

FACTOR DE ÉXITO

¡La clave está en la diferenciación!

REPÚBLICA
DOMINICANA 
ISSN 2520 - 0100



CENTRO DE
INVESTIGACIÓN
EN **SOSTENIBILIDAD**

Guillem Martí

Director del Centro de Investigación
en Sostenibilidad de Barna
Management School

El tránsito
hacia la **sostenibilidad**
debe ser por convicción,
no por obligación

Katharina Falkner-Olmedo
Representante del Banco
Interamericano de Desarrollo
(BID)

El cambio climático ya no
es un escenario de futuro

Jorge Subero
Presidente ejecutivo
de Cap Cana Ciudad Destino

La visión de Cap Cana
es ser cada día más
sostenibles y
amigables con el
medio ambiente

Luis José López Mena
Presidente Comité
Sostenibilidad
AMCHAM-DR

La sostenibilidad más
que un fin es un
proceso continuo

GENTE DE ÉXITO
Mariel Bera
Presidente ECORED

Para las empresas, la
sostenibilidad es el
camino correcto

sesderma 
listening to your skin

FILLDERMA

Poder redensificador
que rellena tus arrugas



CUMBO EXPO TUR FACTOR DE ÉXITO 2022

¡Gracias por acompañarnos!



¡El cambio es ahora!

La sostenibilidad ya no es un término que simplemente está de moda, ahora mismo debe ser el centro de todas las decisiones de una empresa u organización. La meta de ser más sostenible debe cruzar transversalmente el negocio y ser la columna vertebral de la estrategia empresarial. No es suficiente ser capaces de generar riqueza, las empresas deben tener un propósito y contribuir con la sociedad.

Rescato la fase de Larry Fink, presidente y CEO BlackRock: “Las ganancias no son incompatibles con el propósito; de hecho, las ganancias y el propósito están inextricablemente vinculados”.

Es el momento de replantear qué hace y qué busca una organización empresarial, encontrando un propósito claro que manifieste su potencial de impactar positivamente en la vida de las personas y el planeta. El propósito mantiene alineadas las decisiones importantes del negocio y a los colaboradores alrededor de un propósito común.

El cambio es un imperativo; entonces surgen muchas preguntas: ¿Cómo hacerlo de la mejor manera? ¿De qué forma nuestras organizaciones pueden ser más sostenibles? ¿Existe algún método que nos permita abordar de manera sistemática estos procesos de cambio?

En esta edición, buscamos las respuestas a través de casos de éxito. Nuestros entrevistados dan las claves de su experiencia en el marco de la nueva realidad, así como su visión, desde su área de acción, para una República Dominicana más sostenible.

No hay dudas de que las empresas sostenibles reciben importantes beneficios, como reducción de los costos por vía de la eco-eficiencia, mejora del desempeño operacional, acceso a capitales preferentes, crecimiento de los ingresos, mitigación del riesgo: resiliencia, licencia para operar y confiabilidad de la cadena de suministro; creación



de valor intangible: marca, reclutamiento, retención e implicación del personal y creación de valor no solo para los accionistas, sino para todos los stakeholders.

Hoy la puerta hacia la revolución de la sostenibilidad está abierta y la invitación es a cruzarla.

Habel Cristina
Directora Ejecutiva

DISRUPTIVE MARKETING

Break the Status Quo

CONGRESO
INTERNACIONAL
MERCAD EXPO

30 de **NOVIEMBRE**
1, 2 de **DICIEMBRE**



Lendof & Assoc.



Conoce más en mercadexpo.com.do

Av. Francia #129, Gazcue, Santo Domingo, R.D.
Tel. 809.689.4111, Exts: 2023, 2025



contenido

pág. portada
16



El tránsito hacia la sostenibilidad debe ser por convicción, no por obligación

Guillem Martí
Director del Centro de Investigación en Sostenibilidad de Barna Management School

pág. INTERVIEW
22



La sostenibilidad más que un fin es un proceso continuo

Luis José López Mena
Presidente Comité Sostenibilidad AMCHAM-DR

pág. INTERVIEW
26



El cambio climático ya no es un escenario de futuro

Katharina Falkner-Olmedo
Representante del Banco Interamericano de Desarrollo (BID)

pág. INTERVIEW
29



El desarrollo sostenible es responsabilidad de todos

Rosa Rijo
Asesora de Desarrollo Sostenible en el Ministerio de la Presidencia

pág. gente de éxito
34



La visión de Cap Cana es ser cada día más sostenibles y amigables con el medio ambiente

Jorge Subero
Presidente ejecutivo de Cap Cana Ciudad Destino

pág. Selección verde
37



EMPRESAS FACTOR DE ÉXITO EN SOSTENIBILIDAD

pág. gente de éxito
52



Para las empresas, la sostenibilidad es el camino correcto

Mariel Bera
Presidente ECORED

pág. empresarialesvip
57



I Cumbre ExpoTur Factor de Éxito. Una ventana a la actualidad turística dominicana

directorio

Revista Factor de Éxito República Dominicana
Número 40, Año 6

Directora:
Isabel Cristina Rolo Figueroa

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

CEO-Directora Editorial:
Isabel Figueroa de Rolo

Director de Arte:
Héctor Rolo Pinto

Directora de Mercadeo:
Arianna Rolo

Directora de Comunicaciones:
Siddhartha Mata

Coordinadora de Comunicaciones:
Eidrix Polanco

Periodista:
Isamar Febres
Magnolia Sánchez

Asesora comercial:
Rosely Matos

Content Manager:
Gabriela Alfonso

Web Master :
Juan Rebolledo

Diseño y Diagramación:
Luis Gota

Portada:
Guillem Martí
Director del Centro de Investigación en Sostenibilidad de Barna Management School

Articulista de esta Edición:
Ismael Cala
Eddy Gouveia

- **Revista Factor de Éxito República Dominicana**
Factor de Éxito Rolga Group SRL
RNC 1-3135817-9
Dirección: Av. Lope de Vega #29, Novo Centro, Nivel 3.
Local C-6, Ensanche Naco, Santo Domingo.
Teléfonos: +1 829.340.5724 – 809.542.2479
info@revistafactordeexito.com
Instagram: @RevistaFactordeExito
Twitter: @RevistaFDE
Facebook: Revista Factor de Éxito
Linkedin: Revista Factor de Éxito
www.revistafactordeexito.com
 - **Revista Factor de Éxito Atlanta**
info@atlanta.revistafactordeexito.com
 - **Revista Factor de Éxito Chile**
info@chile.revistafactordeexito.com
 - **Revista Factor de Éxito Colombia**
info@colombia.revistafactordeexito.com
 - **Revista Factor de Éxito Ecuador**
info@ecuador.revistafactordeexito.com
 - **Revista Factor de Éxito México**
info@mexico.revistafactordeexito.com
 - **Revista Factor de Éxito Miami**
info@miami.revistafactordeexito.com
 - **Revista Factor de Éxito New York**
info@newyork.revistafactordeexito.com
 - **Revista Factor de Éxito Panamá**
info@panama.revistafactordeexito.com
- Registro de publicación impresa: **ISSN 2520-0100**
Registro de publicación electrónica: **ISSN 2520-0585**

Nature Power Foundation Innovación social y sostenibilidad como ejes estratégicos de trabajo

NPF busca con sus intervenciones cerrar las principales brechas de desarrollo que afectan a la población desde una perspectiva de protección al medio ambiente y la utilización de tecnologías limpias que ayuden a la reducción de las emisiones de CO2.



Nature Power Foundation (NPF) es una organización no gubernamental enfocada en la innovación social, que diseña y ejecuta soluciones para mejorar la calidad de vida de las personas e impulsar el desarrollo social y económico de las comunidades donde trabajan.

Dentro de los programas estratégicos de Nature Power Foundation, con los cuales han logrado impactar a más de 10,000 personas de forma directa en el país, destacan:

- **E-delivery:** Programa de transición a la movilidad eléctrica dirigido a las MIPyMES, específicamente colmados del Distrito Nacional.

- **Nature Village:** Es un programa multidimensional y multiactor para el cierre de las principales brechas de desarrollo que afectan a la población en situación de pobreza, donde han impulsado la primera comunidad solar del país, en Sabana Yegua Viejo, Azua. Esta

comunidad compuesta de 50 familias anteriormente aisladas, sin acceso a agua y energía eléctrica, hoy cuenta con la primera microcentral solar rural del país, un acueducto con agua potable, una piscifactoría para la generación de ingresos económicos. En adición, han construido las primeras casas con plástico reciclado e impulsado una cooperativa comunitaria para el mantenimiento de los servicios básicos de la comunidad. Actualmente, se encuentran en fase de construcción del Nature Village II en la comunidad Las Lagunas con más de 90 familias, en la provincia de Elías Piña.

- **Recicla+:** A través de este programa las comunidades de Sabana Yegua Nuevo y Viejo, en Azua reciclan mil libras de plástico semanales y se realiza el componente de educación a la comunidad y las escuelas sobre el manejo de residuos, importancia del reciclaje y el impacto en la comunidad de la contaminación ambiental.

▪ **El Poder del Agua:** Han construido 7 acueductos alrededor del país, proveyendo agua potable por primera vez a siete comunidades rurales y suburbanas.

Movilidad eléctrica para los delivery de colmados

Con el programa E-delivery, Nature Power Foundation busca lograr, a través de la transición a movilidad eléctrica de los deliveries de colmado, reducir los indicadores de contaminación por emisiones de CO2 y acústica. Además, de llevar a cabo un programa de educación en habilidades blandas y conducción vial para los deliveries de forma que se puedan reducir los siniestros.

E-delivery cuenta con el BID-Lab como aliado principal, así como

otras instituciones del sector público y privado: Celeste Motors, es el proveedor de los motores especialmente diseñados para el sector delivery y colmados. También son parte del programa Cervecería Nacional Dominicana, Voluntariado Banreservas, BANFONDESA, Matrices, la Alcaldía del Distrito Nacional, el Ministerio de Medio Ambiente, el INTRANT, el Consejo Nacional de Cambio Climático y Grupo Ramos.

E-delivery busca, en una primera etapa, cambiar 265 motores ruidosos y contaminantes por motores eléctricos cero emisiones CO2 y libre de ruido, impactar en la calidad de vida de 1,000 jóvenes deliveries, reducir las emisiones de 500 Toneladas de CO2 al año equivalente a la siembra de 3,000 árboles y reducir la contaminación sonora.

Desde el sector de las MIPyMES o colmados y la persona que

realiza el servicio de delivery, E-delivery ha tenido una gran aceptación, ya que garantiza bienestar para todos los involucrados: al colmadero, representando un ahorro importante mensual en gastos de combustible y mantenimiento; al delivery, porque representa seguridad y adcentamiento del sector; a la comunidad, que se ve menos afectada por los ruidos y la contaminación del aire y a todo el país ya que reduce los indicadores de contaminación y de siniestralidad.

Para Nature Power Foundation la comunicación ha sido crucial, no solo para dar a conocer el impacto de la organización, sino también para seguir sumando aliados de todos los sectores, privado, público, cooperación internacional y otras ONGs a seguir contribuyendo con el cierre de brechas de desarrollo.



Alianza estratégica

TotalEnergies y MARTÍ celebraron su alianza estratégica en presencia del Presidente de la República, Luis Abinader Corona, ministros de gobierno, clientes y relacionados. En el encuentro ambas empresas dieron a conocer los detalles de este acuerdo, que busca unir esfuerzos con el fin de fortalecer el desarrollo sostenible y la transición energética en el mercado de la República Dominicana.

En un ambiente cargado por los vibrantes colores característicos de TotalEnergies, un túnel del tiempo fue el responsable de dar la bienvenida a los invitados al evento, donde pudieron realizar un recorrido por la historia y trayectoria de ambas empresas hasta llegar a este momento en el cual unen esfuerzos mediante esta importante alianza.

“Nos llena de satisfacción ver hecho realidad este sueño con la conversión de la primera estación Sunix a la marca TotalEnergies. Sunix La 27 es una estación icónica y marca el inicio de esta transformación en la cual todas las estaciones Sunix pasarán a la marca TotalEnergies.”, manifestó Jorge Galiber, CEO y gerente general de TotalEnergies en República Dominicana.

“Este día simboliza la evolución de dos empresas alineadas con una misma visión: apoyar



a la República Dominicana en esta transición energética que es inminente y tan necesaria para la sostenibilidad del país”, afirmó Carlos José Martí, CEO de MARTÍ.

La alianza entre las empresas TotalEnergies, Sunix y Tropigas Natural representa la unión de una red de más de 190 estaciones de servicio, las cuales estarán bajo las operaciones de TotalEnergies, logrando una expansión de las actividades comerciales de distribución y comercialización de gas natural, combustibles, lubricantes, solar y otras energías renovables, en todo el territorio nacional.

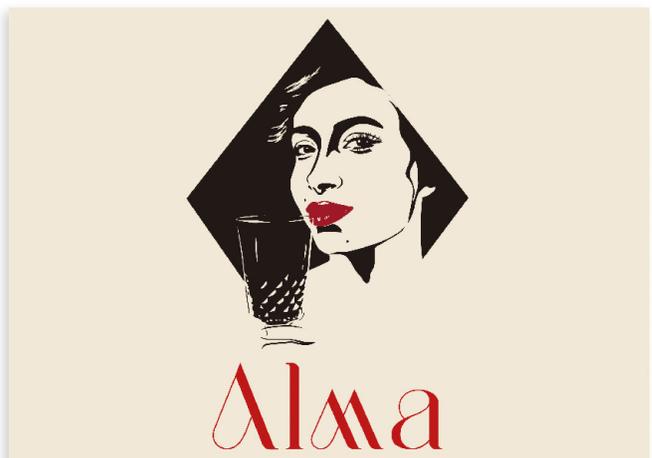
Innovación en coctelería

Con la finalidad de reinventar las recetas originales de cócteles clásicos para obtener bebidas con sabores únicos que representen un sello de calidad y exquisitez, Joana García Montero, fundadora y administradora, presenta ALMA MONTERO, una marca de coctelería dedicada al arte de preparar mezclas.

Las principales características de esta marca son: innovación en sabor, en proceso de elaboración e innovación en marketing.

Su producto Premium, DamaJuana, es un exquisito licor de madera preparado cuidadosamente de modo artesanal, inspirado en la bebida tradicional de los dominicanos “Mamajuana”, pero con una presentación más sofisticada y elegante, un sabor más refinado, que está elaborado con técnicas de preparación artesanal más cuidadosas y profesionales.

Es la divina combinación de madera, hierbas, especias, melaza, miel, ron añejo, vino tinto español y otros ingredientes. La DamaJuana surgió con



la idea de vender innovación en mixología y no simplemente un licor de madera, que le ofrece al mundo lo mejor del campo dominicano. En Alma Montero aplican las técnicas de maceración aprendidas en la European Bartender School.

Compromiso social

En este 2022 Auto Haus continúa con su programa de educación vial “Mi primer vehículo”, impactando a jóvenes y adolescentes en un tema tan importante como el manejo responsable.

Desde 2016, Auto Haus ha asumido el compromiso social de crear conciencia sobre el manejo responsable a través de este programa, que busca concientizar sobre las responsabilidades que conlleva conducir un vehículo, a fin de reducir la cantidad de accidentes de tránsito en el país, pues representan un número catastrófico, siendo el segundo país de América Latina con mayor índice de accidentes.

Este programa implica la realización de charlas a nivel nacional, donde se expone la gran responsabilidad de tener el control del volante, no tan solo desde el punto de referencia del conductor, sino también para el entorno y la sociedad.

Este programa se desarrolla en las escuelas y colegios, y está abierto a todos los escenarios que muestren la disponibilidad de utilización.



