**
info@atlanta.revistafactordeexito.com
- **Revista Factor de Éxito Chile**
info@chile.revistafactordeexito.com
- **Revista Factor de Éxito Colombia**
info@colombia.revistafactordeexito.com
- **Revista Factor de Éxito Ecuador**
info@ecuador.revistafactordeexito.com
- **Revista Factor de Éxito México**
info@mexico.revistafactordeexito.com
- **Revista Factor de Éxito Miami**
info@miami.revistafactordeexito.com
- **Revista Factor de Éxito Panamá**
info@panama.revistafactordeexito.com
- **Registro de publicación impresa: ISSN 2520-0100**
Registro de publicación electrónica: ISSN 2520-0585

CAMBIO

Según un nuevo estudio de Oracle y Workplace Intelligence, una empresa de investigación y asesoramiento en RR.HH., en el que participaron más de 14,600 empleados, directivos y ejecutivos de alto nivel, el 93 % de los participantes dijo que aprovecharon el año pasado para reflexionar sobre su vida y para el 88 % de ellos, el significado del éxito cambió desde que empezó la pandemia.

Sus principales prioridades son el equilibrio entre vida laboral y personal (42 %), la salud mental (37 %) y la flexibilidad laboral (33 %). El 29 % dice que tener un empleo significativo para ellos es más importante que tener un salario estable. Más del 80 % de los trabajadores desea efectuar cambios en su vida personal y profesional durante el próximo año.

“El último año ha establecido un nuevo curso para el futuro del trabajo. Sorprendentemente, en el estrés, la ansiedad y la soledad de la pandemia global, las personas encontraron su voz, se empoderaron y ahora están expresando sus deseos, explica Augusto Fabozzi, vicepresidente Sr. de Ventas de Aplicaciones para Oracle América Latina.

CELEBRACIÓN

Samsung Electronics tiene tres poderosas razones para celebrar junto a los millones de usuarios que disfrutan en su vida cotidiana los productos de la marca surcoreana y que les hacen la vida más práctica, divertida, confortable, conectada, actualizada, dinámica y saludable.

Más de cinco décadas: Samsung Latinoamérica quiere festejar tres logros significativos. El primero es el arribo al 52º aniversario de la marca a nivel mundial. Sumar más de cinco décadas en el mercado global como una de las compañías más grandes del planeta y con un amplio portafolio de innovaciones tecnológicas, es una muy válida motivación para celebrar.

Récord de ventas: Así mismo, en 2021 Samsung ocupó el quinto lugar en la lista de las 100 mejores marcas globales de Interbrand, con un valor de marca estimado de 74,600 millones de dólares estadounidenses, lo que los lleva a su siguiente hito.

Un millón de seguidores: Para cerrar con broche de oro, la cuenta SamsungLatin en Instagram alcanzó la significativa cifra de un millón de followers, posicionándose en el puesto #1 entre las marcas de manufactura de tecnología en la región en alcanzar dicha cantidad de seguidores.

ASESORÍA TECNOLÓGICA

Bantrix, empresa de tecnología dominicana posicionada en el segmento de soluciones de atención al cliente y automatización de procesos, se ha convertido con el pasar de los años, en aliados estratégicos de más de 15 empresas en todo el territorio. Desde nuestra fundación se ha mantenido fiel al eslogan: “Innovación tecnológica con inteligencia de negocios”.

A raíz de la pandemia, Bantrix se ha abocado a asesorar a sus clientes en la selección de los equipos de telefonía y videoconferencia que más se adapten a sus necesidades. Universidades, Colegios, Call Center, empresas del sector público y el sector privado, están utilizando las soluciones de POLY, haciendo posible que converja la presencialidad con la virtualidad.

Sus fundadores, los ingenieros Klever Correa y Jorge Niño afirman que Bantrix se encuentra entre las primeras alternativas a la hora de seleccionar un proveedor, precisamente por la rigurosidad que tienen en la escogencia de sus partners.



SERVICIOS FINANCIEROS

Motor Crédito, Banco de Ahorro y Crédito, innova sus servicios financieros al incluir un token digital que brinda a sus clientes la transacción desde su IBanking para una mayor seguridad y comodidad.

“Con solo acceder desde la aplicación móvil o la web, los usuarios podrán obtener un código que les permitirá realizar transacciones desde cualquier dispositivo”, informó la entidad crediticia.

Gabriela Sosa, directora de Marketing y Transformación Digital de Motor Crédito, indicó que las capacidades digitales son fundamentales para la competitividad de las entidades económicas. El banco tiene la visión de estar en el epicentro de la adopción de tecnologías que busquen satisfacer las necesidades de sus clientes sobre su salud financiera, confianza y seguridad, con un nuevo enfoque de servicios en línea, móviles y omnicanal que les permita adaptarse a las necesidades de un consumidor digital, comunicó.



CANALES DIGITALES



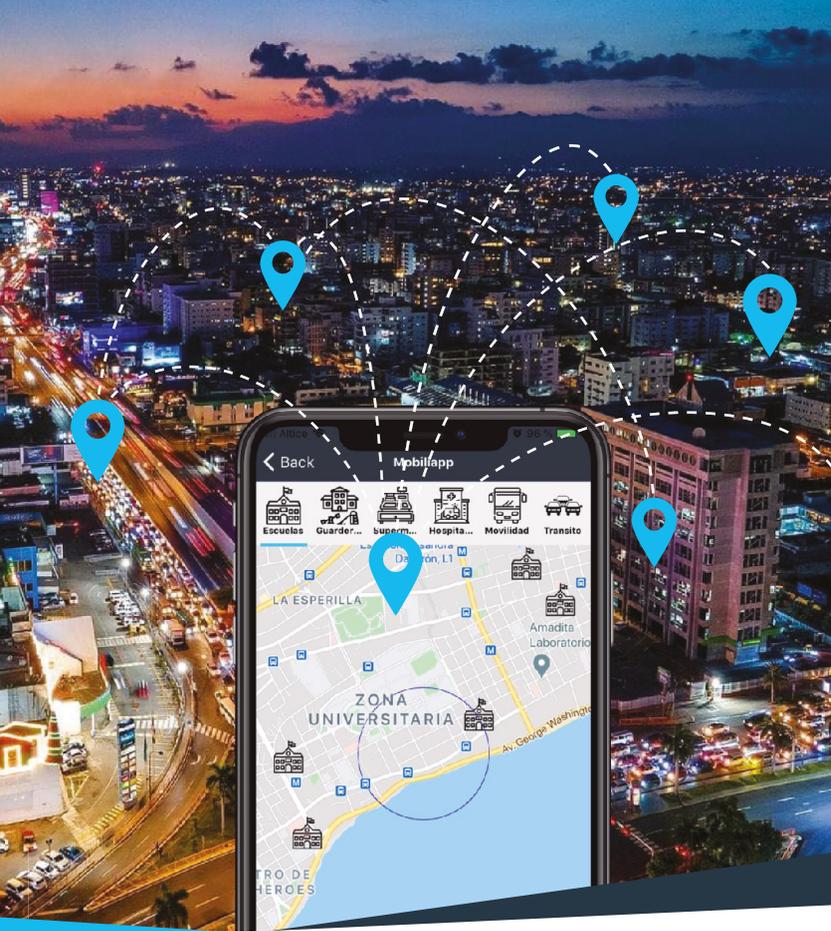
Jorge Mancebo
Presidente en SENDIU, S.R.L

Sendiu, empresa dominicana especializada en soluciones de canales digitales, ofrece al mercado soluciones omnicanal a través de diferentes plataformas y canales digitales como SMS, WhatsApp Contact center, Email, voz, chatbots con inteligencia artificial, Onboarding digital y datos patrocinados.

La compañía cree que la tecnología es un acelerador fundamental para temas como la bancarización, inclusión financiera y la inclusión digital; de allí que ha desarrollado un portafolio de soluciones que apoya directamente a las empresas públicas y privadas en los retos de adopción tecnológica, logrando bajar las barreras de entrada que, en muchos casos, hacen que los usuarios no usen los servicios. Un ejemplo de ello es su servicio de datos patrocinados, el cual permite a los usuarios entrar a las aplicaciones móviles o páginas web aunque no tengan datos o saldo en sus celulares.

Para el apoyo a las Pymes, donde aún existe una brecha importante en cuanto a la adopción tecnológica, desarrollaron un Botpro, que es un chatbot con inteligencia artificial que centraliza todos sus canales digitales en un sólo lugar. También, el servicio de WhatsApp business API que permite automatizar una serie de procesos y tener una interacción más cercana con los clientes.

En Sendiu el compromiso es apoyar a las empresas en retos como: aumento de sus ventas, reducción de los costos y atención al cliente a través de la tecnología.



¡CONÉCTATE!