“Mi primer vehículo” está liderado por Gustavo Cabrera, vicepresidente de la empresa y Lilian Batista, directora de Mercadeo, así como por la experta en seguridad vial Williana Guzmán y los directivos de Toyota Alfredo Najri, Charline Najri y Manuel Villalona.

Igualdad de género

Reid & Compañía, S. A. y la Universidad Iberoamericana (UNIBE) promueven la participación de colaboradoras de la empresa en el programa Mujeres en las Ingenierías, que tiene como objetivo aumentar la participación del segmento femenino en la profesión de las ingenierías Industrial y de Sistemas, Civil y de Tecnologías Computacionales, apostando así a cerrar la brecha de género en el área. Estas se integrarán a un ecosistema institucional que promueve la creatividad, la investigación, la innovación y el emprendimiento, desarrollando el talento de las estudiantes y su crecimiento integral.

También promueven la creación de soluciones que parten de ideas originales, proponiendo una nueva forma de ver el mundo a través de las artes, la industria creativa y la cultura como propuestas que generan valor y aportan al desarrollo de la Economía Naranja.

Para formalizar, firmaron un acuerdo interinstitucional que, además, permitirá el estudio de carreras de grado, posgrados y maestrías, con ventajas especiales negociadas, y que sus estudiantes realicen en la empresa pasantías para fines de práctica universitaria de último año, enriqueciéndose así con los conocimientos vanguardistas estudiados en las aulas.



“Esta iniciativa surge como parte de nuestro compromiso con la igualdad de género en la empresa y como parte de nuestro Programa de Bienestar Laboral, el cual surge para la satisfacción laboral y el bienestar presente y futuro de La Gente de Reid”, resaltó Georgia Anne Reid, Vicepresidenta de Reid & Compañía, S. A.

La sostenibilidad como eje transversal de las organizaciones

La sostenibilidad se erige como una ventaja competitiva para las organizaciones que buscan conectar genuinamente con sus públicos de interés y posicionarse como referente de mejores prácticas en su industria. No se trata solo de maximizar ganancias, sino de dejar una huella perdurable que incida en el progreso social, medioambiental y económico de toda la sociedad.

En el contexto actual, caracterizado por la hiperconectividad, el empoderamiento de actores claves y la velocidad con que viaja la información, se hace impostergable articular lo que en Newlink hemos definido como el propósito compartido, una filosofía que implica encontrar un punto de interés común entre la organización y sus stakeholders.

Visto desde el sector privado, cuando una empresa conecta su promesa de negocio, con una estrategia de sostenibilidad integral que impacta positivamente a la sociedad, será más propensa a incrementar tanto la lealtad de sus usuarios o clientes, como la retención y atracción del talento, creando una genuina conexión con estos y proyectando una reputación positiva. Estudios refieren que un 43 % de los consumidores a nivel global, están más inclinados a comprar en negocios que tienen incidencia positiva en la sociedad.

En adición está el cambio generacional de la fuerza laboral global, que según proyecciones , para el año 2029 estará integrada en un 72 % por millenials y generación Z, dos segmentos poblacionales que, desde ya, exigen a sus empleadores mayores involucramientos en temas medioambientales y sociales. Será clave para la retención del talento mantenerlos inspirados y, para ello, se precisa distinguirse como una organización que marque la diferencia y modele una reputación sostenible que inicia desde adentro hacia fuera.

Como fieles creyentes del valor de la conexión, en Newlink vemos al mundo sustentado en cuatro grandes fuerzas: velocidad, transparencia, colaboración y conciencia social. Por lo que, si queremos trascender, se hace necesario conectar con estos pilares. De ahí la importancia, de hacer una introspección para encontrar ese punto de convergencia, que combine la razón de ser de la organización con las expectativas e intereses de los actores que desea impactar. No es un ejercicio a la ligera. Implica repensar de forma transversal la estrategia de sostenibilidad del negocio, que debe erigirse en base al propósito compartido.



Fernando Martínez
Vicepresidente Newlink Dominicana

Energía limpia

InterEnergy Group anunció su asociación con Brookfield Renewable, y sus socios institucionales, y Stonepeak para expandir aún más su actual plataforma comercial mientras acelera su transición hacia las cero emisiones netas. Como parte de la transacción, Brookfield y Stonepeak invertirán hasta US\$ 1,000 millones en InterEnergy en el transcurso de los próximos cuatro años, impulsando a este grupo energético a una posición de liderazgo entre las empresas de energía limpia en América Latina y el Caribe.

InterEnergy suma una trayectoria de 30 años proporcionando energía confiable, costo-eficiente y limpia a personas y ciudades en la República Dominicana, Panamá, Jamaica, Chile y Uruguay, a través de sus activos de energía solar, eólica y de gas natural. La Compañía planea utilizar las inversiones de Brookfield Renewable y Stonepeak para ejecutar una cartera de desarrollo renovable de más de 1,0 GW, aumentar la implementación de sus servicios en las regiones en las que opera, facilitar su transición energética y hacer crecer el negocio de manera sostenible para el largo plazo.

Rolando González - Bunster, presidente y CEO de InterEnergy Group, afirmó: “Creemos que, juntos,



de la mano de Brookfield y Stonepeak, podemos hacer una contribución significativa al esfuerzo de descarbonización de la región, a través de la transición energética. Este es el compromiso y la obligación que tenemos en todos los mercados donde operamos, liderando proyectos pioneros que han abierto el camino hacia un futuro más brillante y limpio.”

Emprendimiento

Traiga su envase es un emprendimiento venezolano, replicado en la República Dominicana por la empresa Soluciones Químicas Dominicanas, pensando en su efectiva adaptación al mercado, en las condiciones específicas del país y en el ahorro sustancial en los precios de sus productos, siempre con la premisa de tener un planeta más limpio como norte.

El sistema consiste en la recarga de productos de limpieza de excelente calidad, como: jabón líquido y suavizante para ropa, lavaplatos, desinfectante, desengrasante y cloro, utilizando envases reusables que cualquier persona puede tener en su casa, y manteniendo un estándar óptimo en cada uno de estos productos.

Al darle a los envases uso en varias oportunidades, se busca colaborar con el planeta. “De esta manera, los clientes pueden reciclar los envases que tengan en sus hogares y así colaborar en la construcción de un mundo mejor, ya que es bien sabido que la mayoría de los envases de plástico que hoy en día usamos a diario terminan contaminando océanos. Este es nuestro granito de arena para colaborar con el medio ambiente”, afirma la empresa Soluciones Químicas Dominicanas en un comunicado.

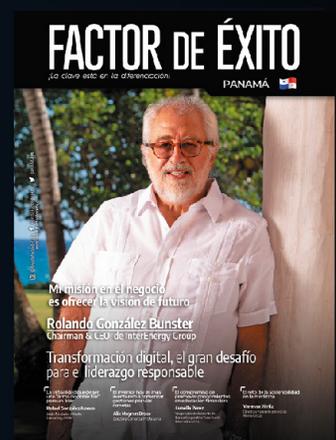


“Esta es una iniciativa que resultó muy provechosa en Venezuela, debido a las condiciones que se han vivido en ese país y, gracias a ese aprendizaje, estamos seguros que la República Dominicana también nos abrirá las puertas en este proyecto, gracias a la relación precio – valor, que es indiscutible”, concluye el comunicado.



VISIBILIDAD Y EXPOSICIÓN INTERNACIONAL PARA MAYOR COMPETITIVIDAD

APUNTA Y ACCEDER A TODAS NUESTRAS EDICIONES



La transformación digital ha llegado para quedarse y el sector automotriz se montó sobre esa ola. Las marcas se adaptaron a los nuevos tiempos, el consumo digital es mayor y las audiencias están cada vez más enfocadas hacia las diversas plataformas tecnológicas. Siendo este sector uno de los que cuentan con mayor presencia en el entorno publicitario, destaca también por sus estrategias de marketing digital para la industria.

Por ello, en esta edición elegimos tres piezas que sacaron partido a la digitalización del marketing automotriz, de las agencias Forero CTC, Publicis, Linkpartners, que manejan las marcas Nissan, Ford y Lexus. Esta sección es evaluada por jurados expertos en el área, para otorgar así la distinción Factor de Éxito, según las categorías expresadas. Las piezas publicitarias fueron evaluadas por el jurado de esta ocasión: José Llano, Francesca Bueno y Janio Lora.

Jurado evaluador de esta edición



Francesca "Chesca" Bueno
Supervisora creativa
en Mullen Lowe Interamerica



Janio Lora
Director Creativo de OR Advertising



José Llano
Fundador de LLano Constructive
Marketing

Redactora y creativa dominicana con más de 20 años de experiencia. Fue criada (y malcriada) en grandes agencias del país y ha manejado importantes marcas locales e internacionales. Fanática de la creatividad, el comportamiento de las personas, las buenas novelas, los chistes malos y las teorías de conspiración.

Director Creativo de OR Advertising, 24 años de carrera en los que ha trabajado para marcas como Coca-Cola, BHD, Pfizer, Claro, Popular, Mercasid, Nestlé, Banreservas, entre muchas otras.

Laboró durante 20 años en el sector privado, donde manejó todas las estrategias de negocios, marketing y publicidad de algunos de los productos de mayor penetración en el país. En el 2015, fundó LLano Constructive Marketing, empresa consultora de mercadeo y publicidad.

Es creador y líder de "Caminantes por la Vida", una de las acciones sociales más notorias del país. Además, es creador del primer reality show orientado a la cocina en RD, que impactó la industria gastronómica y mantuvo a los dominicanos "pegados" a su televisor todos los domingos.



Ford Bronco

Grupo Viamar / Ford Bronco

- ◀ Campaña: **Rodeo City**
- Agencia: **Publicis Dominicana**
- Dirección Creativa: **Álvaro Novoa**
- Director Creativo: **Álvaro Novoa y Ángel Lugo**
- Director de Arte: **Nicolás la Madrid**
- Cuentas: **Mónica Ocumares**



Lexus
Delta Comercial

- ▲ Campaña: **This is Lexus**
- Agencia: **Linkpartners**
- Dirección Creativa: **Jessalyn Arthur, Carlos Castro, Julio Matías**
- Director Creativo y de Arte: **Carlos Castro**
- Cuentas: **Gina Mejía**
- Mercadeo: **Robert Asunción**



Nissan
Nissan RD

- ▲ Campaña: **Esto Es Nissan**
- Agencia: **Forero CTC**
- Director Creativo: **Carlos Forero**
- Director de Arte: **Anny Bell Rodríguez**
- Copywriter: **Crismery Batista**
- Cuentas: **Susy Matos**
- Planners: **Francheska Rivera**
- Producción audiovisual: **Basecamp**
- Medios: **OMD**

EVALUACIÓN

Francesca “Chesca” Bueno

Supervisora creativa en Mullen Lowe Interamerica

Cuando hay una idea, no importa si la amas o la odias, siempre la agradeces.

Eso ocurre con iniciativas como Ford Bronco, que pueden generar sentimientos encontrados pero al final llaman la atención porque todos hablamos de ellas. En el caso de “This is Lexus” se siente como una idea clásica de estilo de vida de lujo, esta serie de audiovisuales comienzan de la misma forma, en lo personal hubiese preferido que se diferenciaron de entrada uno de otro. “Esto es Nissan”, con el mismo posicionamiento del anterior, pero con otra implicación, muestra una tendencia utilizada por varias marcas: la del turismo interno en RD, algunos de los contenidos son interesantes a nivel de recursos.

Janio Lora

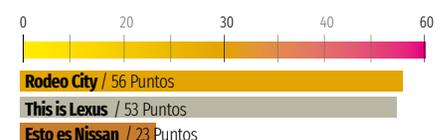
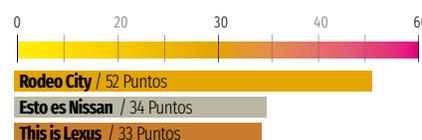
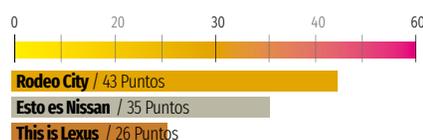
Director Creativo de OR Advertising

Ideas y producciones de calidad, con recursos novedosos que refrescan una categoría que todavía sufre el impacto de la pandemia. Piezas tan diferentes como las formas de comprar vehículos y de ver sus atributos, más evidente en la enérgica pieza de Bronco.

José Llano

Fundador de Llano Constructive Marketing

Debo destacar el trabajo creativo de las tres propuestas. Cada una, a su manera, transmite el concepto y responde a los insights planteados, tomando en cuenta que las campañas, sobretudo en las redes sociales, deben ser precisas al momento de comunicar, ya que el tiempo de atención del usuario es limitado, entonces se deben de usar los recursos creativos necesarios para llamar la atención. Tomando esto, “Rodeo City” fue la que llamó la mía al instante; siguiendo con “This is Lexus”, que tiene un foco más de lujo, acertada la elección de Mariasela Álvarez. Luego, “Esto es Nissan”, mostrando las distintas opciones que tienen de desplazamiento a trayectos largos, sin embargo, faltó mayor visibilidad a los modelos de vehículo.





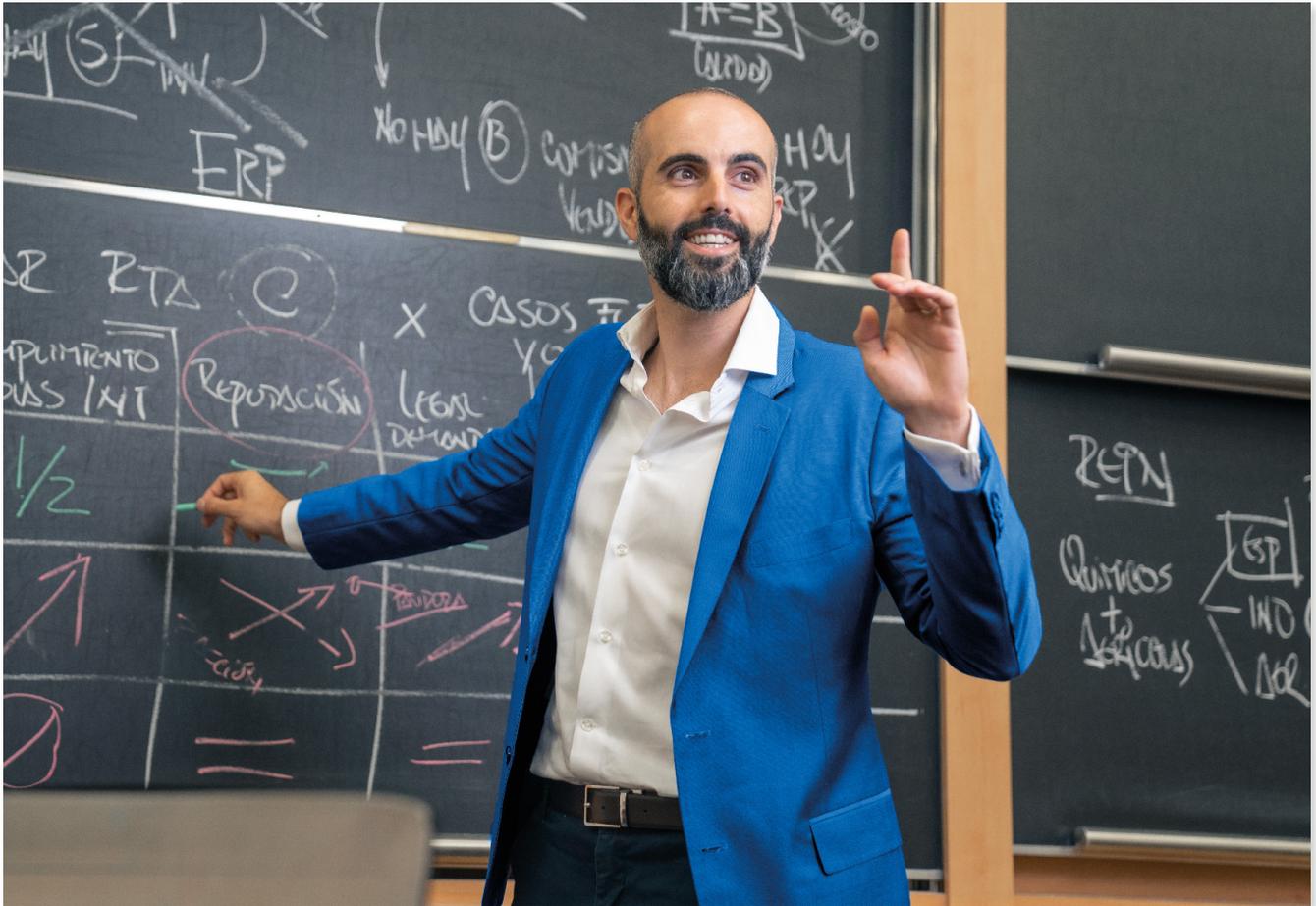
CENTRO DE
INVESTIGACIÓN
EN **SOSTENIBILIDAD**

El tránsito hacia la **sostenibilidad** debe ser por convicción, no por obligación

Para el profesor e investigador, el empresariado dominicano está haciendo grandes esfuerzos para mejorar de forma voluntaria el impacto ambiental y social de sus negocios.

Guillem Martí

Director del Centro de Investigación en Sostenibilidad
de Barna Management School



La sostenibilidad se rige bajo el principio de asegurar las necesidades del presente sin comprometer las de las generaciones futuras, siempre apuntando a la protección del medioambiente, el crecimiento económico y el desarrollo social.

El cambio climático ha obligado a replantear los hábitos de vida y urge a empresas e instituciones a cambiar su propósito hacia la sostenibilidad. En el país, el Centro de Investigación en Sostenibilidad de Barna busca impulsar la transición del mundo empresarial hacia un modelo económico inclusivo y sostenible. Guillem Martí, su director, señala que “la sostenibilidad en la República Dominicana, igual que en gran parte del mundo, es todavía incipiente. A nivel regional, podemos destacar a Costa Rica como un país que se ha tomado seriamente la sostenibilidad y ha sido capaz de mejorar la calidad de vida de sus ciudadanos y de

desarrollar su economía gracias a la protección y regeneración ambiental”.

Martí, quien es Doctor en Ciencias Humanísticas y Sociales por la Universitat Abat Oliba CEU, Licenciado en Administración y Dirección de Empresas por la Universitat de Barcelona y Licenciado en Derecho por la Universitat Oberta de Catalunya, además de profesor titular residente de Barna Management School, afirma que Europa es la región líder a nivel mundial en este campo, ya que mediante leyes y normativas muy estrictas, la Unión Europea ha conseguido que las empresas adopten modelos de producción más sostenibles. “En República Dominicana no contamos con normativas tan sólidas, ni con la capacidad fiscalizadora necesaria para hacerlas cumplir. No obstante, observamos cómo el empresariado está haciendo grandes esfuerzos para mejorar

de forma voluntaria el impacto ambiental y social de sus negocios. Es esperanzador que las empresas dominicanas estén transitando hacia modelos más sostenibles por convicción y no por obligación”, apunta.

¿Cuáles son los desafíos que enfrentan las empresas dominicanas en términos de sostenibilidad y competitividad actualmente?

Las empresas tienen que adaptarse a tres grandes disrupciones globales. En primer lugar, el cambio climático está alterando los ecosistemas que soportan nuestra civilización y haciendo más graves y habituales fenómenos extremos, tales como huracanes, sequías, inundaciones e incendios. En segundo lugar, el aumento de la población mundial y el crecimiento de la clase media están generando una creciente demanda que acentúa la escasez de alimentos, agua, energía y



toda clase de recursos naturales. La tercera gran disrupción es el aumento de la transparencia gracias al desarrollo de las telecomunicaciones, las redes sociales y la educación de los consumidores.

No se trata de fenómenos que puedan suceder en el futuro, sino de realidades que ya están transformando la República Dominicana. Hace una década que el sargazo castiga el sector turístico. La pérdida de cobertura boscosa para el consumo de madera, la ganadería o construcción, está degradando las cuencas hídricas y, con ello, disminuyendo la disponibilidad de agua dulce. Los residuos plásticos que cubren nuestros ríos y playas han sido objeto de fuertes críticas internacionales, perjudicando la reputación del país. Y un nuevo estilo de investigación y comunicación, basado en las redes sociales, ha permitido que jóvenes con escaso apoyo pongan en jaque a empresas e instituciones que actúan contra el interés público.

La tendencia es clara y las empresas dominicanas tendrán que adaptarse a un clima más seco, a un océano que engullirá gran parte de las playas que atraen a los turistas y a la ocurrencia

de huracanes más violentos y frecuentes. También deberán ser capaces de producir los bienes y servicios que requiere la creciente clase media del país, evitando la sobreexplotación de los recursos naturales disponibles. Y, adicionalmente, tendrán que desarrollar modelos de negocio más respetuosos con el entorno ambiental y social, dado que los consumidores y reguladores tendrá a su disposición mejores fuentes de información y mayores facilidades de comunicación.

En su opinión, ¿no ser sostenible entraña algún riesgo para una empresa hoy día? ¿Por qué?

No es una cuestión de riesgos, es una cuestión de negligencia. Las empresas existen para ofrecer valor al mercado y, con ello, hacer crecer el capital invertido por los socios. Aquellas empresas que no estén trabajando para mitigar y adaptarse a las tres grandes disrupciones que comentamos anteriormente, están perjudicando activamente la sociedad y están deteriorando el patrimonio de sus inversionistas.

Esto lo tiene muy claro Larry Fink, CEO de BlackRock, la mayor gestora de fondos del mundo.

En su carta a los accionistas del presente año, Fink explicó que “nos enfocamos en la sostenibilidad no porque seamos ambientalistas, sino porque somos capitalistas y fiduciarios de nuestros clientes”. Los mercados financieros son conscientes de los riesgos de invertir en empresas que dañan el medioambiente y que perjudican la sociedad. Por este motivo están empezando a penalizar aquellas empresas que no transitan hacia modelos de negocio más sostenibles.

¿Cuál considera usted que es el papel del líder empresarial en la transición hacia la sostenibilidad?

La sostenibilidad tiene que ser una parte fundamental de la estrategia empresarial. El plan de sostenibilidad debe emanar del líder para generar compromiso, credibilidad y claridad de forma transversal en toda la organización. Así, el líder de la empresa tiene un rol definitorio en la transición hacia la sostenibilidad.

¿Cómo escoger los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) para maximizar el impacto positivo de las operaciones de una empresa?

Los ODS son una excelente herramienta para identificar los impactos que genera la empresa a su entorno. Una vez identificados los ODS más afectados por la actividad del negocio, se pueden diseñar iniciativas que permitan evitar, compensar o mitigar los efectos adversos y potenciar. Un buen plan de sostenibilidad se concentra en aquellas áreas en las cuales la empresa genera impacto directo, evitando desviar la atención hacia actividades no relacionadas con el negocio.

Las Naciones Unidas tienen a disposición del público la *SDG Compass*, una guía de implementación de los ODS. En este documento se segrega cada uno de los 17 ODS en metas concretas y se proponen indicadores para verificar su cumplimiento.

¿Cómo saber si el cambio se está haciendo hacia la dirección correcta? ¿Cómo reconocer que la estrategia está errada para enderezar el rumbo de la empresa?

Igual que con cualquier proceso de implementación, es necesario disponer de indicadores que permitan monitorear el progreso. Se deben tomar indicadores que permitan conocer el impacto de la empresa con el entorno ambiental, el social y el del propio gobierno corporativo. Estos son los tres pilares ESG que conforman la sostenibilidad de la empresa.

Antes de iniciar la implementación se necesita tomar mediciones para conocer el punto de partida. Cada proyecto debe tener un calendario de metas a alcanzar que sean contrastables a partir de los indicadores seleccionados. Así, durante la implementación del proyecto se podrá conocer de forma precisa el impacto que cada iniciativa está generando. Esto permitirá determinar el rendimiento que las inversiones realizadas aportan en términos de sostenibilidad.

¿Cuán importante es potenciar la cultura de sostenibilidad a lo interno de la empresa? ¿Cómo integrar a

los colaboradores dentro de la estrategia sostenible del negocio?

La sostenibilidad no consiste en organizar una jornada de limpieza de playas, de siembra de árboles o de recaudación de fondos para ayudar a niños. La sostenibilidad consiste en crear modelos de negocio regenerativos, en potenciar el desarrollo social y en crear estructuras de gobierno corporativo robustas. Por lo tanto, para que una empresa mejore su sostenibilidad, necesita potenciar una cultura de innovación que permita cuestionar las tradiciones, proponer nuevos procesos y reformular las propuestas de valor. Es indispensable capacitar a los colaboradores para que entiendan la importancia estratégica de la sostenibilidad en el negocio y para que encuentren inspiración en las prácticas implementadas en otras empresas.

Los stakeholder también están viviendo su propia transición hacia la sostenibilidad, ¿cuáles son





las claves para alinear ambos caminos?

Los stakeholders son aquellos agentes que tienen interés en la actividad de la empresa, conforman su entorno y tienen capacidad para influir sobre la misma. Por tanto, los stakeholders son aliados clave para mejorar la sostenibilidad de la empresa.

Por ejemplo, se pueden establecer sinergias con clientes para gestionar cadenas de logística inversa y mejorar la responsabilidad extendida del productor. De la misma forma, se pueden establecer alianzas con proveedores para reducir los empaques y mejorar la trazabilidad de la materia prima utilizada. Los trabajadores y las comunidades ofrecen valiosa información para desarrollar iniciativas de sostenibilidad social que mejoren la seguridad y la salud de las personas impactadas por la empresa. Los reguladores son aliados esenciales para proteger el interés público. Incluso se pueden establecer relaciones de co-competencia, en las cuales se colabora con la competencia para desarrollar estándares que mejoren la sostenibilidad del sector.

¿Qué rol juega la comunicación dentro de una empresa que está en plena transición hacia la sostenibilidad?

La comunicación interna de la empresa tiene un rol importante a la hora de difundir de forma clara los objetivos en materia de sostenibilidad, y darles el carácter y relevancia que ameritan. De esta forma, se contribuye a generar compromiso. Como toda gran transformación, la sostenibilidad no solo requiere conocimiento, también necesita una gran dosis de pasión. Transmitir esta pasión está en manos de los departamentos de comunicación.

Descubrir en el terreno los impactos que la empresa genera sobre el entorno es una excelente forma de comunicar, generar compromiso y despertar entre los colaboradores pasión hacia la sostenibilidad. Visitar las comunidades con las cuales se relaciona la empresa, conocer las fuentes de agua y los lugares de deposición de los residuos, entender cómo se genera la energía que se utiliza o vivir el proceso de obtención de la materia prima, son experiencias que permiten entender la importancia

de mejorar la relación con el entorno.

En cualquier caso, es fundamental ser honesto en cuanto a la sostenibilidad. Se tiene que ser muy cuidadoso en no utilizar la comunicación para maquillar, exagerar o mentir acerca de la sostenibilidad de la empresa. Los consumidores cada vez identifican mejor el “greenwashing” y castigan con severidad aquellas empresas que simulan ser sostenibles. Los stakeholders prefieren una empresa que, de forma sincera, expone los retos que tiene en materia de sostenibilidad y que plantee un plan realista para corregirlos, en lugar de una empresa que disimula su impacto y se hace pasar por “verde”.

¿La tecnología es aliada o enemiga de la sostenibilidad?

La tecnología tiene un gran potencial para mejorar la sostenibilidad. Tomando como ejemplo el sector energético, no quedarían bosques en el Planeta si todavía usáramos la madera como principal materia prima para la generación de energía. Los avances tecnológicos han permitido aprovechar fuentes energéticas cada vez más eficientes que han



CENTRO DE INVESTIGACIÓN EN SOSTENIBILIDAD

en la matriz energética nacional. También me ilusiona conocer los nuevos proyectos de generación solar y eólica de EGE Haina y la capacidad de producir energía a partir de la biomasa de caña de azúcar en San Pedro Bioenergy.

Es admirable como Barrick y Cormidom están aportando riqueza al país con modelos de minería cada vez más respetuosos con el medioambiente y las comunidades. En el sector turístico destacan empresas como Grupo Puntacana, Hoteles Iberostar y Cap Cana, que cuidan las playas y las personas que atraen visitantes de todo el mundo. También hay actores destacados en materia de sostenibilidad en otros sectores como Gerdau-Metaldom en la industria, Codevi en la manufactura, Grupo Popular en las finanzas o Macadamia la Loma en la agricultura.

A parte, Dominicana cuenta con destacados activistas y consultores que ayudan a las empresas a transitar hacia modelos de negocio más sostenibles, entre ellos Greenergy, Sostenibilidad 3Rs, Una Vaina Verde o Fundación Verde Profundo.

También Factor de Éxito está contribuyendo a mejorar la sostenibilidad del país con publicaciones como esta y con su alianza con el Centro de Investigación en Sostenibilidad. En definitiva, somos muchos, cada día más, los que ponemos nuestro granito de arena para que la República Dominicana y el mundo entero puedan generar valor facilitando el desarrollo social y la regeneración ambiental.

potenciado el desarrollo económico y social.

No obstante, la tecnología también alberga riesgos para la sostenibilidad. Siguiendo con el ejemplo de la energía, hemos disminuido la tala de árboles para generación de energía, pero el carbón, el petróleo, la energía nuclear y el gas, vienen acompañados de grandes retos para la sostenibilidad. Incluso, las energías renovables plantean dificultades para que sean realmente sostenibles.

En el desarrollo de modelos de negocios sostenibles, ¿qué elementos son claves destacar?

Un modelo de negocio sostenible acostumbra a destacarse por tener una misión vinculada con un propósito que genere valor social y ambiental. En su actividad productiva, se caracteriza por la ausencia o mitigación de externalidades negativas, que son los impactos negativos causados a terceros. Y otro elemento a destacar de los negocios sostenibles es que establecen mecanismos para que el valor generado sea distribuido de forma justa entre los stakeholders, lo que se conoce como “shared value”.

Los negocios sostenibles acostumbran a tener como denominador común el planteamiento de estrategias a largo plazo. La urgencia por presentar resultados trimestrales con beneficios crecientes y con cashflows positivos genera incentivos para la sobreexplotación del entorno, hipotecando el futuro de la empresa. En la medida que la compañía se libera del cortoplacismo, puede establecer planes de acción para la generación de valor sostenido a lo largo del tiempo.

Como director del Centro de Investigación de la Sostenibilidad, ¿qué modelos de negocios sostenibles ha visto nacer, crecer y convertirse en casos de éxito en la República Dominicana?

La escritura de casos, las entrevistas para el podcast “Barna Al Día” y las visitas a empresas que hacemos desde el CIS, me han regalado la oportunidad de conocer directivos y organizaciones inspiradoras.

Me fascinan las inversiones que han hecho AES y CEPM para que el gas natural, conocido como la energía de transición, gane peso

La sostenibilidad más que un fin es un proceso continuo

La transición sostenible demanda acciones de todas las áreas y la sintonía entre todos los equipos de un organización

► **Luis José López Mena**
Presidente Comité Sostenibilidad AMCHAM-DR

Para Luis José López Mena, presidente del Comité de Sostenibilidad de AMCHAM-DR y director de Comunicación Corporativa de AERODOM, velar por la sostenibilidad no es ya un aspecto opcional para una empresa u organización, es un elemento mandatorio. “El planeta está sufriendo la acción humana día tras días, viendo cómo se agotan sus recursos y su biodiversidad. La resiliencia del planeta tiene un límite y, cada día que pasa, nos acercamos a él”, afirma.