A UN MUNDO DE POSIBILIDADES
AL ALCANCE DE TU MANO

Mobiliapp es una plataforma web y app gratuita, diseñada para la búsqueda y publicación de activos inmobiliarios, utilizando la geolocalización que permite conocer detalles de los alrededores de una propiedad, tales como: sector, escuelas cercanas, guarderías, rutas de transporte público, entre otros. Estos y otros detalles ayudan a nuestros usuarios a decidirse más rápido por una u otra propiedad, y es de gran efectividad para los usuarios que se encuentran en el extranjero

ENCONTRAR EL HOGAR PERFECTO
O EL COMPRADOR IDEAL QUE
SE AJUSTE A TUS NECESIDADES
ES MUY FÁCIL

Descarga nuestra app,
regístrate y publica



android



iOS



Mobiliapp

MI VISIÓN SOBRE EL EMPRENDIMIENTO, LA INNOVACIÓN Y LA TECNOLOGÍA



Arq. Marcelle Martínez Bonetti
CEO Grupo Milomar CEO Fundación Goodride

En nuestro ejercicio profesional existen factores a los que se enfrentan las siguientes generaciones emprendedoras: romper paradigmas de prácticas ineficaces tradicionales, que traen como consecuencia trabajos adicionales, menores remuneraciones y malestar en el colaborador, para crear los cambios oportunos, evolucionar y abrazar el próximo paso, sin comprometer la existencia, desarrollo y calidad de vida de estas generaciones futuras. La construcción del espacio donde habitamos, es vital prestarle atención, para garantizar la supervivencia.

Muchas iniciativas podemos tomar desde la tecnología, para innovar y motivar el emprendimiento sostenible, empezando con el networking, que une

talentos, ideas y recursos, si pequeñas y medianas empresas se asocian, se abren oportunidades para convertirse en actores más grandes y ser más competitivos. Nosotros creemos en la red cooperativa de profesionales y la hemos puesto en práctica, teniendo resultados positivos. La información oportuna, el internet y sus plataformas se abren como un portal para encontrar información, nos nutre para abordar las alternativas posibles. Cada día tenemos mas oferta académica especializado online, acceso a conocer ejercicios profesionales replicables, adaptarlo y mejorarlo en nuestra práctica. La arquitectura proactiva, es otra de las iniciativas, ya que la acción de diseñar y construir tiende a ser reactiva. Convertimos en buscadores de problemas, y anticipar las soluciones; en lugar de esperar a que los clientes lo

identificaran. Los modelos de servicio por rendimiento, con el home working, una modalidad alternativa que optimiza los recursos; tiene sus retos, pero es posible, y por ultimo el compromiso social, la igualdad de oportunidades, la sostenibilidad, sumarnos a iniciativas, no solo a través de proyectos, sino a través de espacios compartidos, seminarios y actividades, devolviendo a la comunidad.

El emprendimiento es una característica de los profesionales de la arquitectura, sin embargo, todavía nos falta mucho que alcanzar. Debemos autogestionarnos una formación más completa, que otorgue herramientas mas concretas para el desarrollo empresarial responsable y sostenible.

Santiago Camarena

VICEPRESIDENTE EJECUTIVO DE ALPHA INVERSIONES

Una década de innovación e impulso al Mercado de Valores dominicano

Actualmente, Alpha Inversiones está enfocada en reducir el costo de gestión y operación para brindar al cliente la mejor experiencia del mercado.



Con la innovación y el crecimiento del Mercado de Valores como norte, Alpha Inversiones es una empresa que presta servicios de intermediación financiera, posicionada como un destacado referente del sector en la República Dominicana y considerada como el puesto de bolsa de más impulso en el país.

Antes del nacimiento de Alfa Inversiones, ya el equipo de profesionales tenía prácticamente diez años trabajando en su primer emprendimiento: Mercado Electrónico Dominicano (MED), una empresa que en su momento fue muy disruptiva y pionera conectando demandas y ofertas a través de una plataforma electrónica, y con la que crearon una red de clientes en el sistema financiero.

“Cuando iniciamos Alpha ya teníamos un camino recorrido con nuestro primer emprendimiento, Mercado Electronico Dominicano (MED), desde 2003 (...) Literalmente eran títulos y papeles, títulos físicos que se tenían que endosar

y hacer todo un trabajo para llevarlo al Banco Central. El proceso de pasar de un titular a otro podría tomar hasta diez días. Yo te diría que ese fue el comienzo del Mercado de Valores en República Dominicana”, afirma Santiago Camarena, vicepresidente ejecutivo de Alpha Inversiones.

En estos años el mercado ha tenido un gran crecimiento y Alpha Inversiones ha podido crecer por encima de este. Cuando iniciaron tenían unos activos por DOP112MM y hoy es de DOP18B, lo que representa que se ha multiplicado 163 veces, una evolución que habla por sí misma.

“La realidad es que en el primer año de operaciones de Alpha tuvimos pérdidas, pero sabíamos que este era el camino y decidimos apostar al mercado multiplicando nuestro patrimonio por 5, dejándole saber al mercado que veníamos con todo. Esto mezclado con la buena reputación del equipo fue la clave que nos hizo despegar y la innovación constante es lo que nos ha

llevado a ser lo que hoy somos, comenta Santiago Camarena.

Tras una década de operaciones, Alpha Inversiones ha mantenido por segundo año consecutivo la calificación de Feller Rate como grado de inversión A- con perspectivas estables, lo que refleja el fortalecimiento de su estructura, el paulatino aumento en su posición de mercado y la mayor diversificación de sus pasivos, consolidando su compromiso con la construcción de confianza y solidez de la operación.

¿Cuáles considera han sido sus mayores logros en esta década de operaciones?

Nuestro mayor logro ha sido crear una cultura que se nutre de ella misma, que nos ha permitido atraer talentos innovadores, que aportan y ejecutan acciones que se alinean a nuestro propósito de transformar positivamente el bienestar financiero de las personas, de sus empresas y de nuestro país.





¿Cómo surge Alpha Express? ¿Qué necesidades vieron en el mercado?

Lanzamos Alpha Express en medio de la pandemia, octubre 2020. Hace varios años que veíamos desacelerar el ritmo de crecimiento de las cuentas en el mercado, por varios factores, entre ellos: las normativas de lavado de activos, la percepción de las personas que el mercado es para millonarios y que es muy volátil e inseguro, etc. Y realmente se nos hacía cada vez más caro el proceso de conseguir clientes y darles de alta.

En la actualidad, ya muchos de nosotros tenemos bastante información en los burós de crédito, tenemos huella digital de quiénes somos. Así que luego de muchas horas, días, meses y años para que varios equipos pudieran validar legalmente, técnicamente, diseñar el esquema que permita una buena experiencia del cliente, Alpha Express se hizo viable, impulsado aún más por el inicio de la pandemia cuando nos fuimos digital en nuestra totalidad. Apostamos nuevamente a reducir los costos de adquisición del cliente y abrimos a un mercado más inclusivo.

¿Cuál ha sido el mayor desafío?

La falta de cultura y educación financiera. Como industria hemos nacido por normativas, pero la crisis del 2003 es donde comienza a conocerse un mercado secundario de títulos (en su mayoría del gobierno). Al mercado le tomó casi 20 años lograr tener el escenario listo para que las empresas puedan salir públicas por normativas.

Ahora toca que la cultura local aproveche este mecanismo para crecer y trascender; que el dominicano apueste a nuestro mercado de valores para su beneficio y el del país.

¿Cuál considera que es la mayor fortaleza de la empresa?

Nuestra cultura, somos emprendedores dentro de una empresa y, por tanto, agregamos valor a nuestros clientes y al mercado.

Dentro de Alpha todos tenemos claro que nuestro foco es aportar valor. Por esta razón nuestra propuesta de valor es construir bienestar financiero a través de relaciones a largo plazo e inversiones inteligentes.

¿Qué oportunidades ve Alpha Inversiones en las finanzas sostenibles en el país? ¿Son las inversiones verdes parte del portafolio de la empresa?

Cada día las finanzas sostenibles tomarán más incidencia en nuestras vidas. Aunque como humanidad nos hemos desarrollado de manera exponencial, queda claro que las inversiones más rentables serán las sostenibles, las ambientales sociales y de gobernanzas. Alpha ya está marcando camino por ese sendero.

¿Cómo gestiona su liderazgo ante el equipo para hacer de Alpha Inversiones un lugar de trabajo que refleje los valores y principios de la empresa?

Trabajamos y nos divertimos, hacemos las cosas con propósito y no escatimamos para promover ideas que salen de los equipos. Creemos en ser transparentes y liderar con el ejemplo, cuando las cosas no salen como se quería, reagrupamos, mejoramos y resolvemos juntos. Promovemos la meritocracia y al mismo tiempo somos un equipo amistoso y divertido.



Para Alpha Inversiones la responsabilidad social empresarial es un pilar importante, ¿qué iniciativas han implementado recientemente?