El profesional de las comunicaciones, con más de 15 años de experiencia en la planificación y ejecución de comunicaciones estratégicas, relación con grupos de interés, sostenibilidad, gestión de proyectos, relaciones con medios de comunicación, comunicaciones internas y relaciones comunitarias, señala que “la sostenibilidad propone alcanzar un equilibrio entre el aspecto social, económico y ambiental de una organización. Para ello, es fundamental que exista un balance entre el crecimiento económico de las empresas y el uso que las mismas les dan a los recursos humanos, financieros, materiales y naturales que las conforman”.

En este sentido, una empresa que no se adapte a los constantes cambios que exige el mercado actual para ser competitivo corre el riesgo de desaparecer, comenta. “De ahí que, considerando la enorme importancia que posee la sostenibilidad para la sociedad en general, sea ya un

aspecto imprescindible para toda organización”.

¿Cuáles considera que son los dilemas que enfrentan las empresas frente a la inminente revolución de la sostenibilidad?

Así, apostar por la sostenibilidad es apostar por la innovación, la mejora continua, y la madurez empresarial y socio-económico, por ello precisa innovación.

A menudo se asocia la sostenibilidad a la eficiencia energética y la separación de residuos. Lograr comprender que la sostenibilidad va mucho más allá, que busca transformar la forma en que producimos y consumimos bienes y servicios para respetar la sociedad, la naturaleza, y crear un valor económico compartido es un reto por atender.

La sostenibilidad mas que un fin es un proceso continuo, que demanda acciones de todas las áreas de una organización. Lograr sintonía entre todos los equipos y traducirla a acciones que se ejecuten en el día a día es la forma de poder pasar del dicho al hecho, y ahí es donde radica el mayor reto que enfrentan las organizaciones.

¿Cuál es el panorama de las más de 1,600 empresas nacionales e internacionales que conforman AmchamDR en términos de sostenibilidad? ¿Cuántas de ellas son empresas con propósito?

En AMCHAM-DR tenemos una membresía diversa, con empresas de múltiples industrias y tamaños.

Hemos visto cada vez más mayor atención e interés por la sostenibilidad de parte de toda la membresía. En encuestas recientes, la gran mayoría de empresas han compartido su interés por incorporar prácticas sostenibles en su accionar. No siempre saben cómo dar ese primer paso, y desde el Comité de Sostenibilidad trabajamos para orientarlos y acompañarlos en ese proceso.

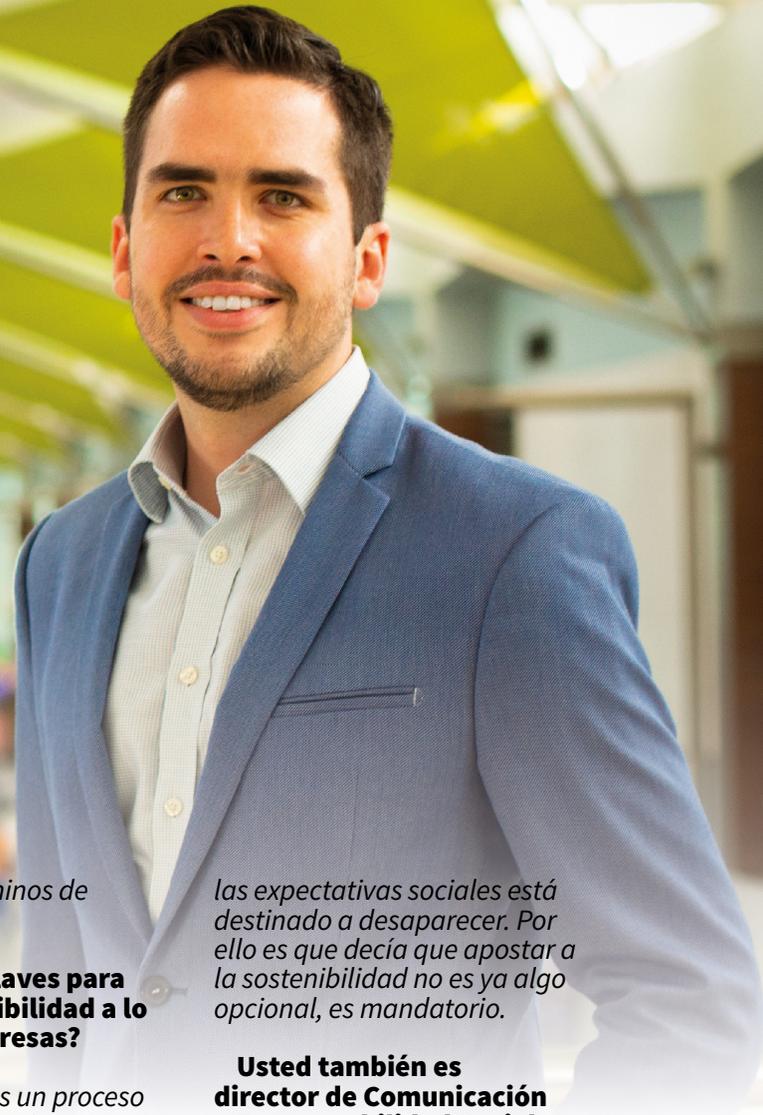
¿Qué acompañamiento y apoyo ofrece AmchamDR a sus miembros para hacer la transformación sostenible?

Desde el Comité de Sostenibilidad contamos con varias herramientas que están a disposición de toda la membresía y del público en general. Tenemos una guía para introducir los ODS en el accionar empresarial, igualmente ofrecemos talleres y tertulias para compartir buenas prácticas y experiencias de empresas miembro. Así mismo, tenemos cajas de herramienta tanto en temas de equidad de género como de introducción de los ODS.

¿Qué impacto han tenido los talleres e iniciativa de AmchamDR para que empresas dominicanas integren la sostenibilidad a sus proyectos y estrategia?

Han sido muy provechosos. En los talleres compartimos experiencias que permiten romper la inercia y traducir el discurso a la acción. Gracias a varias herramientas que forman parte de la guía, ayudamos a las empresas a conocer sus impactos y medirlos

"La sostenibilidad está íntimamente ligada a la innovación"



apropiadamente. Igualmente, a cómo diseñar una estrategia de sostenibilidad para incorporar los ODS en su negocio.

¿Considera que las empresas pequeñas tienen más desafíos que las grandes en su camino hacia la sostenibilidad? ¿Cuál ha sido la experiencia con las empresas miembros de AmchamDR al respecto?

Las empresas pequeñas tienen un mayor reto para medir y monitorear sus acciones en término de sostenibilidad. Las grandes empresas, habitualmente, cuentan con equipos dedicados al rol de sostenibilidad, o consultores externos que les apoyan en estas acciones. Las pequeñas empresas no suelen contar con estos recursos, lo que les impide visibilizar y monitorear sus acciones en términos de sostenibilidad. Lo que hemos descubierto es que todas, incluyendo aquellas que no creían que están haciendo nada, sí están actuando a favor de la sostenibilidad. Al acompañarles en el taller, y presentarles las herramientas que les permiten conocer sus impactos y acciones, se sorprenden al validar que esas pequeñas acciones que realizan

sí les apoyan en términos de sostenibilidad.

¿Cuáles son las claves para impulsar la sostenibilidad a lo interno de las empresas?

La sostenibilidad es un proceso de transición que permite a una empresa evolucionar y madurar, introduciendo cambios graduales que, a menudo, implican no sólo la mejora en la eficiencia interna de la empresa, sino la creación, prueba y ensayo de nuevas líneas de negocio y nuevas fórmulas de cooperación. La sostenibilidad genera oportunidades de ahorro y valorización de residuos, y contribuye a la diversificación y la reducción de riesgos en los negocios. La clave es entender todos los beneficios que trae consigo apostar a la sostenibilidad, identificar un equipo interno que empuje estos temas, encabezados por la alta dirección, y trazarse metas alcanzables que permitan ir viendo el progreso.

Para una empresa, ¿cuál es el costo de no hacer el cambio hacia la sostenibilidad?

Desaparecer. Tan sencillo como eso. Quien no actúa conforme

las expectativas sociales está destinado a desaparecer. Por ello es que decía que apostar a la sostenibilidad no es ya algo opcional, es mandatorio.

Usted también es director de Comunicación y Responsabilidad Social de AERODOM, ¿cómo la comunicación ha apoyado la estrategia de sostenibilidad de los aeropuertos, tanto hacia lo interno como hacia lo externo?

Darle visibilidad a las acciones de sostenibilidad que realiza la empresa ha ayudado a generar un mayor compromiso de todos los stakeholders, lo que se traduce en un mayor apoyo a las diversas iniciativas en curso.

¿Qué falta por hacer en la estrategia de sostenibilidad de AERODOM para alcanzar las metas planteadas?

La sostenibilidad no es un fin, sino un camino. Hemos avanzado mucho en términos de reducir nuestra huella ambiental, mas, cada vez que alcanzamos un hito, nos proponemos uno más ambicioso con la visión de apoyar a descarbonizar la industria del transporte aéreo.

Lleva **TU NEGOCIO** **MÁS ALLÁ** de los números.



Con la confianza de **+800 empresas y en + 10 países**, Adm Cloud es el i-ERP que escala con tu negocio de forma sostenible a medida que crece, optimizando tus operaciones diarias, brindándote más tiempo para concentrarte en **nuevas oportunidades** de negocios.

Da el paso con el sistema de gestión empresarial más completo y robusto del mercado.

Adm Cloud: Simple, Completo, Flexible.



Solicita un
DEMO

www.admcloud.net

@Admcloudlatam

El cambio climático ya no es un escenario de futuro

Para Katharina Falkner, la acción climática no es una opción, sino una prioridad y un requisito para el desarrollo sostenible e inclusivo en América Latina y el Caribe

► **Katharina Falkner-Olmedo**
Representante del Banco Interamericano de Desarrollo (BID)

Con 30 años de carrera en el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Katharina Falkner, se dedicó en un principio a funciones relacionadas al departamento de finanzas, y luego pasó a ser líder en la implementación de estrategias de responsabilidad social y sostenibilidad, como representante del BID en la República Dominicana.

Como parte de su gestión, apuesta por la economía circular en el país, y hacia la transformación de los modelos de negocio para que sean más sostenibles y obtengan un crecimiento continuo a mediano plazo.

Destaca que, desde el Grupo BID, están comprometidos con el trabajo y la acción climática, dedicando más de 30 % de sus programas, que corresponde a 5 mil millones de dólares para este fin. Con respecto al presupuesto 2022-2023, prevén más de 200 procesos de adquisiciones, equivalentes a 400 millones de dólares.

En esta entrevista especial para Revista Factor de Éxito, Katharina Falkner, nos expone desde su experiencia los pasos necesarios para acelerar la revolución sostenible en América Latina y el Caribe, enfocado en la articulación público-privado-ciudadano para alcanzar la agenda 2030.

Tras su experiencia en nuestro país, ¿cómo considera que está evolucionando el compromiso con la sostenibilidad y la economía circular en las empresas dominicanas?

La economía circular es una gran oportunidad para República Dominicana. Los ecosistemas en Latinoamérica y el Caribe tienen muchas oportunidades de aprovecharse de las economías circulares, con solo el 4 % de sus residuos sólidos reciclados. Similar, a la República Dominicana, apenas el 2 % de la producción de reciclaje tiene un potencial enorme de beneficiarse de esta transformación y acercarse a países como Austria, que está valorizando casi el 100 % de sus residuos sólidos, y a su vez, multiplicando su potencial de crecimiento.

El tema es aún más urgente para la República Dominicana, ya que cuenta con más de 200 vertederos a cielo abierto y no dispone de lugares de disposición final adecuados para manejar la gran cantidad de desperdicios diarios que genera. Un estimado que supera por casi el 10 % del promedio de LAC. En este contexto, no sorprende que varias empresas dominicanas se están insertando en la economía circular.

Por ejemplo, hace 4 años, los industriales del país lanzaron el programa de “Innovación y Remanufactura en Residuos de Plásticos y Construcción”, una iniciativa que contó con el apoyo de nuestro laboratorio de innovación. De esta forma, extender la vida de sus productos y fortalecer los incentivos para el acopio de los residuos de plástico. Con éxito comprometió a 20 empresas en el establecimiento de la primera planta recicladora de grado alimenticio del país, que será ubicada en Santo Domingo, con capacidad de procesar más de diez mil toneladas por año.

De igual manera, a través de la ONG Nueva Vida para los Residuos (NUVI) se instalaron 137 puntos de acopio urbano en el Distrito Nacional, Santo Domingo Norte, Santo Domingo Este, Santo Domingo Oeste y Haina. En sus primeros dos años, se colectaron unos 64 mil kilos de botellas de PET, y a la fecha, este número ha subido a 112 mil kilos.

Hoy día, 20 empresas participan en el programa y conforman el primer sistema integrado de gestión de residuos del país. Para el 2025, se están proyectando más de 20 mil toneladas de plásticos PET recuperados, así como la puesta en marcha de otros sistemas de gestión de residuos, con beneficios importantes tanto para el ambiente como para la economía. Lo anterior, permite ilustrar que la economía circular es un buen negocio con mucha perspectiva de fortalecerse en el futuro.

¿Cómo ha ido mediando el BID las relaciones para el incremento de la articulación público-privada?

La articulación público-privada se acelera al momento en que se

encuentran soluciones ganar-ganar entre el gobierno, el sector privado y el ciudadano.

En este sentido, buscamos identificar modelos de negocios que atiendan los intereses de todos los involucrados por igual. Un buen ejemplo es el impulso a la movilidad sostenible, a través de transporte masivo con flotas eléctricas. Es un caso interesante porque, primero, tiene un rol clave en la recuperación económica, ya que más del 50 % de la población usa transporte público; y segundo, es parte de la solución a la crisis climática, reduciendo las emisiones de gases de efecto invernadero.

En República Dominicana, se han estructurado dos proyectos. Uno, en el transporte turístico en la Zona Colonial de Santo Domingo, y otro para una ruta de pasajeros de la Oficina Metropolitana de Servicios de Autobuses (OMSA). Los aspectos claves de estos proyectos han sido la cuidadosa identificación de las necesidades de todos los involucrados, una adecuada estructuración técnica y financiera que tome en cuenta criterios de calidad del servicio para la población, y la recuperación en el corto plazo del costo inicial de los buses eléctricos, a través de eficiencias operativas y menores costos de mantenimiento.

Otro ejemplo interesantísimo, es el proyecto “E-Delivery”. Este es un programa diseñado bajo el liderazgo de Nature Power Foundation. El programa comprende la transición a movilidad eléctrica de motocicletas de combustión utilizadas para los servicios de entrega a domicilio de colmados que operan en Santo Domingo. Hasta la fecha, este piloto avanza y ha excedido las expectativas, con más de 110 órdenes de compras y 60 motocicletas eléctricas ya en uso. Sus posibilidades de escalamiento son enormes tomando en cuenta que existen más de 60,000 colmados en el país.

Han realizado 20,000 procesos de adquisiciones y más de US\$10 mil millones en desembolsos en América Latina y el Caribe por año, ¿cómo se traduce este monto para la República Dominicana,

en términos del desarrollo económico y la instauración de un modelo verde?

Como Grupo BID, promovemos el uso de criterios de sostenibilidad tanto en las compras públicas, como en nuestros procesos de licitación. De los 20,000 procesos de adquisiciones financiados por el BID anualmente, entre 2,000 y 3,000 son para obras, bienes o consultorías. En el caso nuestro, la cartera de proyectos prevé, para los años 2022 y 2023, más de 200 procesos de adquisiciones equivalentes a 400 millones de dólares. Estos procesos representan una oportunidad para empresas, individuos o entidades interesadas en contribuir a proyectos de desarrollo en el país.

Por ejemplo, en los proyectos de infraestructura vial o del puerto de Manzanillo, promovemos en las licitaciones la incorporación de parámetros de sostenibilidad, como son la inclusión de la resiliencia climática para el diseño de las obras o la participación de las mujeres en la ejecución de las obras. También se contempla el uso de herramientas digitales para optimizar los procesos de priorización y gestión de los activos de infraestructura (carretera/ puentes) que permiten el desarrollo de planes de mantenimiento para la sostenibilidad de estas. Esto incluye softwares de gestión de proyectos y de contratos; herramientas de supervisión remota con drones, para facilitar el relevamiento de datos, así como su procesamiento.

En el proyecto del desarrollo turístico de la Ciudad Colonial, se contempla la adquisición de vehículos eléctricos para el transporte público y turístico – el primer proyecto de electromovilidad del país. Allí, el BID también está impulsando la adopción de estrategias arquitectónicas y estructurales que promuevan viviendas verdes y resilientes. Entre estas estrategias se encuentran medidas costo eficientes de protección solar, aislamiento térmico, ventilación e iluminación natural, entre otras. También se incluyen soluciones estructuralmente resilientes a riesgos de desastres naturales e impactos de cambio climático.

Adicionalmente, el BID está financiando la participación de varios funcionarios públicos en una capacitación impartida por la Organización de Estados Americanos (OEA) sobre el tema de compras sostenibles. Se espera que esta iniciativa contribuya a incorporar la sostenibilidad como un tema central en las compras públicas del país.

Hay quienes afirman que la sostenibilidad es un esfuerzo mayor del sector privado ¿qué opina al respecto?

La sostenibilidad resulta ser un esfuerzo y también una oportunidad compartida. El estado está impulsando la sostenibilidad a través de políticas públicas, leyes, sistemas de incentivos y sanciones. El sector privado tiene que mirar hacia adelante y adecuarse a la demanda de mañana; una demanda que está evolucionando de manera acelerada e involucra cambios significativos en los patrones de consumo. Por igual, el ciudadano tiene que aprovechar la información disponible para cambiar sus hábitos hacia un futuro más sostenible.

Deben corregirse fallas del mercado para orientar y acelerar el desempeño del sector privado y su capacidad de inversión hacia la eficiencia y sostenibilidad. El sector energético es un buen ejemplo. Las energías renovables son más sostenibles en términos sociales, económicos, y ambientales, y acelerar la instalación de una capacidad de generación significativa, es decir, la inversión privada depende del marco regulatorio.

El compromiso es de todos. Por tanto, ¿Cuál entiende qué es el rol del ciudadano común en todo este proceso de la revolución de la sostenibilidad?

El rol del ciudadano es clave, a través de sus hábitos de consumo y sus exigencias. Puede y debe impulsar cambios. Primero, el ciudadano vota y elige su gobierno. Después el ciudadano compra, consume y bota o recicla. Aquí, el tema central es que el ciudadano del siglo XXI tiene acceso a un nivel de información que no existía hace

20 años. Y este acceso, se traduce en una responsabilidad cívica de cuidar el planeta, proteger nuestros recursos naturales y asegurar un mejor futuro para nuestros hijos.

¿Cuáles iniciativas público-privada tienen previsto realizar en los próximos años para el cumplimiento de los ODS en el país?

Nuestro programa en el país anticipa intervenciones en los sectores de educación, salud, agua y saneamiento, energía, transporte, mercado laboral, y seguridad y la colaboración entre el sector público y privado es fundamental. Por ejemplo, en educación, un tema fundamental es la inserción de los jóvenes en el mercado laboral, un desafío que requiere la articulación entre el sector público y privado. En saneamiento, un tema central es el manejo de los residuos sólidos que involucra participantes de ambos sectores. De forma similar, los sectores de energía y transporte requieren de una articulación pública – privada, ya que la generación de energía y muchos de los servicios de transporte están provistos por el sector privado.

¿Qué tan importante es para el BID RD involucrar a los gobiernos en que crean en el cambio climático y lo combatan?

En un estudio reciente, calculamos que se requiere entre 500 mil millones y 1,3 billones anuales para lograr los objetivos del Acuerdo de París. Destaco que, desde el Grupo BID estamos comprometidos con el trabajo y la acción climática, dedicando más de 30 % de nuestro programa o 5 mil millones de dólares a este fin.

El compromiso de los gobiernos es clave: a través de su presupuesto nacional, de sus gastos y sus inversiones, sus licitaciones y contratos, y a través de las reglas del mercado articulan la dirección y velocidad hacia una economía más sostenible y resiliente. Y en este sentido, estamos muy contentos de poder colaborar con la República Dominicana en el diseño de un programa de acción climática para el crecimiento sostenido del país.

El desarrollo sostenible es responsabilidad de todos

Para impulsar el avance hacia los ODS,
es necesario que cada actor entienda
su rol y cómo puede aportar

Rosa Rijo ◀

Asesora de Desarrollo Sostenible en el Ministerio de la Presidencia

Para Rosa Rijo, asesora de Desarrollo Sostenible en el Ministerio de la Presidencia, la clave para alcanzar la Agenda 2030 está en educar sobre la importancia de la sostenibilidad y la responsabilidad social. Por esto, desde el Gobierno, están comprometidos en realizar acciones de mitigación y de adaptación sobre el cambio climático.

“Es necesario dar pasos agigantados para impulsar el avance hacia los ODS, sobre todo fortalecer la coordinación interinstitucional para asegurar la implementación de las acciones de manera integrada, logrando que cada actor entienda su rol y como puede aportar”, expresó Rosa Rijo, en entrevista a Revista Factor de Éxito.

Rijo destaca que, la revolución de la sostenibilidad en República Dominicana, es una responsabilidad de todos. Sin embargo, El Estado juega un papel fundamental como eje del diálogo en la articulación de los sectores público-privado. Además, en la incorporación de programas que fomenten la participación ciudadana para el alcance de estos logros.

¿Qué desencadenó su interés en la sostenibilidad?

Tuve la oportunidad de conocer sobre el tema de la sostenibilidad en una experiencia laboral donde el Desarrollo Sostenible y la conservación del medio ambiente estaban en el ADN de la empresa, lo que despertó en mí el interés de buscar la forma de agregar valor. Fue un camino lleno de aprendizaje, y que, sin duda, marcó un antes y un después en mi vida a nivel personal y profesional. En la actualidad, tengo más de 8 años liderando proyectos de sostenibilidad enfocados en Cambio Climático, Alianza Público-Privada, Desarrollo Sostenible y Gestión Pública para el Desarrollo, y llevo 4 años siendo docente de Sostenibilidad en la Universidad Iberoamericana (UNIBE), donde puedo compartir los conocimientos adquiridos e

impulsar nuevos profesionales a contribuir con el desarrollo sostenible del país.

En su función como asesora y gestor público, ¿Qué programas y estrategias están adoptando e implementando el estado para el cumplimiento de la Agenda 2030?

El estado tiene el plan de gobierno 2020-2024 y la Estrategia Nacional de Desarrollo (END), alineados en un 91 % con los ODS y la Agenda 2030.

Se le ha dado continuidad a la Hoja de Ruta de Producción y Consumo Sostenible como acelerador de la agenda 2030, promoviendo la apropiación y el liderazgo sectorial en torno a los objetivos y metas específicas para su implementación, monitoreo y evaluación.

El gobierno, a través de los Ministerios de Industria, Comercio y Mipymes, de Trabajo, de Agricultura y el Consejo Nacional de Competitividad, ha firmado acuerdos para el fomento de prácticas de producción sostenible, con seis importantes organizaciones de productores industriales y agropecuarios. Ha realizado la alianza público-privada Rescate Ozama, en colaboración con el PNUD y la Fundación holandesa The Ocean CleanUp, con el objetivo de eliminar los plásticos de un solo uso y los residuos flotantes que llegan al río Ozama.

Se realizó la Encuesta Nacional de Desarrollo Industrial y Sostenibilidad, y se publicó la ley general sobre gestión integral y coprocesamiento de residuos sólidos

¿Qué avance se tienen respecto a los logros alcanzados en la ejecución de políticas públicas para el desarrollo sostenible?

El país ha seguido avanzando a favor del desarrollo sostenible. Una muestra es que el gobierno reafirma su compromiso con los ODS y la Agenda 2030 a través del proceso de priorización de las políticas en el Plan Plurianual, orientando sus logros de manera integrada

con los objetivos y metas de la Estrategia Nacional de Desarrollo (END). Además, del Plan de gobierno 2020-2024 y los ODS, resaltando la importancia de las políticas de planificación territorial.

En el marco del Programa de Gobierno 2020-2024, se impulsa una política integral de creación de oportunidades, la política población rural, el desarrollo agropecuario y pesquero. En el marco de la gestión del Gabinete del Agua, la política da acceso a los servicios de agua potable, alcantarillado sanitario, pluvial y saneamiento básico como derechos humanos.

Adicional a esto, la República Dominicana, recibió por primera vez el Fondo Conjunto para los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas (Fondo ODS), con la finalidad de apoyar el diseño y la implementación del piloto de Comunidades de Cuidado como parte de la Política Nacional de Cuidados, que realiza la presente gestión de Gobierno.

En su concepto, ¿cómo ha ido evolucionando la incorporación de la responsabilidad social en las instituciones públicas, direccionadas al cumplimiento de los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS)?

Pese a los devastadores efectos de la Covid-19, la incorporación de responsabilidad social en las instituciones públicas ha seguido evolucionando, lo cual fue demostrado en la celebración de la XIII Semana de la Calidad 2021, donde diez instituciones públicas fueron reconocidas por implementar las mejores prácticas del año 2021, en el cumplimiento de metas establecidas en los ODS de la Agenda 2030, tales como: el Ministerio de la Presidencia (MINPRE), el Ministerio de Obras Públicas y Comunicaciones (MOPC), el Seguro Nacional de Salud (SeNaSa), el Programa de Medicamentos Esenciales (PROMESE), la Contraloría General de la República (CGR) y la Comisión Nacional de Energía (CNE) entre otras.

¿Cuál cree que ha sido la clave para lograr convencer a las empresas e instituciones públicas de hacer evaluaciones del riesgo climático, mayor transparencia en sus procesos y adoptar los objetivos sostenibles?

Pienso que la clave ha sido la educación y el impulso de la Agenda 2030, resaltando la vulnerabilidad que tiene la República Dominicana ante el cambio climático.

La celebración, en el país, sobre la Semana del Clima de América Latina y el Caribe 2022 fue una muestra del gran compromiso que tiene tanto el sector público, como el sector privado en realizar acciones de mitigación y adaptación climática. Hizo un fuerte llamado a la acción regional para impulsar la acción global y hacer frente al cambio climático.

En el marco de la Semana del Clima del Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo (MEPyD), en colaboración con el Consejo Nacional de Cambio Climático y Mecanismos Limpios (CNCCML), presentó el Plan de Acción de la Contribución Nacional Determinada NDC-RD 2022-2025, cuya implementación constituirá una oportunidad para construir consensos y conocimientos en temas clave de la agenda climática.

¿Cómo percibe el trabajo del sector privado en la gestión ambiental y el cumplimiento de la Agenda 2030?

La participación del sector privado va en ascenso. Hoy en día, es un hecho que el beneficio económico y la rentabilidad ya no son la única clave para el éxito empresarial, por lo que cada vez son más las empresas que se suman a la contribución del logro de los ODS y la agenda 2030, realizando cambios significativos e innovadores que aportan al Desarrollo Sostenible.

Para impulsar estas iniciativas existe la Plataforma de Articulación

Empresarial para la Acción Climática (PAEAC), alianza estratégica entre la Fundación Popular, ECORED, el Consejo Nacional de la Empresa Privada (CONEP), el Ministerio de Medio Ambiente y el Consejo Nacional para el Cambio Climático con el acompañamiento del PNUD.

También, se lanzó la iniciativa “Empresas por el Clima” y su herramienta “RDucetuHuella”, que permite a las organizaciones calcular y ser conscientes de su huella de carbono, así como elaborar planes para reducirla y reportar de forma certera y transparente sus emisiones.

Otra propuesta empresarial interesante es la plataforma Empresas Sostenible y su catálogo Prácticas Prometedoras, una iniciativa realizada por el CONEP y PNUD en colaboración con el Ministerio de Industria y Comercio y MIPYMES que sistematiza y reconoce las prácticas empresariales de mayor impacto económico, social y medioambiental, que contribuyen al avance del cumplimiento de los ODS y de la Agenda 2030; y el evento Ganancias Sostenibles, que celebra anualmente ECORED para sensibilizar al sector privado en temas medioambientales y de sostenibilidad.

¿Qué se está haciendo desde el Gobierno para promover la investigación, el desarrollo y la innovación para brindar soluciones ambientales al sector empresarial?

Se están promoviendo significativas acciones desde el estado, una de mucha relevancia son los Bonos Verdes, impulsados por la Bolsa y Mercados de Valores de la República Dominicana (BVRD).

También, podríamos mencionar la Política Nacional de Innovación 2030 que tiene como uno de sus desafíos importante la Sostenibilidad, con el objetivo de preparar a la nación con mayor resiliencia para enfrentar los retos medioambientales provocados por el cambio climático, orientando

las capacidades y los conocimientos en un manejo más sostenible de los recursos naturales. Además, promover la transición a energías limpias y eficientes.

Para el logro de los ODS es necesario la sinergia entre el Estado, sector privado y los ciudadanos. ¿Cómo están integrando a la ciudadanía para la toma de decisiones y el cambio disruptivo en lo referente al Desarrollo Sostenible y el cambio climático?

Las alianzas son necesarias para la consecución de los ODS, estableciendo visión y objetivos compartidos que desarrollen una transformación o impacto a largo plazo. Por tanto, El estado considera de gran importancia a la ciudadanía para garantizar la sostenibilidad a través de los Programas o Proyectos de Desarrollo Sostenible a nivel local.

Además, tiene contemplado en todos sus proyectos darle la participación a la ciudadanía en la toma de decisiones, a partir de la identificación conjunta de los problemas o necesidades, y la búsqueda de alternativas de solución, a través de consultas públicas y diálogos inclusivos.

¿Qué se puede hacer para construir una República Dominicana sostenible y cuáles pasos deben darse para proyectarnos como una potencia económica verde?

Es vital que caminemos hacia la transformación, fomentar un cambio de hábitos y comportamientos en la sociedad; innovar y co-crear, establecer alianzas y ser más equitativos. Es necesario dar pasos agigantados para impulsar el avance hacia los ODS, sobre todo fortalecer la coordinación interinstitucional para asegurar la implementación de las acciones de manera integrada, logrando que cada actor entienda su rol y como puede aportar.



La sostenibilidad se ha convertido en una verdadera revolución en la agenda empresarial dominicana

Cada vez más empresas incluyen el concepto de “sostenibilidad” como un valor y dentro de la razón de ser de su organización

► **Francina Hungría**
Presidenta de la Fundación Francina

Como Ingeniera Civil, Francina Hungría es consciente de la relación de la movilidad sostenible con todas las actividades sociales y productivas de un país. Para ella, da igual que se trate de una entidad financiera, una ONG de educación a mujeres o una familia. En cada caso, el logro de los objetivos depende mucho de las condiciones de movilidad en la que se viva en la zona.