Trabajamos 3 pilares centrales: el medio ambiente, la educación y el emprendimiento. Lo fantástico se da cuando los pilares convergen. Nuestra isla es hermosa y está a la vista del mundo, tenemos una diversidad cultural, y a la vez tenemos muchos problemas que realmente son oportunidades de negocios.

Nuestra iniciativa más recientes ha sido ser parte de la creación de BOOST Acceleration Camp, una start up que busca emprendimientos para acelerarlos con una metodología probada, de manera que podamos escalar el valor de la empresa y levante capital generando confianza.

También creamos un proyecto de reciclaje de vallas publicitarias #VallaReusable, que hoy se ha convertido en una empresa que busca promover el reciclaje de este material, dándole vida en otros artículos como bolsos reusables con diseñadores dominicanos como Michelle Urtecho.

¿Cuál es el compromiso de Alpha Inversiones con República Dominicana?

Mejorar el bienestar de su gente, y lo haremos creando puentes entre sector privado, sector público y la academia.

¿Cuáles son los planes de expansión y crecimiento de Alpha inversiones para continuar brindando a sus clientes nuevas oportunidades de inversión?

Seremos "La Plataforma" que agrega valor, que agrega Alpha... y estaremos cerca de todos.

Mirtha Racelis Mella

FUNDADORA LA ASOCIACIÓN DOMINICANA
PARA LA CULTURA Y EL DESARROLLO PROMUEVERD

Promueve RD proyecta el orgullo dominicano en el exterior

Iniciativa fundada en 2015 para dar a conocer en Italia la esencia de la dominicanidad, a través de actividades culturales y gastronómicas.

Mirtha Racelis Mella es una dominicana radicada en Italia y una orgullosa defensora de sus raíces. El 15 de abril de 2015 decide fundar la Asociación Dominicana para la Cultura y el Desarrollo ProMueveRD, en la ciudad de Roma. “Cuando fundamos PromueveRD lo hicimos con la fiel convicción de que nuestro país tiene mucho más que sol, arena y mar (...) Identificamos que los italianos que vienen aquí no conocen la esencia del dominicano, sus orígenes ni su cultura. Además, detectamos que los migrantes pierden los valores y las costumbres para adaptarse a otro país, te vuelves un ciudadano que no es de aquí ni de allá. Entonces nace PromueveRD, precisamente para reforzar en el exterior esa identidad que tenemos los dominicanos”, comenta Mirtha.

Como presidenta de Promueve RD, es la precursora y promotora de la Cultura Dominicana, donde realiza una labor incansable a favor del país y del desarrollo de la comunidad dominicana residente en Italia que, según los últimos datos del Instituto Nacional de Estadísticas Italiano, suman 30,000 personas, sin incluir los dominicanos de segunda generación, los irregulares y los que adquirieron la ciudadanía italiana. Afirma que es necesario un estudio más profundo porque “estamos convencidos de que hay muchos más dominicanos y así tendríamos un número fijo sobre el cual trabajar”.

A la par de proyectar la cultura del país, en la misión de la asociación está contribuir con la integración del Dominicano residente en Italia, además de enviar ayudas humanitarias cuando son requeridas.

Desde sus inicios, PromueveRD realiza actividades que valorizan las fechas más significativas para los dominicanos, organizando eventos tales como la Fiesta de la Independencia Nacional, la Fiesta de las Madres Dominicanas, y Padres Dominicanos, además de eventos gastronómicos.

“Fue una decisión de mucho coraje y convicción, pues muchos me decían de fundar un ente que tratara toda Latinoamérica, más entendía que Promueve RD era necesaria, pues además de Promover los diferentes aspectos culturales de la República Dominicana en Italia, (un país del que recibimos miles de turistas al año) contribuimos con el reforzamiento de la identidad nacional y la correcta integración de la etnia dominicana en el territorio, pues nos muestra ante el país que nos acoge como una comunidad rica y atractiva culturalmente”.

Factor de Éxito coincidió con ella en Santo Domingo y conversamos sobre esa visión que la ha llevado a ser merecedora de tres nominaciones para el Premio al Emigrante Oscar de la Renta, galardón que reconoce a dominicanas y dominicanos en el exterior que se destaquen en sus ámbitos de desarrollo, fomentando los valores de la dominicanidad a nivel internacional.

¿Cómo ha sido la aceptación en Italia de las iniciativas que ha emprendido Promueve RD?

Bastantes positivas, contamos con una muy buena participación ciudadana y de otros países, no solo Italianos. Roma donde se encuentra la sede legal es una ciudad multicultural que nos permite tocar e interactuar con diferentes culturas.

Por ejemplo la actividad Fomento a la Identidad Dominicana es un evento que inició con una afluencia de 150 personas, pero en la última edición superamos las 700. Tenemos cultura, turismo y ciudadanía convirtiéndose en la mejor plataforma para promover la marca país. Participan también muchos ciudadanos latinoamericanos, en el año 2020 tuvimos la participación de Perú y en otras ocasiones hemos contamos con la participación de Honduras y Venezuela.

¿Qué colaboración ha recibido de organizaciones italianas para su propósito?

Pues el estado Italiano está muy consciente de la importancia de las asociaciones en el desarrollo, incluso a partir del 2022 entrará en vigor una ley que las regula.

Promueve RD siempre ha recibido el apoyo de las instituciones italianas, para dar algunos ejemplos, hemos presentados proyectos ante la Alcaldía de Roma con la Muestra Histórico Artística “Il Tempo delle Farfalle” dedicada a las Hermanas Mirabal; además, a través del Ministerio para el Desarrollo Económico logramos la impresión del Primer Sello Postal dedicado a la Lucha contra la Violencia hacia la Mujer, con 500,000 ejemplares en toda Italia, un mensaje muy fuerte que demuestra el compromiso de su gobierno en esta lucha.

Tienes un foco importante en la mujer, ¿Cuáles han sido los logros que has tenido en este punto en específico?

Como mencioné anteriormente, me llena de orgullo como dominicana haber logrado, en un sistema tan burocrático como el Italiano, la Impresión de un sello postal que envía un mensaje de No Violencia hacia la Mujer y, a la vez, en su boletín narra el porqué se conmemora el 25 de noviembre y la historia detrás de esta fecha.

Estimular nuevas asociaciones a interesarse en el tema, lograr la reimpresión en Italia del libro de Julia Álvarez “En el Tiempo de las Mariposas”, que narra la historia y lucha de las Hermanas Mirabal, el cual considero un instrumento importantísimo para difundir nuestro mensaje.

Durante la pandemia, junto a otras 11 asociaciones, fundamos la Confederación de Asociaciones Dominicanas en Italia, conformada principalmente por mujeres, líderes comunitarias de diferentes regiones de Italia, de la cual soy la presidenta.

¿Cuál ha sido el impacto en cifras de la Confederación de Asociaciones Dominicanas en Italia?

Pues durante la pandemia realizamos un estudio basado en 136 familias dominicanas que quedaron en estado de vulnerabilidad y arrojó datos importantes de nuestra comunidad. Fue muy curioso descubrir que, no obstante se encontraran en situación precaria, decidían enviar remesas al país de lo poco que recibían.

Hemos abierto en conjunto con una asociación confederada, nuestro primer Banco de Alimentos para las personas más necesitadas en la ciudad de Montebelluna. Además, hemos promovido más de 20 formaciones y encuentros entre las asociaciones con las nuevas autoridades en lo que va del año.

Logramos además canalizar junto a las autoridades competentes el funeral y la cremación de una ciudadana dominicana que residía en Italia sola, sin algún familiar y sin recursos económicos. Actualmente, Confdominicana reúne 15 asociaciones registradas en todo el territorio nacional, representando la mayor plataforma asociativa existente en Europa.

¿Cuáles son los planes para el 2022?

La Confdominicana se propone lanzar en el 2022 el Primer Forum de la Diáspora Dominicana en Italia.

Desde Promueve RD continuaremos nuestra visión: proyectar nuestra cultura más allá de los confines, siendo una estructura única en su género. Vamos a seguir promoviendo las fiestas patrias en febrero; en mayo tenemos previsto un evento de moda, donde haremos ver qué ofrece la República Dominicana en ese ámbito. En octubre tendremos otro sobre la cultura taína.

Mina Ro Mina, una propuesta de joyería que evoca emociones

Llegan a República Dominicana las piezas de joyería creadas por la diseñadora Erika Ponce con diseño vanguardista inspiradas en México.

Wendy Salcedo

MINA RO



Erika Ponce

De la mano de Wendy Salcedo, llegan a la República Dominicana, las piezas hechas a mano con diseños vanguardistas y atemporales de la diseñadora Erika Ponce, Mina Ro Mina. La cultura, la arquitectura, la naturaleza, la moda, entre muchas otras riquezas mexicanas forman parte de la inspiración de Erika para crear piezas de joyería únicas que añaden un toque de elegancia y sofisticación a cualquier vestimenta.