Por eso, afirma que en la Fundación Francina, que preside en la actualidad, tienen claro que, si se involucran en los desafíos de sostenibilidad y movilidad que tienen las ciudades, se abre paso a mayores oportunidades para todas las personas, incluidas quienes viven con alguna discapacidad.

Desde su perspectiva, el liderazgo debe definirse por la capacidad de escucha y de generación de consensos. “En este momento del país, la actividad fundamental es movilizar las voluntades de grupos sociales, políticos y empresariales en torno a la transición hacia la sostenibilidad, incluyendo la movilidad urbana.”

Explica que alcanzar la movilidad sostenible óptima es un rol de cada ciudadano, institución, empresa y organización social o política. Recientemente retomaron la campaña Bastón Blanco con la premisa de impulsar la madurez institucional.

Comenta que ampliaron el alcance de sus servicios, creció la matrícula de familias beneficiarias y solo durante la pandemia, brindaron apoyo a unas 200 familias.

“Posteriormente, invertimos en el desarrollo de capacidades de mujeres con discapacidad visual, logrando que unas 30 se formaran en emprendimiento y planes de negocios. De estas, hay cuatro proyectos que están encaminados a su crecimiento. Y consolidamos

una cooperativa que está en plena fase de desarrollo”.

Estas acciones les permitieron con una mirada mucho más cercana a lo que viven diariamente las personas con discapacidad visual por ello también se centraron en la movilidad sostenible como vehículo para la autonomía en igualdad de condiciones.

“En cuanto al alcance histórico de la campaña Bastón Blanco. En nuestra última edición, en 2019, el mensaje de accesibilidad urbana y entorno para todos, llegó a más de un millón de personas. Este año, tenemos una expectativa mayor. Por un lado, esperamos alcanzar a más de 1,300,000 personas, entre todas las acciones que tenemos en marcha. Por el otro, está el alcance intangible, en cuanto a la calidad del diálogo”.

Para lograr trabajar de la mano con el sector empresarial dominicano, la Fundación Francina se ha dado a la tarea de construir una estructura de confianza. “En los casi 10 años de trabajo continuo que llevamos, incluimos al empresariado dominicano como un aliado importante. Y eso nos permitió tender puentes entre sectores y temas de la productividad del país”.

Francina es fiel creyente de que para gestionar el cambio de una empresa hacia la sostenibilidad es clave comprender que esta va más allá de acciones como sembrar árboles un día, poner un zafacón para clasificar la basura o publicar mensajes de concienciación en redes sociales.

“Esa comprensión empieza por asumir que la sostenibilidad implica la gobernanza, la gestión ambiental y la responsabilidad social desde la filosofía corporativa. Es decir, así como una empresa no puede escalar sin una estrategia de negocios bien cimentada, tampoco llegará a la sostenibilidad sin

una planificación que implique transformar desde la cultura interna hasta la relación con los públicos externos”.

En sus palabras, la sostenibilidad se ha convertido en una verdadera revolución en la agenda empresarial dominicana pues actualmente impacta las cadenas de suministro, los ciclos de vida de los productos, desde el suplidor hasta el consumidor final.

“Es difícil darse cuenta de cuando hay un estallido que marcará la historia. Pero, a juzgar por los intereses de las audiencias, las tendencias internacionales y la necesidad que tiene el país de competir bajo estándares globales, todo apunta en esa dirección”.

Actualmente, grandes empresas del país empezaron a incluir la sostenibilidad como un valor o como parte de sus filosofías.

“Hace unos meses me reuní con una ejecutiva de uno de los grupos empresariales de mayor influencia en el país. Y en todo momento, ella sustituyó responsabilidad social empresarial por sostenibilidad. Y su explicación fue sencilla, la responsabilidad social debe estar bajo la sombra de la sostenibilidad.”

Su mensaje para los empresarios lo resume de la siguiente manera: la accesibilidad de las empresas y de las ciudades es un tema de toda la ciudadanía. Las calles y aceras en malas condiciones le resultan mucho más caras a las empresas.

El costo en transporte, distribución, accidentes de tránsito en el trayecto laboral o los retrasos en las entregas de pedidos, desaceleran el crecimiento de las empresas. Incrementan los costos de producción, reducen la rentabilidad y, de paso, contribuyen a una convivencia más desigual. “Ese no es un tema de discapacidad. Es una cuestión de desarrollo y competitividad”.



La visión de Cap Cana es ser cada día más **sostenibles** y amigables con el medio ambiente

Afirma que su organización se esfuerza para que sus propios trabajadores sean conscientes con la naturaleza y la sostenibilidad de cada una de las áreas en las que se desenvuelven

► **Jorge Subero**
Presidente ejecutivo de Cap Cana Ciudad Destino

Estar al frente de Cap Cana en medio del reto mundial de repensar el turismo es una gran responsabilidad para Jorge Subero, quien preside la organización, entiende la necesidad de reinventar nuevas formas de turismo en República Dominicana, así como diversificar cada una de las ofertas que se brindan en la actualidad.

En esta entrevista para Factor de Éxito, Subero nos cuenta que Cap Cana siempre ha expresado gran preocupación con relación al cuidado del medio ambiente, implementando acciones de conservación y mitigación.

Recientemente, realizaron el conversatorio “El turismo y la prensa especializada”, con el objetivo de crear un escenario en el que los distintos expertos en comunicación turística compartieran su experiencia respecto al manejo de la fuente.

Por su parte, la Fundación Cap Cana se creó con el objetivo de unificar todas las acciones de conservación ambiental que se habían llevado a cabo hasta la fecha y ampliar las intenciones de crear una Ciudad Destino sostenible.

¿Cuáles estrategias de negocio han desarrollado en Cap Cana para reducir el impacto medioambiental y cuáles han sido los resultados hasta ahora?

En Cap Cana hemos desarrollado modelos de negocio que aparte de reducir el impacto ambiental, como el adquirir innovaciones y tecnologías para reducción de huella de carbono, le sumamos nuestra estrategia de sostenibilidad, donde abarcamos nuestras principales áreas materiales.

El negocio principal de Cap Cana es la venta de terrenos

para desarrollos turísticos e inmobiliarios, por lo que es inevitable nuestro impacto en el medio ambiente. En ese sentido, nuestras acciones más relevantes para reducir dicho impacto, es realizar los levantamientos de flora y fauna antes de iniciar los desbroces de los solares.

De estos levantamientos recuperamos ejemplares de relevancia ecológica para mantener la biodiversidad nativa de Cap Cana.

Gracias a estos esfuerzos que desde el inicio se han implementado, hoy en día seguimos disfrutando de nuestro principal recurso: nuestros recursos naturales.

¿Se encuentra Cap Cana preparada para afrontar los cambios constantes que ha vivido el mundo? Y, ¿de qué manera favorecen el camino de la sostenibilidad?

En Cap Cana somos una empresa con gran capacidad de adaptación que, en los últimos años, hemos tenido que prepararnos para modificar desde nuestra propuesta de negocios hasta poder afrontar los efectos ambientales causados por el cambio climático.

Actualmente, contamos con un plan de contingencia para temas de huracanes, hemos colocado Reef Balls para evitar la erosión de la playa Juanillo y tenemos un plan de rehabilitación de arrecifes con un vivero de corales.

Los proyectos ejecutados dentro de la Ciudad Destino favorecen directamente la preservación del medio ambiente; algunos de los ejemplos que podemos mencionar son la ejecución de diversos programas dedicados a la sostenibilidad y rehabilitación del medio ambiente llevados a cabo por la Fundación Cap Cana;

nuestra planta de generación eléctrica, la cual posee una gran capacidad para reducir las emisiones de carbono, nuestra planta de tratamiento de aguas residuales, entre otros proyectos que estamos creando para ser cada día más sostenibles y preservar nuestro ecosistema natural.

¿Considera que la comunidad de Cap Cana se ha comprometido con un estilo de vida más consciente y responsable?

Nuestra comunidad está completamente comprometida con la visión que tenemos de ser cada día más sostenibles y amigables con el medio ambiente.

Los residentes de nuestra Ciudad Destino participan en el programa de clasificación y reciclaje de las botellas PET, aportan realizando reportes de animales que se encuentren en un hábitat que represente un peligro para ellos o para los ciudadanos a la Fundación Cap Cana, para que sean rescatados y liberados en su hábitat natural.

Asimismo, participan como voluntarios en los diversos programas de conservación ejecutados en el proyecto, entre otros medios que estos utilizan para aportar a esta iniciativa.

¿De qué manera Cap Cana puede ser un ejemplo exitoso de cómo convivir la vida salvaje y los humanos en un entorno totalmente sostenible?

Numerosas especies en estado silvestre forman parte del paisaje representativo de Cap Cana y se pueden observar comúnmente en todas las áreas de la Ciudad Destino: iguanas, garzas, gavilanes, pelícanos, cangrejos, abejas, mariposas y jicoteas son algunas de las especies que conviven con los humanos.



¿Qué ofrece Cap Cana a inversionistas extranjeros en términos de sostenibilidad?

Cap Cana es un destino ideal para invertir, ya que se encuentra en una ubicación geográfica privilegiada, ha demostrado su resiliencia y su fuerza como marca de lujo.

Otra gran ventaja es que cuenta con una infraestructura de servicios sostenible de alta calidad: toda la energía eléctrica que se utiliza en Cap Cana proviene de nuestra planta de generación eléctrica, con mínimas emisiones de carbono, que cuenta con 5,544 paneles solares.

Toda el agua que se consume va hacia nuestra planta de tratamiento de aguas residuales y luego se reutiliza para regar el galardonado campo de golf Punta Espada, las fincas de pasto de Los Establos y zonas aledañas.

En este aspecto podemos decir que hemos logrado con gran éxito que nuestros residentes se integren y se preocupen por el buen cuidado de nuestra vida salvaje. Contamos con grandes hectáreas de bosques, áreas verdes comunes y una reserva ecológica, en las cuales habitan diferentes especies que nuestros residentes disfrutan de ver.

En ocasiones, dichas especies terminan fuera de su hábitat, en zonas más urbanas; en estos casos siempre son ayudadas a volver a su espacio natural. Incluso en el caso de especies que pueden ser peligrosas para el humano, como los panales de abejas, los residentes contactan a la Fundación para rescatarlos.

¿Qué procesos internos han llevado a cabo para integrar a sus colaboradores en la estrategia de cambio hacia la sostenibilidad?

En Cap Cana nos preocupamos porque nuestros colaboradores se formen parte de nuestra iniciativa por cuidar y preservar el medio ambiente, es por eso que, a través de la Fundación Cap Cana, implementamos diversas estrategias para que estos se involucren en el desarrollo sostenible de nuestra Ciudad Destino, como son el uso de botellas reutilizables para cada uno de los colaboradores en el espacio de trabajo.

Desarrollamos capacitaciones para que estos tengan pleno conocimiento de cómo interactuar con el medio ambiente, políticas de poda, programa de monitoreo de anidamientos de tortugas marinas en peligro de extinción, programa de recolección y reciclaje de botellas PET, entre otros proyectos de los cuales nuestros colaboradores son una parte esencial.

Nuestra carta de ofertas para inversores extranjeros cuenta con una amplia variedad de proyectos completamente sostenibles, como son la Marina in-land más segura del Caribe, el parque de aventuras Scape Park, el cual ofrece aventuras ecológicas y es autosuficiente tanto en energía como en agua.

Para los que son amantes de la protección de medio ambiente, contamos con los programas de conservación llevados a cabo por la Fundación Cap Cana, tales como el Turtle Patrol (patrullaje de tortugas), el cual consiste en monitorear los avistamientos y anidamientos de las tortugas marinas; tours de observación de aves, que tiene el objetivo avistar las diversas especies de aves que habitan en Cap Cana; senderismo por nuestras reservas ecológicas, entre otros proyectos.

Selección verde



EMPRESAS



ASOCIACION CIBAO DE AHORROS Y PRESTAMOS



FACTOR DE ÉXITO





► Impulso al futuro de la energía

La empresa realiza inversiones a gran escala en parques de generación de energías renovables, en tecnologías para el almacenamiento de las energías convencionales y alternativas, y en innovaciones digitales que faciliten una gestión de energía cada vez más sostenible e inteligente.

AES cumple 25 años en el país transitando de la mano de la Sostenibilidad. Su primera gran innovación fue la introducción del gas natural en el 2001, el combustible fósil más amigable con el medioambiente, que ha permitido ahorros y eficiencias a la economía dominicana, por el orden de 3,500 millones de dólares, sólo en los últimos 10 años.

En este sentido, desde el año 2017 a la fecha, la incidencia e innovación de AES Dominicana como líder sectorial y principal inversor de capital estadounidense en el país, se ha hecho sentir a través de proyectos de infraestructura, tales como: el cierre del ciclo combinado en la generadora Dominican Power Partner (DPP); la construcción de dos parques de energía solar fotovoltaica, que suman 100 nuevos megavatios de energía limpia; la reciente adquisición del parque eólico Agua Clara I, con otros 50 megavatios; así como, la puesta en operación del Gasoducto del Este en 2020, junto a sus socios EnaDOM.

Este beneficio de sostenibilidad se verá ampliado cuando, a través de EnaDOM, se concluya el proyecto de construcción de un nuevo tanque de almacenamiento en la zona de Caucedo, Boca Chica, y la ampliación de dos a cuatro bahías para la comercialización de gas natural a clientes de los

sectores industrial, comercial, turismo y transporte a principios del 2023, para brindar a la matriz energética del país mayor resiliencia y robustez.

Confianza y el valor compartido

En 25 años de presencia en el país, AES ha cultivado la confianza como un activo que cada día se fortalece con la entrega diaria de electricidad competitiva al Sistema Eléctrico Nacional Interconectado (SENI), para servir a las tres distribuidoras de electricidad con importantes alianzas que refuerzan su visión de largo plazo y un portafolio de inversiones de 1,800 millones de dólares, apalancada en una gestión operativa, que tiene la seguridad como condición de empleo, y donde sus colaboradores y las comunidades aledañas son lo primero, con un compromiso auténtico con el cuidado al medio ambiente.

Para los próximos tres años, la empresa prevé una inversión de más de US\$400 millones en energía renovable en línea con las demandas que tienen de sus clientes. Desde el punto de vista medioambiental, las iniciativas de AES Dominicana han ahorrado, entre 2003 al 2021, 15,000,000 de toneladas de CO2 en el país.

Desde el punto de vista social, la Fundación AES Dominicana es una organización que se enfoca

en atender las necesidades medioambientales, culturales, educativas y de salud, como áreas prioritarias, y en responder a las necesidades nacionales en situaciones de emergencia y desastres naturales.

A través de una exitosa alianza con la Asociación Dominicana de Rehabilitación, la organización contribuye a la inclusión de la sociedad dominicana, con el apadrinamiento de dos centros hospitalarios, uno en la comunidad de Haina, otro en Santo Domingo Este, y abrirá un tercer centro en la comunidad de Boca Chica en el 2023. Con esto, AES Dominicana facilita más de 25,000 servicios generales anuales.

Además, desde el año 2016, apoya la economía naranja creando las plataformas necesarias para que lo mejor del talento artístico dominicano brille. Es así como, la Fundación AES Dominicana ha apoyado a más de 40 jóvenes músicos destacados del Conservatorio Nacional de Música, otorgándoles becas para completar su formación técnica en el Programa de Verano que ofrece Berklee College of Music, en Boston, Estados Unidos.

AES ha construido una historia de éxito en República Dominicana sobre la base de la visión de largo plazo, innovación constante, previsión y proactividad.