Mina Ro Mina es una marca que se ha caracterizado por elaborar piezas combinando las técnicas de escultura tradicional y en cera, con lo más avanzado de la tecnología, como impresoras 3D de última generación y software especializados, con el objetivo de que cada pieza tenga como función principal evocar emociones en las mujeres que las portan o a quienes las admiran.

“Siempre busco transmitir, a través de nuestras colecciones, que una joya es, en realidad, una obra de arte. Es la forma que toma la escultura para decorar al cuerpo. Consideramos que la mujer Mina

Ro Mina es sofisticada y con sensibilidad artística, capaz de apreciar el trabajo creativo y manual que cada pieza conlleva”, dijo la diseñadora y CEO de la marca, Erika Ponce.

Mina Ro Mina se ha marcado como misión diseñar y crear colecciones que generen una conexión e identidad entre la joyería, los clientes y la cultura mexicana, buscando fortalecer el vínculo de identidad con la idiosincrasia y cultura de este país. Es por esto que sus colecciones han estado inspiradas en los cenotes y arrecifes de coral de la Riviera Maya, el Imperio Azteca, las minas de Naica de Chihuahua y en las colinas de los barrios Roma y Condesa de Ciudad de México, entre otras.

Celebridades como las modelos Alessandra Ambrosio y Arizona Muse, la cantante Belinda, actrices como Karen Gillan, Emily VanCamp, Daniela Ruah y Karla Souza, entre muchas otras, han fijado sus miradas en Mina Ro Mina por sus originales y armónicas piezas cargadas de elegancia, sofisticación y romanticismo.





FOTO CORTESIA: IVANOBA CASTILLO

Making Waves, más que una academia de natación

Este emprendimiento promueve, por intermedio del deporte, valores espirituales, éticos y olímpicos para brindar a sus afiliados herramientas que contribuyan con el bienestar.

Eduardo Briceño

FUNDADOR MAKING WAVES



Tomando como base que el ejercicio físico al aire libre añade beneficios a la salud, Making Waves es una división de negocios que se diversifica en: academia, representación de eventos y club de alto rendimiento, donde se proporciona enseñanza y la práctica de la natación a más de 670 estudiantes niños, jóvenes y adultos. Igualmente, funge como marca deportiva, desarrollando eventos de competición en Natación, Aguas Abiertas, Acuatlón y Triatlón; y además, participan como equipo deportivo en competiciones especiales bajo la representación de su equipo llamado “Waves”.

Su filosofía es disponer de las actividades acuáticas para manejar asertivamente situaciones de estrés, desequilibrio emocional, depresión, sedentarismo, tanto en niños como en jóvenes y adultos. Siempre teniendo presentes valores como lo son el amor, la responsabilidad y la integridad

Desde sus inicios en abril de 2019, Eduardo Briceño, su fundador, se trazó el propósito de ir más allá de los estándares de una academia de natación

tradicional. Hoy puede decir que Making Waves es la primera escuela en hacer 3 eventos de formato competición, la 1ra, 2da y la 3ra toma de tiempo. Además, realizó la primera competencia de aguas abiertas de este año, en Palmar de Ocoa; en su tercer aniversario llevó a cabo una competencia de escuelita y realizó una clínica con el nadador más rápido del mundo, Cesar Cielo.

En la actualidad, cuentan con más de 300 afiliados en la República Dominicana y, en marzo 2020, inició la Unificación de Equipos WAVES donde busca crear un equipo Internacional, con colaboración de Clubes de Colombia, República Dominicana y Venezuela, con el objetivo de dar oportunidades de desarrollo sostenible para los clubes afiliados, trabajando con expertos que brindan herramientas de tipo olímpico, como mentorías, talleres, patrocinios, becas y más.

Eduardo Briceño, tiene una visión muy clara de dónde poner el foco para posicionar a Making Waves, en sus divisiones: Academia, Marca Deportiva y Club deportivo, como una referencia en el país y Latinoamérica. “Queremos

alcanzar una red de más de 2,000 personas en distintas sedes en República Dominicana, llevar a Marca Deportiva a la representación de eventos en otros países y convertir el Equipo Waves en un referente Olímpico de selecciones nacionales y entrar en la Liga Profesional de Natación ISL, en un periodo de 5-7 años”, afirma.





Búho, visión y oportunidad de negocio en medio de la pandemia

Este emprendimiento de bebidas y snacks que nació en plena crisis sanitaria por Covid-19, ofrece servicio de delivery y, en su ampliación, un bar para el ameno disfrute de sus clientes.

La frase “de las crisis salen las oportunidades”, aunque suena cliché, es justamente lo que representa a Búho, un bar cuya idea se gestó en pandemia y que hoy brinda al público un servicio de calidad al momento de comprar bebidas, snacks y todo lo necesario para pasar momentos agradables junto a amistades, compañeros de trabajo y familiares.

La idea viajó desde Venezuela hasta República Dominicana, traída por sus socios fundadores Luis Fernando Ramos y Jesús Ramos, quienes habían comenzado un negocio de delivery de

bebidas en Caracas, en abril de 2020, teniendo una gran aceptación a pesar de las dificultades ocasionadas por el Covid-19.

En República Dominicana se unió un tercer socio, Andres García, e iniciaron operaciones en Santo Domingo en febrero de 2021, solo con la modalidad de delivery. Luego, cuando las restricciones bajaron en junio de 2021, “nos adaptamos y abrimos para el público nuestro bar, donde ofrecemos un ambiente agradable, tranquilo y con buena música” comentó Andrés García a Factor de Éxito.

Siempre buscando innovar y mejorar el servicio, diversificaron su oferta gastronómica, aliándose recientemente con @parrillerosrd. “Ofrecemos deliciosas parrillas y más opciones gastronómicas. Actualmente, nos encontramos en un punto de crecimiento. Hemos asumido brindar lo mejor de nosotros para que Búho sea ese lugar ideal donde siempre quieres estar, de ahí nuestro enfoque y nuestro lema ¡Sé parte del coro!”, concluye Luis Fernando Ramos.



**EL MEJOR SERVICIO DELIVERY ESPECIALIZADO
EN BEBIDAS DE RD**

¡SOY PARTE DEL CORO!

 **@BUHO.RD**

Quieroloma, una apuesta por el turismo ecológico y cultural

La plataforma tecnológica integra diversas categorías temáticas: playas, ríos, rutas ecoturísticas, museos, lugares religiosos emblemáticos y valiosos de República Dominicana.

Fari Rosario

GERENTE Y REPRESENTANTE QUIEROLOMA

Desde la antigüedad, el hombre ha sentido la necesidad de explorar la naturaleza como germen de inspiración y como fuente de placer y confort. Desde hace siglos, es habitual que las personas se retiren a una campiña, un bosque o una colina con el fin de disfrutar de la belleza del paisaje y al mismo tiempo disfrutar de la vida y el ocio. Ahí radica la esencia de Quieroloma, una empresa que nació en 2020 y cuyo primordial propósito es promover el turismo ecológico y cultural en República Dominicana, brindando una propuesta diferente, en la que la relación armónica entre la naturaleza, las artes y el ser humano es el corazón de este emprendimiento.

Su gerente y representante es Fari Rosario, editor, escritor, guionista y profesor investigador, quien actualmente dirige la Comisión para la Política del Libro, la Lectura y las Bibliotecas (CONLIBRO) del Ministerio de Cultura de República Dominicana.

Quieroloma parte de la idea de que todo ser humano desea explorar la realidad, aprender y desarrollar su horizonte mental cuando se desplazan para conocer y apreciar la cultura de su país. “Creemos que las personas pueden desarrollar su potencial intelectual y emocional poniéndose en contacto directo con productos culturales importantes, tales como la visita familiar a un museo histórico, una Iglesia antigua, una ruta cultural o arqueológica, una bienal de artes plásticas, una feria de artesanía o un evento literario, etc.”, asegura Fari.

La plataforma continúa en la fase de desarrollo. Han venido trabajando por etapas; la primera fue de recolección de información; en la segunda, lanzaron el proyecto en redes sociales; durante la tercera etapa lanzaron el sitio web con datos de 15 ciudades; y en la cuarta fase cubrieron el mapa completo de República Dominicana. “Estamos avanzando poco a poco, eso sí, con determinación, tenacidad y dedicación. A diario queremos innovar y hacer el mejor uso posible de la tecnología”, comenta el gerente y representante de Quieroloma.

Afirma que en sus recorridos por el país encontró un vínculo entre la literatura y la naturaleza, ¿cómo se traduce esto en Quieroloma?

El vínculo entre la naturaleza y la literatura lo descubrí en mis andanzas, entre el año 2002 y el 2006, con un movimiento literario llamado el interiorismo (fundado por Bruno Rosario Candelier). Era habitual en este movimiento retirarse, una vez al mes, a una loma o un pueblo determinado para hablar de literatura o celebrar la poesía.

¿Cómo se traduce en específico en Quieroloma? Se traduce en nuestro especial interés hacia el turismo ecológico que, necesariamente implica el contacto con la naturaleza y la biodiversidad, con las zonas vírgenes y las áreas protegidas. Nuestra apuesta abarca y combina el turismo ecológico con el turismo cultural y sus múltiples manifestaciones. Este país tiene mucho que ver y mostrar desde la perspectiva cultural, pero

mucho; basta pensar en todo el acervo patrimonial (material e inmaterial) que ya es reconocido por la Unesco. Hay expresiones paradigmáticas dignas de conocerse, por ejemplo: el clúster de artesanos del Higüerito en Moca, donde se fabrica la Muñeca Sin Rostro, la artesanía de Miches, la de los hermanos Guillén en Yamasá (Monte Plata), por no hablarte de la Zona Colonial y la extensa lista de museos que exaltan los aspectos históricos, culturales, táinos y arqueológicos.

También se traduce en acciones concretas y directas; en Quieroloma organizamos, una vez al mes, un conversatorio breve, de media hora, con un experto para abordar temas relevantes relacionados con el turismo ecológico, pero también temas concernientes al turismo cultural. Por ejemplo, el conversatorio de este mes de diciembre está muy a tono con la época, se titula “La manifestación de la Navidad en las artes plásticas dominicanas y algo más”. El invitado es un artista plástico: Vladimir Velázquez. De igual modo, para finales de enero de 2022, conversaremos sobre la tradición de los “belenes” y la artesanía singular de los artesanos de Miches. Vale decir, como muestra de otras acciones que, desde los inicios, no solo hacemos excursiones de aventura (ecológicas), sino también culturales, como la visita que hicimos a la Asociación de Artesanos del Higüerito (Moca) durante el mes de septiembre de este 2021. En diciembre, la visita al Museo Cándido Bidó en Bonao; y en febrero nos enfocaremos en el carnaval de La Vega.

Quieroloma
Todo sobre el turismo ecológico y cultural de República Dominicana a un clic

En el 2022 queremos realizar el Primer Festival Ecológico y Literario, un evento de dos días que realizaríamos en las montañas, ya sea en Jánico (Santiago de los Caballeros) o en Los Bueyes (Villa Trina, Moca). En ese evento brillará el performance con carácter literario, la escritura creativa y la montaña será el escenario temático.

En un mercado tan competitivo en el país como el turístico, ¿cuál es el factor diferenciador de Quieroloma?

El modelo que predomina es el turismo tradicional, el de sol y playa. Por lo que el turismo ecológico y cultural están en pañales; es ahora que estamos tomando conciencia del gran potencial ecoturístico de nuestro país, que tiene más áreas protegidas y especiales que muchos países de la región centroamericana y que cuenta con más montañas, por solo mencionar un aspecto, que Cuba, Puerto Rico y otros países de la región.

Para nosotros es de vital importancia el turismo cultural y sus manifestaciones diversas y típicas, creemos que es tan importante visitar Playa Esmeralda, en Miches, como participar del Festival del Mango en Baní o hacer una excursión hacia el clúster de las Museñas Sin Rostro en el Higüerito de Moca.

Lo cultural es muy relevante porque tiene un componente relacionado con el conocimiento y lo didáctico, por lo que en Quieroloma tenemos diseñado un paquete exclusivo de excursiones (a museos, cuevas, clúster artesanal) para los centros educativos, colegios y equipos deportivos.

Plantea un proyecto de turismo que apela a lo humano, a vivir experiencias memorables, ¿cuáles son las bases del modelo de negocio que lo hace tan innovador?

Nuestro modelo de negocio es casi intuitivo, se resume en esto: las personas por lo regular quieren tener experiencias agradables y memorables. Por lo tanto, pretendemos crear una cadena de valor en cascada, más o menos la visualizo de este modo: Atraer-orientar (brindando información relevante en nuestra plataforma), conectar-y-estimular a los usuarios para que transfieran su experiencia a través de nuestra misma plataforma tecnológica. La relación con las personas se basa en el intercambio y la transferencia de experiencias y datos, que es lo más relevante para Quieroloma. De modo que lo que predomina no es el modelo basado en el “pago por excursiones” o un modelo tipo P2P, sino un modelo integrador, que genera valor continuamente y también expectativas a partir de los contenidos que publicamos en nuestro sitio web y nuestras redes sociales con la idea de incrementar el flujo de la comunidad en nuestros diversos productos, lo que redundará en mayor tráfico de personas en la web.

Quieroloma tiene una clara inclinación hacia la concienciación y la sensibilización, ¿cuáles son las acciones concretas que han desarrollado o tienen en carpeta para cumplir con esta misión?

En Quieroloma queremos que todos los dominicanos disfruten y conozcan las maravillas de nuestro país, que son muchas y distintas, pero que al mismo tiempo cuiden el medioambiente, respetando y contribuyendo con la correcta preservación de los recursos naturales y culturales. Hay que hacerle entender a las personas que los recursos naturales son finitos y limitados; de ahí que no solo tenemos en carpeta una serie de charlas presenciales y seminarios, sino también que ofreceremos diplomados relacionados con el turismo ecológico y cultural. Queremos que los ciudadanos interesados en nuestras

modalidades turísticas comiencen a crear conciencia, que sean vigilantes y respetuosos del medioambiente y que comprendan el valor y la importancia del consumo cultural y sus beneficios para la sociedad, ya que el turismo contribuye, sin dudas, con el bienestar y la felicidad de los seres humanos. Con el paso del tiempo, lanzaremos algunos podcasts educativos, algunos como guías turísticas motivacionales para visitar lugares emblemáticos, pero también para concienciar y fortalecer la educación ambiental y cultural. De hecho, ya estamos anunciando algunos de estos diplomados en nuestro sitio web.

¿Cuál es la apuesta de Quieroloma de cara al 2022?

Deseamos convertirnos en la plataforma tecnológica más visitada y consultada al momento de elegir un lugar o destino en República Dominicana relacionado con el turismo ecológico y cultural. Queremos que los usuarios puedan compartir esas experiencias inolvidables de los lugares maravillosos visitados para que otros también puedan tener esta experiencia. Sabemos que tenemos que trabajar duro, sin desmayo, y seguir apostando a lo que creemos según la visión que tenemos en torno a este emprendimiento. No somos una agencia de viajes, ni un simple directorio, sino una plataforma que aspira a ser un repositorio, tecnológicamente afinado y que integra todo lo relacionado con las expresiones del turismo ecológico y cultural en un solo sitio.

Esperamos que los nacionales y turistas extranjeros tengan a mano y a un clic todo lo relacionado con las maravillas ecológicas y culturales de República Dominicana, que es mucho. Este país, realmente lo tiene todo, todo. ¡No es cliché! El inventario apenas está comenzando y tenemos muchas ganas de compartirlo y celebrarlo con ustedes.



FACTOR DE ÉXITO

Revista para el Liderazgo Empresarial y de Negocios

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

ENCUENTRA
todas nuestras ediciones en un solo lugar

DISFRUTA de contenido **exclusivo sin costo**

ESCANÉAME EN **REALIDAD AUMENTADA**

AQUÍ



APUNTA Y ACCEDER a la nueva edición

Descarga **Zappar**, totalmente gratis.



Escuela Audiovisual Mediapx **Formación especializada para la industria audiovisual**

La propuesta combina programas de capacitación en áreas medulares como cámara, edición y desarrollo de guiones, con nuevos conocimientos tales como camarografía aérea o producción transmediática



El año 2006 un grupo profesionales expertos de la industria audiovisual, que compartían además su amor por la docencia, promovieron la creación de la firma MediAx Gente de Medios, con el objetivo de ofrecer desde Caracas consultoría especializada a medios en operación y para el desarrollo de nuevos medios de comunicación en la región; así como también para apoyar en la formación de especialistas para la industria audiovisual latinoamericana.

Más de un centenar expertos en distintas áreas han apoyado como consultores o docentes esta iniciativa, que en 15 años ha logrado consolidarse como un centro de enseñanza presencial y online dedicado a la formación especializada para el sector audiovisual, abarcando además el área de medios digitales.

En 2018 iniciaron operaciones en República Dominicana bajo la denominación de MediAx Gente de Medios RD, y desde entonces La Escuela Audiovisual MediAx ha desarrollado diferentes programas de estudios de la mano de universidades e instituciones, como el Instituto de Formación Técnico Profesional- INFOTEP y la Dirección General de Cine- DGCINE.

Adicionalmente, la Escuela Audiovisual MEDIAX desarrolla diferentes programas de formación, gracias a convenios de cooperación suscritos con diferentes instituciones. En República Dominicana con la Universidad Eugenio María de Hostos. En España con el Instituto de Cine de Madrid y el Instituto de Cine de

Canarias. En Venezuela, entre otras, con la Universidad Central de Venezuela y la Universidad Monteávila.