AMBIENTE AMBAR



En Santo Domingo Motors además de facilitar y mejorar la movilidad de las personas, asumimos el compromiso de proporcionar a las futuras generaciones un país con recursos preservados.

*Por eso, desde hace más de 10 años pusimos en marcha **AMBIENTE AMBAR**, una iniciativa llevada a cabo de la mano de nuestros clientes, a través de la cual, durante el 2021, logramos dar una segunda oportunidad a:*



1,100

GOMAS

92,000 KG DE METAL



4,099

BATERÍAS

21,120 FILTROS DE ACEITE



25,750

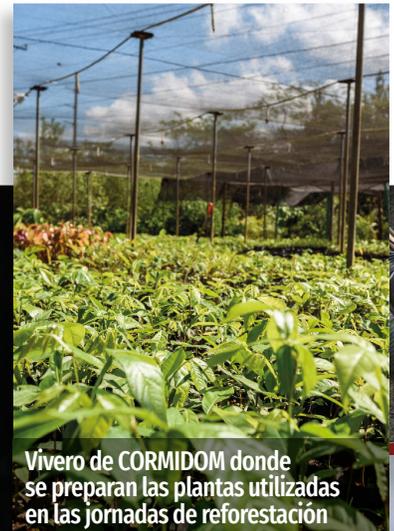
KG DE CARTÓN

39,270 GAL DE ACEITE

*Además, autogeneramos el 40% de la electricidad que consumimos a partir de energía solar, protegiendo cerca de 70,000 árboles cada año y dejando de emitir alrededor de 460,000 kg de CO₂. **#TodoLoQueVaVuelve***

   **santodomingomotors | sdm.com.do**





Vivero de CORMIDOM donde se preparan las plantas utilizadas en las jornadas de reforestación

La primera mina carbono-neutral de RD

CORMIDOM se convirtió en 2020 en la primera empresa del país y primera minera del mundo en formar parte de la red Climate Neutral Now de ONU Cambio Climático.

Selección verde

Si hablamos de empresas que han revolucionado la sostenibilidad en República Dominicana, tenemos que mencionar a la Corporación Minera Dominicana (CORMIDOM), que opera la mina Cerro de Maimón en la provincia Monseñor Nouel. Esta compañía cuenta con 12 años de operaciones en la República Dominicana y, actualmente, mantiene yacimientos activos de cobre y zinc.

La minera decidió incorporar de manera voluntaria criterios e indicadores de sostenibilidad en core de estrategia de negocios. La línea base para establecer dichos parámetros fue un estudio de materialidad que arrojó como prioridades tres ejes: Energía, Agua y Personas.

El primer resultado de este recorrido es que CORMIDOM se convirtió en el año 2020 en la primera empresa dominicana y primera minera metálica del mundo en formar parte de la iniciativa "Climate Neutral Now" de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre Cambio Climático.

De hecho, la empresa ha logrado posicionarse como referente en materia de desarrollo sostenible y acción por el clima. Con una marcada tendencia a la innovación constante, de ahí que también se le reconozca por ser la primera y única mina subterránea metálica del país. CORMIDOM ha sabido recorrer una exitosa ruta hacia el crecimiento económico, poniendo al ser humano y los recursos naturales como ejes centrales, lo que la ha colocado entre

las principales organizaciones en la categoría de minería responsable del país.

Una menor huella de carbono

En el 2019, a través de importantes alianzas con GreEnergy Dominicana y CO2Cero de Colombia, realizó el primer cálculo de su huella de carbono, bajo los lineamientos del GHG Protocol en sus tres alcances: emisiones directas de gases de efecto invernadero, el factor eléctrico y los viajes e insumos de impresión.

"A partir de este cálculo sentamos las bases para nuestro plan de reducción de emisiones que contempla distintas acciones, como la sustitución de equipos por otros de mayor eficiencia energética, la disminución del consumo de papel, entre otros proyectos", dijo Elizabeth Mena, vicepresidenta de CORMIDOM.

La empresa se dispuso también a compensar sus emisiones a través de proyectos de Mecanismo de Desarrollo Limpio (MDL) registrados en el portafolio de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático a través de la obtención de Certificados de Reducción de Emisiones (CERs).

A la fecha, CORMIDOM ha logrado reducir en un total de 3,095.62 toneladas sus emisiones de CO2 equivalentes (tCO2e), compensado además un consolidado de 30,119.62 tCO2e al 2021. Actualmente la organización se encuentra sistematizando la información correspondiente al año 2022.

Tanto la estrategia de sostenibilidad como su componente de acción por el clima, han motivado el reconocimiento nacional e internacional a CORMIDOM por sus valiosos aportes al cumplimiento de los compromisos establecidos en el Acuerdo de París, en la Contribución Nacionalmente Determinada (NDC) y en el Pacto Climático de Glasgow, dentro de los cuales se destaca el reconocimiento recibido en el marco de la Semana Regional del Clima de Latinoamérica y el Caribe (LACCW2022) por la Presidencia de la República.

Gestión de Riesgo y cambio climático

Actualmente CORMIDOM, se encuentra preparando el primer mapa de riesgo del Municipio de Maimón a fines de apoyar la gestión de riesgo y las labores de prevención ante desastres en el municipio donde se encuentra Cerro de Maimón. También trabaja en la creación de un modelo que permita calcular la captura de carbono que realizan los árboles sembrados como parte de las labores de reforestación, con el fin de dar paso a proyectos de pagos por servicios ambientales.

"En el marco de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático, de 2021, elevamos nuestro compromiso de: actualizar, subsanar, lograr y mantener, para seguir generando un impacto positivo en el ecosistema y en la comunidad que rodea nuestra mina y continuar siendo líderes en materia de minería sostenible en República Dominicana", concluyó Mena.



SE PUEDE LLEGAR A LA CARBONO-NEUTRALIDAD.

CORMIDOM se convirtió en el año 2020 en la primera empresa dominicana y primera empresa minera metálica del mundo en formar parte de la iniciativa "Climate Neutral Now", de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre Cambio Climático. A la fecha, hemos logrado reducir en un total de 3,095.62 toneladas nuestras emisiones de CO2 equivalentes (tCO2e) a través del plan de reducción de emisiones, diseñado a partir de las oportunidades de mejora identificadas en el primer cálculo de nuestra huella de carbono.

Porque no hay "Planeta B", ratificamos nuestro compromiso de promover la transformación de la economía nacional hacia una más baja en carbono y que prevea la necesidad de adaptación al cambio climático.



Elianne Vilchez
Vicepresidenta Ejecutiva BVRD, en el Primer Foro Internacional de Finanzas Verdes (FIFV)

Las finanzas sostenibles promueven nuevas oportunidades de inversión

Estas oportunidades son impulsadas a través del Mercado de Capitales, posicionando al país como un mercado importante en activos verdes y a la región como un centro de operaciones de promoción de inversiones sostenibles.

Selección verde

El mercado de sostenibilidad en la República Dominicana ha mostrado un crecimiento significativo, impulsado principalmente por las empresas corporativas, las cuales han entendido la importancia de participar en iniciativas sostenibles, como: energía renovable, movilidad sostenible y, a partir de la aprobación de la ley de residuos sólidos, todo el tema de reciclaje.

Esto ha dado paso a grandes proyectos que han mostrado la necesidad de inversiones mayores, que se están canalizando a través del Mercado de Capitales.

Para invertir en finanzas sostenibles en la República Dominicana existen diferentes formas; hay una inversión directa de las empresas que disponen de un presupuesto interno para actividades de sostenibilidad y, en otros casos, cuando ameritan grandes cantidades de inversión, se abre la participación



Iván Carvajal, Director de Planificación Estratégica BVRD; Sandra Carrillo, CEO PCS; Juan Ernesto Jiménez, Intendente Mercado de Valores de RD; Luis Mera Country Head PCR, Camila Silva, Manager Asistencia Técnica Finance in Motion.

para que otros tipos de inversionistas aporten a la iniciativa.

En ese sentido, se mencionan los Fondos de Inversión y su rol activo en apoyar estos requerimientos de inversión, y la figura de Fideicomisos privados y de oferta pública que han permitido levantar recursos para apoyar estos proyectos. Por su lado, el Gobierno ha sido un participante activo movilizándolo fondos de cooperación internacional; y, por último, pero no menos importante, el sector de la banca ha especializado carteras para el apoyo de proyectos de transición energética, movilidad sostenible y agricultura climáticamente inteligente.

Promover las finanzas sostenibles en nuestro país es rentable. Las externalidades positivas que representa la promoción de esta rama de las finanzas no solo impactan al medio ambiente, sino a todas las partes interesadas. Las empresas que realizan muy bien este ejercicio conocen que, además de cumplir con los objetivos de sustentabilidad, también estos proyectos tienen que contar con un caso de negocio financieramente viable. Logrando esto, consolidan su posicionamiento y reputación, lo cual es altamente valorado por los organismos internacionales, pudiendo representar mayores retornos para la entidad que transite este camino.

Internacionalización

Históricamente, el valor que aportan las bolsas de valores tiene

mucho que ver con las redes y alianzas. Las mismas promueven el crecimiento de los mercados de valores más allá de sus propias fronteras. Así, a través del intercambio de buenas prácticas y el apalancamiento de relaciones con organismos internacionales, se logra impulsar el avance de los mercados de la región.

Fruto de esto, en el 2021 la BVRD firmó una alianza con su socio patrimonial, la Bolsa de Comercio de Santiago de Chile, un mercado líder y reconocido a nivel regional y global.

"En el 2018 cuando inició el proceso de sensibilización sobre finanzas sostenibles en el país, firmó un acuerdo con MEXICO2, una empresa líder de la Bolsa de Valores de México, cuya misión es promover las mejores prácticas de finanzas sostenibles y la proliferación de instrumentos de finanzas verdes que apoyen a los países en la lucha contra el cambio climático", afirmó Iván Carvajal, Director de Planificación Estratégica BVRD.

Todos estos esfuerzos, colaboraron con el desarrollo de la guía de bonos verdes y el segmento de finanzas sostenibles en la República Dominicana; los cuales han permitido que nuevos instrumentos de renta fija y de renta variable puedan tener exposición a activos que promueven la transición energética, energías renovables y que se pueda cumplir con las metas internacionales de reducir la huella de carbono que producen las actividades económicas del país.



Erik Alma
CEO HIT Puerto Río Haina

Acciones enfocadas en crear valor para todos

Los colaboradores han sido esenciales en la construcción del camino hacia la sostenibilidad, formando parte del diseño y puesta en marcha de las iniciativas sostenibles de la empresa.

Como empresa operadora portuaria, que trabaja desde hace 21 años promoviendo el progreso económico de la República Dominicana y el fortalecimiento del comercio internacional, HIT Puerto Río Haina es una organización consciente de la importancia de contribuir a maximizar los impactos positivos en las personas y en el medioambiente, por ello uno de sus valores principales es **Primero la Vida**, un principio que se extiende y aplica en todas las acciones de la empresa.

Este principio rector es el punto de partida para la selección de los tres pilares en los que se basa el foco de sostenibilidad en su estrategia corporativa, como son: el bienestar de los colaboradores, el desarrollo de la comunidad que los rodea y el cuidado del medio ambiente.

Dentro de las buenas prácticas de sostenibilidad más destacadas de este año, se encuentra la instalación de 1,834 paneles solares, que les permitirá reducir 943.62 toneladas de CO2 equivalentes a la plantación de 37,745 árboles anuales.

En 2021, fueron certificados con la norma ISO 14001:2015, validando su sistema de gestión ambiental y la inclusión de criterios sostenibles en todas sus operaciones.

Adicional a esto, HIT Puerto Río Haina es la primera terminal portuaria del país en instaurar una estación de carga para vehículos eléctricos importados, estimulando así la movilidad eléctrica a través de la importación de este tipo de automóviles.

Para asegurar el uso eficiente de los recursos, adoptaron la cultura 3rs y, en sus instalaciones, han sido colocados sensores de movimiento y automatización para prevenir desperdicios de los recursos como agua y energía. Además, su programa de reforestación es muestra del compromiso con la protección del medio ambiente. A la fecha han sembrado 10,000 árboles en zonas de alta necesidad de repoblación.

En línea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, a finales de 2021, HIT Puerto Río Haina se unió a la organización Save The Children para el diseño e implementación de una política interna que garantice la seguridad y el respeto de los derechos de los niños, niñas y adolescentes en todas sus operaciones.

Por otro lado, uno de los proyectos más recientes es la firma de un acuerdo de colaboración con el Ministerio de Medio Ambiente para la conservación de las tortugas marinas en las playas Manresa Km

13 y Manresa Rompeolas, zonas aledañas a Puerto Río Haina, donde anidan 3 especies: tinglar, verde y carey, esta última en peligro crítico de extinción.

Para 2023, la inversión en sostenibilidad de la empresa portuaria incluye programas para el fomento a la educación de las comunidades aledañas al puerto, con enfoque en: lectoescritura, seguridad vial y medioambiente.

Unido a esto, la empresa ha desarrollado un componente de formación interna en temas de ahorro de recursos, cultura 3rs, gestión de riesgos, entre otros, que fomentan la conciencia plena en temas de sostenibilidad.

Este año, crearon su Comité de Sostenibilidad, integrado por líderes de las áreas estratégicas que componen a HIT Puerto Río Haina, con el objetivo de proponer e implementar la estrategia de gestión sostenible de la empresa.

Al incluir la sostenibilidad a la estrategia corporativa, la colaboración y la eficiencia se integraron a la cultura organizacional, fomentando el diseño de alianzas con el sector público y privado para lograr objetivos comunes de desarrollo sostenible y permitiendo evaluar los procesos para guiarlos a un uso óptimo de los recursos.

Selección verde



Enrique Crespo
CEO CMI Capital

▶ Estrategias de negocio con un claro propósito sostenible

Para el 2030, busca generar soluciones sostenibles que mejoren la calidad de vida de las personas y optimizar sus operaciones sostenibles para reducir su huella ambiental.

CMI Capital forma parte de la Corporación Multi Inversiones, una corporación familiar multilatina que genera inversión y empleo en la región, está integrada por más de 40 mil colaboradores y tiene presencia en más de 16 países, particularmente en Centroamérica y el Caribe.

Con una estrategia robusta, CMI Capital, busca generar soluciones sostenibles para el 2030 que mejoren la calidad de vida en las personas y las condiciones del planeta. Entre ellas, ampliar la matriz de energía renovable en, por lo menos, 330 MW; desarrollar, por lo menos, 200,000 metros cuadrados urbanos o industriales con criterios de sostenibilidad; y financiar, por lo menos, 32.5 millones de dólares con criterios ASG (ambientales, sociales y de gobernanza).

Además, como parte de su excelencia operativa y consecuentes con sus valores REIR (Responsabilidad, Excelencia,



Aldo Vallejo
Director de Asuntos Corporativos y Sostenibilidad CMI Capital

Integridad y Respeto), CMI Capital, también ampliará sus esfuerzos para optimizar su huella ambiental y, lograr así, operaciones sostenibles que se reflejen en su compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS):

- ▶ Reducir en un 30% las emisiones de gases de efecto invernadero.
- ▶ Reducir en un 20% la intensidad en el uso de agua.
- ▶ Realizar proyectos de conservación y regeneración.
- ▶ Lograr que el 100% de las inversiones se evalúen con criterios ambientales, sociales y de gobernanza.
- ▶ Reducir a un 28% los residuos enviados al vertedero.
- ▶ Evitar fatalidades en sus operaciones.

Parte de su estrategia es ofrecer soluciones sostenibles y tener operaciones sostenibles. Sus acciones de energía renovable, tecnologías limpias, financiamiento con criterios ASG, así como el desarrollo de inmuebles urbanos e industriales; permiten que otros sectores y empresas se unan para ser parte del cambio y generar bienestar en las comunidades y países.