Su presidente, Eduardo Caballero Ardila, un ejecutivo que acumula más de 40 años de experiencia en la industria como presidente y director de canales en la región, sostiene que hoy por hoy para los realizadores del mundo audiovisual, República Dominicana se ha convertido en un territorio fértil para las producciones de alta factura. “Su legislación, disposición geográfica, bellezas naturales y el calor humano de sus habitantes, hacen de RD una excelente opción. Importantes casas productoras de todo el mundo han escogido el territorio dominicano por estas condiciones.”

De ahí nuestro interés – agregó Caballero Ardila- de aportar nuestro granito de arena para la formación de los profesionales que demanda este auge de la industria audiovisual dominicana, al ofrecer programas de estudios en consonancia con los avances y requerimientos del sector.

Para Caballero Ardila, quien además es autor del libro Dirección y Gestión de Empresas Audiovisuales y es un activo conferencista y articulista en temas relacionado con el ámbito de los medios de comunicación, el mundo audiovisual es una comunidad de especialistas, donde recordando las palabras del futbolista argentino Alfredo De Stefano “ningún jugador es tan bueno como todos juntos”, y esa experticia se logra solamente con una buena formación.



Caballero Ardila indica que todos los medios de comunicación, así como las redes sociales comparten un objetivo común, la búsqueda de las audiencias, sea con fines publicitarios o para la venta de suscripciones. En otras palabras, no hay éxito si no se cautivan a las audiencias con buenas historias contadas con una buena producción. “Una producción audiovisual requiere de un concierto de distintos especialistas que trabajan coordinadamente para que las audiencias acepten la propuesta del guionista, expresada en el trabajo del director, de los productores y el de todo el grupo humano que detrás de la pantalla hacen posible que vuele nuestra imaginación.”

“Y es allí donde la Escuela Audiovisual MEDIAX apoya e interviene. Desde su llegada a la isla, docentes iberoamericanos que forman parte su equipo, han trabajado de la mano de instituciones y universidades aliadas. Más de 500 personas han podido interactuar en los distintos programas de formación que ofrece en República Dominicana”, dijo Caballero Ardila.

“La formación ofrecida por MEDIAX – entizó Caballero Ardila- combina una oferta educativa en oficios medulares para la industria audiovisual como cámara, edición, desarrollo de guiones, con nuevos conocimientos tales como camarografía aérea o producción transmediática

En la vanguardia de la era digital

En 2018 antes de la era pandemia, el equipo MediAx-Gente de Medios estaba consciente de la importancia de desarrollar programas de estudio virtuales en diferente área. Por esta razón, lanzaron www.mediAx.online, un centro virtual de formación especializado para la industria audiovisual y para aspectos relacionados con la cibereducación. Esta plataforma online les permitió ampliar su rango de acción, y poner a la disposición de la región latinoamericana los diferentes planes de estudios que ofrece.

Adicionalmente, son pioneros en el diseño y ejecución de programas de formación educacionales, que tienen como objetivo propiciar en nuestros niños y jóvenes un consumo responsable del contenido de las redes sociales y medios de comunicación.

Para el desarrollo de estas iniciativas crearon la fundación Petipúa (<https://www.facebook.com/FundacionPetipua/>), que realiza diferentes acciones formativas orientadas a fomentar hábitos digitales positivos para promover una ciudadanía digital responsable, mientras los jóvenes adquieren conocimientos para la producción audiovisual que los convierta en prosumidores; es decir, en productores de su propio contenido basado en valores.



DiDi Food, una nueva forma de disfrutar del delivery de comidas

Gracias a los buenos resultados de la plataforma tecnológica dedicada a conectar viajes y facilitar la movilidad, DiDi escogió Santo Domingo como el próximo destino de DiDi Food.

Daniel Serra

DIRECTOR DE DIDI FOOD
EN CENTROAMÉRICA Y EL CARIBE

La aplicación, que conectará a restaurantes de todo tamaño con socios repartidores y usuarios, avanza a paso seguro para su implementación definitiva en República Dominicana. Daniel Serra, director de DiDi Food en Centroamérica y el Caribe, explicó a Factor de Éxito, que la bienvenida de parte de la comunidad gastronómica en la capital ha sido positiva y la app se habilitará muy pronto para comenzar la intermediación de pedidos. “Tenemos un plan de inversión muy robusto para apoyar a todos los emprendedores a que se registren, a través de estrategias de mercadeo que les permitan posicionar su oferta con los usuarios. Muchos restaurantes están ahora mismo enfocados en crear sus perfiles en la plataforma, con el apoyo de nuestros asesores”, puntualizó.

“República Dominicana es un país con muchas oportunidades para el servicio de entrega de alimentos conectándose a través de plataformas digitales. Ya estamos en países de la región como México, Colombia y Costa Rica”, expresó Serra.



¿Qué desafíos han tenido en el proceso de posicionamiento en los países en los que se han establecido?

México fue el primer país en Latinoamérica en el cual incursionó DiDi Food como plataforma de delivery de comida. Estamos en otros países como Japón, Brasil, Costa Rica y Colombia. Continuamos ahora en el proceso de innovar, sorprender y entregar al pueblo dominicano lo mejor de nuestra tecnología, por lo cual consideramos que DiDi Food vendrá a darle una opción más a los usuarios y al sector gastronómico para potenciar la economía.

República Dominicana es el sexto país del mundo y el quinto en Latinoamérica que dispone ahora de DiDi Food. A un año de haber llegado al país nuestra plataforma de movilidad ha crecido satisfactoriamente. Como parte de la diversificación de la compañía en el país, ahora integramos esta aplicación que conecta restaurantes, usuarios y socios repartidores llamada DiDi Food.

En un gran mercado como el mundo del delivery, ¿cuál es el elemento diferenciador de DiDi Food?

En DiDi Food los usuarios encontrarán una tasa de servicio competitiva y además, la oportunidad de aprovechar promociones especiales periódicamente con lo que esperamos convertirnos en la opción más accesible para ordenar delivery todos los días. Confiamos en la propuesta de valor que ofrecemos a nuestros usuarios con nuestra plataforma tecnológica para darles el mejor valor por su dinero.

La plataforma tecnológica DiDi Food es una opción para que emprendedores, pequeños, medianos y grandes restaurantes potencien su recuperación económica. Además de convertirse en una nueva alternativa para las personas que buscan generar ingresos como socios repartidores en un marco de libertad y flexibilidad conectándose a través de la tecnología.

En otros mercados donde ya estamos brindando el servicio, hemos generado una serie de iniciativas y plataformas dirigidas a promover el bienestar de los principales socios, en las apoyamos a los restaurantes, pequeños y medianos, con acciones para fomentar el crecimiento y desarrollo de sus negocios así como con beneficios adicionales para los socios repartidores por su preferencia y uso de la aplicación.

¿Qué estrategias innovadoras implementa DiDi Food en los mercados donde opera?

Tenemos un plan de inversión muy robusto para apoyar a todos los emprendedores, pequeños y medianos negocios que se registren, a través de estrategias de mercadeo que les permitan posicionar su oferta con los usuarios.

DiDi Food es un aliado para potenciar los negocios del sector gastronómico dominicano a través de la tecnología de su plataforma, buscamos promover la digitalización de los negocios que se registran en la plataforma. Por lo anterior ofrecemos los siguientes beneficios en pro de los restaurantes:

► Fomentamos la demanda a través de promociones para los usuarios, para las primeras órdenes a través de la app durante el lanzamiento y en sus órdenes posteriores a través de cupones con ahorros, además de implementar otras campañas de mercadeo para hacer más atractivas las opciones de consumo.

► DiDi Food invierte en la promoción de los restaurantes, además de promover estrategias que generen una mayor demanda de parte de los usuarios por sus servicios.

► Los restaurantes tienen permanentemente abierta la opción de ofrecer descuentos. Además, tienen acceso a data y reportes de ventas donde cada administrador podrá ver el rendimiento de sus tiendas y hacer modificaciones o cambios en el menú.

► DiDi Food ofrece a los restaurantes un asesor cuyo objetivo principal es ayudarles a sacar el mayor provecho de la plataforma tecnológica en favor del crecimiento de su negocio.

En la actualidad, consideramos que la diversidad gastronómica de República Dominicana representa grandes oportunidades para el servicio de entrega de alimentos a través de plataformas digitales. "Ahora estamos en el proceso de registro de restaurantes y socios repartidores, con el objetivo de brindar diferentes opciones de platillos y restaurantes en la aplicación, así como calidad en la experiencia y servicio para los usuarios" concluyó Serra.

Casas eco amigables Tetra Pak para tres familias dominicanas

Las casas son construidas con polialuminio, un innovador y resistente material que se obtiene del reciclaje de los envases de Tetra Pak.

Con el objetivo de dignificar y reconocer la labor del recolector de oficio en la República Dominicana, y promover la recolección de los materiales aprovechables para su reutilización como material de construcción, Tetra Pak ha impulsado un proyecto de viviendas eco amigables para familias que se dedican al reciclaje como oficio, cuya primera fase ha sido desarrollada por Hábitat Dominicana, por su vasta experiencia en soluciones habitacionales en la región.

En esta oportunidad, son tres las familias que recibirán una de estas casas eco amigables. La premisa para poder ser beneficiado fue contar con el aval de la propiedad del terreno, ser reciclador de oficio y dedicarse a la gestión de residuos sólidos en la zona de residencia. Es así como, tras un arduo trabajo por parte de la Red

Latinoamericana de Recicladores (RED LACRE), del Movimiento Nacional de Recicladores de la República Dominicana y de Tetra Pak, Ribal Pineda y José Luis Ogando, ambos recicladores de San Juan de la Maguana, y Rafael Ferrera, reciclador de Azua, fueron seleccionados para recibir las primeras casas.

Mónica Montes, gerente de sostenibilidad de Tetra Pak en la República Dominicana, asegura que mejorar la calidad de vida de las familias recicladoras es el motor que mueve esta iniciativa. “Contar con una casa digna es, sin duda, esencial para la vida de cualquier ser humano. Ver la alegría del señor Ribal, su esposa y su hija, nos contagia y motiva a seguir trabajando en este proyecto y continuar así con la construcción de casas ecoamigables a favor de los más

necesitados. Nuestro compromiso es seguir fortaleciendo una infraestructura de recolección en el país para darle una nueva utilidad a los materiales aprovechables, sobre todo darle nueva vida a los envases de Tetra Pak para la elaboración del polialuminio que, posteriormente, se convertirá en las paredes y el techo de la casa de una familia recicladora. En Tetra Pak creemos en las alianzas para lograr los objetivos, así que exhortamos a todos para que juntos incrementemos el impacto positivo de la iniciativa, a los consumidores separando sus envases de Tetra Pak para que se conviertan en la materia prima para estas viviendas; a la industria y las autoridades para que juntos, sumando esfuerzos, sigamos trabajando por los recicladores, su dignificación y de esta forma por el desarrollo sostenible del país.”



¿Cómo se hacen las casas eco amigables?

Las viviendas eco amigables cuentan con todos los estándares de seguridad requeridos en el sector construcción. Se trata de casas construidas con soportes de bloques de concreto y madera, y un recubrimiento de techos y muros de planchas de Polialuminio, elaboradas hasta con un 70% de material derivado de los envases de Tetra Pak reciclados.

Este innovador y sostenible material de construcción tiene muchos beneficios: actúa como aislante térmico, permitiendo

que las diferentes áreas de la vivienda se mantengan frescas; es anticorrosivo y aislante del ruido, y además es resistente a la humedad, evitando la filtración de agua causada por lluvias.

El polialuminio (PolyAl) es un material que se obtiene del reciclaje de los envases de Tetra Pak que, una vez utilizados y recolectados, son introducidos en un hidropulper (especie de licuadora gigante) para separar sus componentes que son: cartón, polietileno y aluminio. De la combinación de los dos últimos, se obtiene el polialuminio.

Las casas eco amigables, cuya construcción estuvo a cargo de Hábitat para la Humanidad, cuentan con todos los estándares de seguridad nacional e internacional para la construcción, además de una amplia distribución de espacio, que oscila entre los 45 y 60 metros cuadrados, adaptados a las necesidades de cada una de las familias beneficiadas. Para la fabricación de una vivienda de 45 m² se utilizan aproximadamente 610.000 envases de Tetra Pak que fueron debidamente separados y reciclados y que no llegaron a un vertedero.





Carlos Pérez

GERENTE DE COMUNICACIONES
Y RELACIONES PÚBLICAS EN INDOTEL

La Tecnología impacta día a día al mundo

Las TIC son un componente vital para el desarrollo de los países y sus ciudadanos; en términos de país, el avance de estas conlleva una inversión en diferentes áreas, lo cual dinamiza la economía.

Las sociedades, sus diferentes sectores y los ciudadanos siempre son impactados con las tecnologías de manera directa. Los últimos 20 años se han caracterizado por el acelerado avance en la ciencia y las tecnologías; y, tomando en cuenta el sector de la comunicación, este ha experimentado grandes cambios, tanto en como opera y comunica, como también la manera en la que los usuarios reciben las informaciones.

Para Carlos Pérez, Gerente de Comunicaciones y Relaciones Públicas en INDOTEL, "Mi motivación para escribir sobre tecnología viene con mi interminable interés por los aparatos tecnológicos, su funcionamiento y la aplicación en el día a día de los usuarios. Esto me llevó a investigar más sobre el tema. Me parecía interesante que mucha gente desconociera o tuviera una información errónea sobre los temas tecnológicos, y que en el país hubiese muy pocos medios de comunicación que cubrieran de manera constante y a profundidad dichos tópicos".

Pérez cuenta su experiencia al colaborar con un medio de comunicación como Diario Libre, definiéndolo como "una oportunidad única", que le permite conectar con los millones de usuarios a través de sus artículos de tecnología.

"Todo un reto, mantener una columna semanal sobre tecnología, requiere mucho esfuerzo y tiempo, ya que detrás de cada artículo hay un proceso de selección de tema y de investigación para que cada tópico cuente con datos interesantes que puedan servir para poner en contexto la situación de la que esté escribiendo. Añadiendo que se debe tratar temas tecnológicos complejos pero convertirlos de una manera que sean lo más digeribles posible y de fácil entendimiento, esto es probablemente lo más difícil".

Los medios tradicionales han tenido que adaptarse a las nuevas herramientas digitales para el envío de información. La aparición de las redes sociales fue un "game changer" que aceleró la publicación de noticias

y desarrolló la interacción directa entre medios y lectores; esto fue un precedente nunca antes visto.

Con la implementación de tecnologías de última generación, se crea un ambiente de competitividad en el mercado local que, a su vez, se traduce en más y nuevas oportunidades para los usuarios. "Con el proceso de licitación llevado a cabo por el Indotel, el cual terminó con la adjudicación a las empresas oferentes, llevará a que el país reciba inversiones superiores a los 110 millones de dólares. También se aseguró el despliegue de tecnología de última generación y la expansión de las zonas de cobertura de las prestadoras de servicios en el país, con lo cual damos un paso más adelante en el cierre de la brecha digital", asegura Pérez.

"A lo largo de estos años he podido trabajar en múltiples proyectos, pero la realidad es que la columna es el proyecto del cual me siento más orgulloso. Han sido más de cuatro años escribiendo semana tras semana sobre temas tecnológicos y haciéndolos de fácil entendimiento".

requieren la misma

SU AENIC

Alex Rojas

CEO DE PRODUCTIVA S.R.L.

Creación de estrategias mercadológicas novedosas

Productiva brinda un mundo de opciones no tradicionales y ofrece una gama de ideas, logrando identificar al consumidor con las marcas que buscan diferenciarse de las demás.

El emprendedurismo es una chispa de ignición constante que se lleva en el alma, la cual impulsa a crear proyectos y desarrollarlos bajo un esquema de auto motivación y esfuerzo incansable. En la rama de Marketing Experiencial, el espíritu emprendedor demanda constante creatividad, entendimiento, capacidad de comunicación y sobre todo mucha fuerza y motivación, para lograr enfrentar las continuas batallas que se presentan día tras día.

Para Alex Rojas, CEO de Productiva S.R.L., “la clave básica para el éxito en

el Marketing Experiencial pre y post pandemia, es trabajar duro, haciendo todo lo que esté a nuestro alcance, para lograr los objetivos de nuestros clientes y sus marcas”.

Con los cambios que se están dando en el mundo post pandémico, añade que toda campaña de marketing experiencial debe integrar, aparte del engagement presencial, el nuevo panorama digital y lograr que las experiencias de marca se multipliquen en todos los espacios de convivencia e interacción.

El objetivo inmediato de Productiva es ayudar a sus clientes a lograr sus objetivos y recuperar el volumen de ventas. El marketing experiencial apunta a la creación de experiencias que le den contenido a las marcas para mostrar a sus seguidores y consumidores, a la vez de fidelizar clientes a través de creación de Good Will o Bien Social.

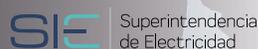
“El futuro de nuestro negocio será la integración a la parte estratégica a largo plazo, de los clientes y sus marcas”, concluye Alex.

Gracias

A todos nuestros **Patrocinantes** y **Aliados comerciales**,
por acompañarnos el pasado 18 de Noviembre
en el nuestro evento:

CONVERSATORIO DESAFÍOS DEL LIDERAZGO

**EN NEGOCIOS, EMPRESAS Y GESTIÓN PÚBLICA.
PARA LA CONSTRUCCIÓN DE UN PAÍS**



**¡ Y es que "dar gracias"
es mucho más que una formalidad.**

Es una expresión detrás de la cual
hay una actitud que nace del aprecio a lo que alguien
hace por nosotros !

Conversatorio Revista Factor de Éxito

Transformación, el norte del nuevo liderazgo

En encuentro tan ameno como interesante, y con la presencia del afamado John C. Maxwell y líderes de varios sectores de República Dominicana, llevamos a la palestra un tema clave para construir el futuro de las nuevas sociedades.

En nuestro tercer conversatorio, titulado “Desafío del liderazgo en negocios, empresas y gestión pública para la construcción de un país”, reunimos a los protagonistas de los diversos sectores de República Dominicana para conocer su visión sobre un nuevo estilo de liderazgo, cuyo objetivo es transformar, impulsar el crecimiento social y forjar un cambio constructivo en la sociedad. “Estamos muy conscientes que el liderazgo va más

allá de influenciar a otros para alcanzar un objetivo común, es generar nuevas visiones, es plantear cambios innovadores que den resultados positivos, es dar cabida a nuevas ideas, es escuchar, es inclusión, es tener empatía ... es transformar”, dijo en la bienvenida Isabel Figueroa de Rolo, nuestra CEO.

El encuentro comenzó con la participación del afamado autor,

conferencista y coach John C. Maxwell, considerado el número 1 en liderazgo a nivel mundial. Con su carisma y personalidad acaparó la atención de todos los presentes desde el momento de su llegada. En su ponencia compartió su experiencia como líder global y resaltó la importancia de lograr la transformación en valores para alcanzar el máximo potencial de las personas y las sociedades. Maxwell se encontraba en República Dominicana



John Maxwell, conferencista, autor y coach; Juan Vereecken, presidente del Grupo LIDERE



Isis Abreu, directora Gente y Gestión, Distribuidora Corripio; Juan Vereecken, presidente del Grupo LIDERE; Raúl Burgos, presidente de Dominicana se Transforma; Heriberto Arboleda, asesor y miembro de Dominicana se Transforma.

en ocasión de la implementación de su programa “Transformación” e hizo un espacio en su complicada agenda para acompañarnos durante el conversatorio.

“No puedes edificar sin una visión, pero la visión se trata del mañana, los valores son cosas de hoy. Lo que tú hagas hoy determinará lo que harás mañana. Los valores son lo que lleva la visión (...) Cuando conoces tus valores, la toma de decisiones es muy simple”, agregó.

Precisamente, la implementación de su proyecto fue el tema de conversación del primer panel: Dominicana se Transforma. Raúl Burgos, presidente de la fundación, Heriberto Arboleda, miembro y colaborador; y Juan Vereecken, presidente del Grupo LIDERE, conversaron junto a Isis Abreu, directora Gente y Gestión, Distribuidora Corripio –quien se ha convertido en una ferviente colaboradora– sobre el proyecto y las grandes expectativas que República Dominicana tiene en él.



Arianna Rolo Figueroa, directora de Mercadeo Factor de Éxito; Isabel Cristina Rolo Figueroa, directora ejecutiva Revista Factor de Éxito; Jacqueline Mora, viceministra de Técnica de Turismo; Antonio Taveras, Senador por la provincia Santo Domingo; Bredyg Disla, directora Comunicación Corporativa y Sostenibilidad de AES Dominicana; Isabel Figueroa de Rolo, CEO Factor de Éxito; Héctor Rolo, CEO Factor de Éxito; Rafael Velazco, Superintendente de Electricidad

“República Dominicana es un país lleno de personas exitosas, educadas, pero sobre todo enseñables, con corazones abiertos, personas que desean mejorar sus vidas”, afirmó Juan Vereecken durante su participación.

Continuando con la agenda del encuentro, en el panel 2, Alexander Schad, presidente ejecutivo de Frederic Schad SAS; Juan Miguel Curbelo, director general de Administración y Finanzas de Corporación Avícola del Caribe, Pollo Cibao; y Anyarlene Bergés, vicepresidente de Relaciones Institucionales, Comunicaciones y Sostenibilidad INICIA, hablaron del líder empresarial frente a un escenario mundial regido por el cambio constante y la innovación.

“Identificar talentos, trabajar empáticamente con diferentes personas, con distintas personalidades pero teniendo la oportunidad de identificar sus fortalezas, es un aspecto importante dentro de tu empresa”, dijo Juan Miguel Curbelo.

El liderazgo en gestión pública también se ha visto la necesidad de implementar cambios estratégicos y retos para adaptarse a los nuevos tiempos. Así lo conversaron en el panel 3, Rafael Velazco, Superintendente de Electricidad; Antonio Taveras, Senador por la provincia Santo Domingo; Jacqueline Mora, viceministra Técnica de Turismo; y Jatzel Román, viceministro de Asuntos Consulares y Migratorios.

“El liderazgo público tiene que tener una serie de características: el compromiso con el público, el país, la honestidad y la transparencia”, expuso el Senador Taveras; mientras que el viceministro Jatzel Román agregó que “la ética, el trabajo y la integridad son vitales”.

Mariel Bera, presidenta de ECORED; Laura Rojas, directora ejecutiva de Nature Power Foundation; y Margarita Miranda de Mitrov, presidenta de la Fundación Sinfonía; junto a Thony Da Silva, socio director de Pizzolante, conformaron el cuarto y último panel, en el que el tema central fueron los retos para ejercer el liderazgo social en la actualidad.

“No existen empresas exitosas en sociedades fracasadas” dijo Mariel Bera. Laura Rojas añadió que “la clave es el empoderamiento de las comunidades a través de la sostenibilidad del cambio”.





Andrés García, CEO Factor de Éxito; Arianna Rolo Figueroa, directora de Mercadeo Factor de Éxito; Isabel Cristina Rolo Figueroa, directora ejecutiva Revista Factor de Éxito; John Maxwell, conferencista, autor y coach; Isabel Figueroa de Rolo, CEO Factor de Éxito; Héctor Rolo, CEO Factor de Éxito; Luis Daniel Arias, asesor de Negocios Internacionales.

Durante su participación, nuestra directora ejecutiva, Isabel Cristina Rolo Figueroa, hizo un reconocimiento al equipo que conformamos la revista: “Para nosotros, y sabemos que para ustedes debe ser igual, un líder no es nadie sin su equipo. Y aprovechamos la oportunidad para mostrarles, con orgullo, el rostro de las personas que han sido la base para que Factor de Éxito haya tenido el crecimiento sostenido desde que sacamos nuestra primera edición en el 2016”, dijo en un emotivo momento.

De esta manera, en Factor de Éxito afianzamos nuestro liderazgo como una revista con enfoque empresarial y de negocios, tanto para República Dominicana como en nuestras ediciones internacionales para Atlanta, Miami, Chile, Colombia, México, Ecuador, Panamá y Nueva York; y reafirmamos el compromiso que hemos asumido de llevar a nuestras diferentes plataformas temas que impulsen el crecimiento de la región.



Alexander Schad, presidente ejecutivo Frederic Schad SAS; Rayvelis Roa, Especialista en comunicación estratégica; Isabel Cristina Rolo Figueroa, directora ejecutiva Revista Factor de Éxito; Anyarlene Bergés, vicepresidente de Relaciones Institucionales, Comunicaciones y Sostenibilidad de INICIA; Isabel Figueroa de Rolo, CEO Factor de Éxito; Héctor Rolo, CEO Factor de Éxito; Arianna Rolo Figueroa, directora de Mercadeo Factor de Éxito; Juan Miguel Curbelo, director general de Administración y Finanzas de Corporación Avícola del Caribe - Pollo Cibao



Héctor Rolo, CEO Factor de Éxito; Isabel Figueroa de Rolo, CEO Factor de Éxito; Isabel Cristina Rolo Figueroa, directora ejecutiva Revista Factor de Éxito; Mariel Bera, presidenta ECORED; Laura Rojas, directora ejecutiva Nature Power Foundation; Margarita Miranda de Mitrov, presidenta de la Fundación Sinfonia; Thony Da Silva, socio director de Pizzolante

FACTOR DE ÉXITO

¡La clave está en la diferenciación!

PLATAFORMA INTERNACIONAL PARA EL
LIDERAZGO EMPRESARIAL Y DE NEGOCIOS



EVENTOS | REVISTA | DIGITAL | WEB SITE

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

**RESERVA
TU ESPACIO**

... y aprovecha nuestros precios de

**PRE-VENTA
2022**





20 años asumiendo la vocación de servicio, compromiso y entrega en beneficio de nuestros afiliados



Escanea el QR
para afiliarte

afpreservas.com

T 809-960-7000    AFPReservasRD

20
años

 **AFP
RESERVAS**
La AFP de los dominicanos
que les garantiza su retiro