“Como empresa estamos convencidos del poder transformador que tienen nuestras acciones internas y externas, por lo que nos comprometemos en ser agentes de cambio en los países

donde estamos presentes para generar bienestar económico, social y ambiental, a través de nuestras tres unidades de negocio: Energía, Desarrollo Inmobiliario y Finanzas.”, concluyó Aldo Vallejo, director de Asuntos Corporativos y Sostenibilidad de CMI Capital.

En este sentido, CMI capital tiene una estrategia de negocio que busca apoyar el crecimiento de los países donde tienen presencia (Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Costa Rica y República Dominicana), en temas como la descarbonización, el impulso de ciudades sostenibles y el desarrollo económico de la región, a través de sus tres unidades de negocio: Energía, Desarrollo Inmobiliario y Finanzas.

Además, promovió el desarrollo comercial y residencial de proyectos de construcción que dan acceso a vivienda. También, crearon puntos de venta para pequeños y medianos empresarios y emprendedores, así como el acceso a financiamiento.

“Nuestra estrategia es una sinergia entre el negocio y nuestro compromiso con la sostenibilidad, con la que buscamos que nuestro negocio crezca pero de forma sostenible y que con ello, podamos apoyar a otros en el proceso de crecimiento de negocios para impulsar transformaciones para el bien de las sociedades, a través de energía renovable, financiamiento con impacto ambiental y social, desarrollo urbano e industrial sostenible y el acceso a tecnología limpias”, comentó Enrique Crespo, CEO de CMI Capital.



Adivina a quién
nunca se le va la luz.



**Préstamos Paneles Solares
ACAP**

- Préstamos personales y comerciales.
- Atractivas condiciones de financiamiento.
- Financiamos hasta el 100% de la cotización.
- Hasta 7 años para pagar.



¡Aprovecha y solicita tu préstamo!

Más información en acap.com.do

60
Aniversario





Josefina Navarro
VP Senior de Comunicación
Corporativa y Responsabilidad Social

▶ Por una banca responsable, innovadora y cercana

“Nuestra entidad contribuye directa e indirectamente con los objetivos establecidos en la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. En BHD, estamos comprometidos con el impulso del progreso de la sociedad dominicana”.

Con las demandas actuales del mercado global, entidades como el Banco BHD, que desarrollan propuestas de valor, atienden las necesidades financieras y no financieras de sus clientes. Por ello, su estrategia de sostenibilidad contribuye a operar de forma responsable y sobresaliente, aportando a sus clientes y, a la vez, al bienestar social, económico y ambiental, en beneficio de la sociedad dominicana.

Así, el Banco BHD tiene un propósito: impulsar el progreso humano, haciendo una banca responsable, innovadora y cercana; propósito que se evidencia en las acciones realizadas por cada uno de los segmentos que todos los días se dedica a lograr la misión.

Su estrategia de sostenibilidad se trabaja en tres niveles, que comprenden la práctica intrínseca, la práctica moral y la práctica estratégica. A su vez, tiene 6 ejes definidos para la gestión y desarrollo de iniciativas: gerencia, negocios, operaciones, talento, sociedad y abastecimiento. A través de estos ejes o áreas de acción, el banco gestiona temas materiales o asuntos relevantes en materia social, medioambiental y de gobernanza. Además, la estrategia de sostenibilidad está alineada en dirección al

cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

De esta manera, en cada foco de la estrategia de sostenibilidad han desarrollado diferentes iniciativas. Algunas de estas son:

- **Estrategia de Género Mujer**, una iniciativa pionera en el mercado dominicano fundamentada en tres pilares: una Cultura de Igualdad y Equidad de Género, el Programa Mujer Mujer y el Premio Mujeres que Cambian el Mundo. Con el Premio Mujeres que Cambian el Mundo han recibido más de 600 postulaciones y galardonado a 79 mujeres.
- **Programa de Apoyo al Beisbol**, el cual tiene como enfoque desarrollar habilidades sociales, emocionales y administrativas a jóvenes prospectos de la Mayor League Baseball (MLB).
- **Programa Valora Ser**, ha impactado a 1 millón de jóvenes dominicanos, más de 4 mil centros educativos y más de 5 mil docentes.
- **Sistema de Gestión Ambiental**, creado como una herramienta que fortalece su responsabilidad ambiental. Con esta han obtenido resultados como: el ahorro del 50 % del

suministro de papel, ahorro de más de 600 mil litros de agua, ahorro de 9,590 kw-h de energía, entre otros logros que le han permitido reducir su huella ambiental.

▪ **Programa de inclusión de personas con discapacidad**, donde garantizan la igualdad de derechos y oportunidades. Este tiene un impacto en el personal, en los negocios y en la infraestructura.

La visión del Banco BHD está orientada hacia el siguiente pensamiento filosófico:

“Ser una entidad financiera de éxito económico y de éxito humano con un enfoque integral para la gestión de negocios y social de la empresa”.

Por esta razón, los valores son un elemento importante para la institución.

El promover una cultura con base en valores positivos, siempre ha sido y será parte del ADN del Banco BHD. De allí que se encuentra en el primer lugar entre las entidades financieras valoradas en el top 10 de las empresas con mejor reputación corporativa del RepTrak República Dominicana 2019, estudio realizado por el Reputation Institute.

¿Sabías que los

PUN TOS

son contenedores
de recolección
puestos al servicio
de todos?



Llevando tus materiales reciclables a estos puntos, ayudas a los recicladores y buzos de la República Dominicana y también contribuyes a reducir la huella medioambiental.

Encuentra tu

PUN TOS

más cercano y ¡recicla!

R

- Sirena Luperón
- Sirena Churchill
- Sirena San Isidro
- Sirena Market Sarasota
- Aprezio Charles de Gaulle
- Sirena Market Lope de Vega
- Sirena Market Patio Colombia
- Sirena Bartolomé Colón
- Sirena El Embrujó

Una iniciativa de:



ECO DISTRIBUCIÓN

**¡ENTREGAMOS DE FORMA ECOLÓGICA
TODO LO QUE NECESITES!**

- Paquetería
- Documentos
- Regalos
- Invitaciones
- Facturas
- Revistas

**Permítanos ser su aliado
para juntos lograr
Un Mundo Mejor en cada Entrega:**

Calle David Masalles Lafulla 19B,
Ensanche Julieta.
(809) 363-8732
servicios@ecomensajeria.com.do
@ecomensajeriard



**¡PRESENCIA EN 16
PROVINCIAS DEL PAÍS!**



Rational Thinking 360

► Técnica que concentra aprendizaje, razonamiento y resolución de problemas

Ha sido aprovechada por estudiantes de media, padres, docentes, profesionales. Así como, por creativos, marketeros, escritores de texto y tesis

Como lo indica su nombre, Rational Thinking 360, es una técnica de que reúne con armonía el razonamiento con el aprendizaje de conocimientos, lo cual facilita la resolución inteligente de problemas. Presenta un instrumento que consiste en una red cognitiva que funciona, exactamente, como un mapa que facilita la búsqueda de información y la solución de problemas.

Su creador es Juan Cristóbal Chávez, quien cuenta con más de 40 años como profesor titular de la Facultad de Medicina de la Universidad de Los Andes en Venezuela. Docente de varias carreras universitarias. Formador de profesores universitarios. Asesor de libros universitarios de tesis de grado y postgrado de diferentes especialidades. Coach y Conferencista internacional.

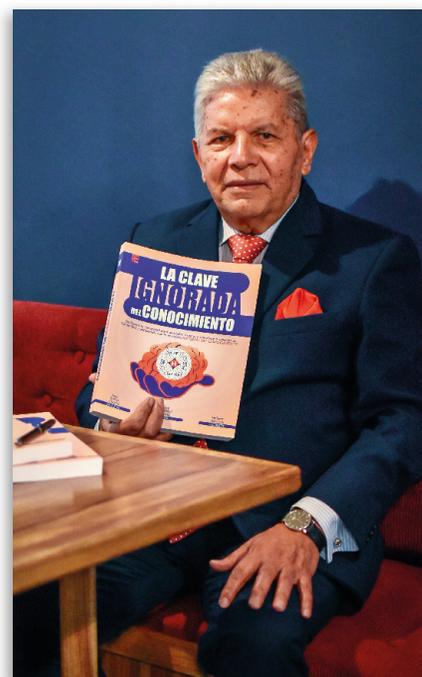
Rational Thinking 360, es un emprendimiento para la comunidad hispana e iberoamericana, que se viene realizando desde Atlanta, Estados Unidos y forma parte de una trilogía de técnicas que conforma un proyecto de estimulación de la genialidad del cerebro llamado My Talent 360. “Nuestro proyecto en marcha es hacer aplicaciones con estas técnicas, crear un software con especialistas y una plataforma para Iberoamérica”, señala Chávez.

Esta novedosa técnica tiene una sólida fundamentación teórica organizada en dos grupos. Por un lado, la Neurociencia, el modelo de procesamiento de información, las redes semánticas de la IE, la teoría de la memoria semántica. Por otro lado, la Filosofía, la Lógica, la Psicología, la Lingüística y la Pedagogía. Todo integrado. Dos términos son claves en esta técnica: categorías y redes, ya que son los elementos con los que trabaja el cerebro.

Con ellos el cerebro procesa la información y la convierte en conocimiento útil.

“Es como el metabolismo”, expresa y comenta que, con toda esa información y conclusiones, recientemente escribió un manual titulado La Clave Ignorada del Conocimiento junto a su hijo mayor.

“La técnica como tal tiene un instrumento fundamental, un mapa cognitivo: el Círculo heurístico que, por su circularidad, permite razonar relacionando información. Estimula el funcionamiento de la corteza prefrontal, así como el hipotálamo, el cual es un órgano que tiene que ver con la memoria a largo plazo. Este círculo categorial se adapta a la forma como aprende el cerebro. Aprender y aplicar dicho Círculo es



relativamente fácil, requiere pocas horas de entrenamiento porque refleja la estructura cognitiva del cerebro, el cual trabaja en redes neuronales, no simplemente conexiones neuronales”, afirma el profesor Juan Cristóbal.

Rational Thinking 360, consta de lecciones muy claras, que requieren poco tiempo, entre 10 y 15 minutos, con un total de 12-14 lecciones. “La técnica está siendo presentada en un Curso I online, el cual ya está próximo a lanzarse y estará disponible al público. Este curso sirve para aprender, solucionar problemas y tomar decisiones de manera metódica, efectiva y con economía de tiempo y es entretenida para las personas inteligentes. “Es un juego de inteligencia”.

¿Por qué es importante esta técnica hoy?

El mercado laboral es cada vez más demandante y competido a nivel profesional. Exige más y más conocimientos; y, sobre todo, habilidades para manejar conocimientos en la toma de decisiones y en la resolución de



problemas. Por definición un profesional, un técnico es una persona que está capacitada para resolver problemas. Para ello, requiere necesariamente el razonamiento, pensamiento racional. Este skill como habilidad blanda es estratégica por cuanto acompaña y alimenta tanto las softs skills como las hards skills.

El razonamiento es el gran ausente en la educación. Aunque la escuela y los educadores reconocen la necesidad de enseñar a razonar, no se hace por muchas razones, una de ellas es la ausencia de una técnica de aprendizaje eficaz y amigable. La ciencia de la Lógica no ha brindado una técnica. Los principios del aprendizaje están formulados, pero no aplicados.

El importante lógico matemático y filósofo Bertrand Russell en su

testamento decía: “que el amor inspire tu vida, pero que la razón la guíe”. Maturana el reconocido investigador de los aspectos biológicos del conocimiento señaló que el amor y la razón son los motores de la humanidad.

Un hecho al que ya debemos prepararnos es el de la inteligencia artificial con sus avances. Si nuestro cerebro es cuántico, como lo dicen los neurocientíficos, debemos entonces aprender a usar su capacidad considerada infinita.

Ha señalado que este es un emprendimiento para la comunidad hispana e iberoamericana, ¿por qué?

A nuestros países se les considera eufemísticamente de economía emergente en vez de países subdesarrollados. Nuestros

países tienen muchos tipos de problemas y uno de ellos es la baja calidad educativa, especialmente presente en las escuelas públicas. La brecha educativa con Europa y países asiáticos es cada vez mayor. El memorismo todavía campea, estimulado por las pruebas denominadas objetivas. El aprendizaje sistemático del razonamiento es inaplazable.

Si queremos que nuestros ciudadanos se empoderen de su vida, de su profesión u oficio es imprescindible que aprendan a resolver problemas. Para ello deben saber aprender y seleccionar conocimientos valiosos. Y para eso, deben aprender a razonar.

12
11 1
3
6
TALENT 



Quieres aprender una **técnica**
que aumente tu habilidad
de razonamiento y mucho más



7
www.mytalent360.com
6

Para las empresas, la **sostenibilidad** es el camino correcto

Expresa Mariel Bera que no solo crea valor social, ambiental y económico, sino que es la vía para asegurar la permanencia en el tiempo

► **Mariel Bera**
Presidente ECORED

ECORED, es la asociación empresarial cuyo objetivo es facilitar la incorporación de una cultura de responsabilidad social y desarrollo sostenible en la empresa. Mariel Bera, presidente del Consejo Directivo, señala que apuestan por una sensibilización más amplia sobre sostenibilidad en todos los sectores sociales y a todos los niveles de las empresas. “Desde ECORED ambicionamos un país cada vez más sostenible, por ello, veo a un sector privado cada vez más incorporando una cultura de responsabilidad social y desarrollo sostenible, trabajando de la mano del sector público, la academia, sociedad civil y la cooperación internacional a través de alianzas enmarcadas en los Objetivos de Desarrollo Sostenible y la Estrategia Nacional de Desarrollo”.

Bera es una comprometida con el desarrollo sostenible de la República Dominicana. “Con mi trabajo desde ECORED, espero contribuir significativamente a la tarea de aunar voluntades y concertar esfuerzos para crear soluciones de alto impacto en el desarrollo sostenible del país, trabajando de la mano del sector público para desarrollar alianzas coherentes para el aprovechamiento de las capacidades y recursos tras objetivos conjuntos de sostenibilidad, e inspirando y comprometiendo al sector privado a asumir la tarea de repensarse desde la perspectiva de la sostenibilidad”, afirma.

¿Considera que el sector empresarial dominicano está sensibilizado con el desarrollo sostenible y la cultura de la sostenibilidad?

El sector privado está hoy más consciente que desde la sostenibilidad podemos implementar estrategias de negocios más inclusivas, innovadoras y adaptativas ante las demandas sociales y riesgos sistémicos que se puedan manifestar.

Adicionalmente a ello, ha habido avances importantes en este sentido, como la promulgación de la Ley 94-20 sobre Educación y Comunicación Ambiental, la aplicación de la responsabilidad compartida del productor para mejorar la gestión y ciclo de vida de los productos, incluida en la Ley 225-20, la utilización de energía limpia, la publicación de reportes de sostenibilidad, así como la transformación hacia la carbono neutralidad.

Sin embargo, aunque existen importantes retos en algunos temas, tales como, adaptación y mitigación ante el cambio climático, la igualdad salarial, la inclusión y gobernanza, se están desarrollando iniciativas que apoyan el avance en estas áreas, agregan valor a las empresas y a su vez a la sociedad.

Siendo la República Dominicana un país de alta vulnerabilidad frente al cambio climático, ¿qué iniciativas se han impulsado desde EcoRed y la empresa privada para reducir el riesgo de desastres?

ECORED es punto focal de la Iniciativa ARISE y el enlace con la Oficina Regional de UNDRR, en República Dominicana desde 2018, con el objetivo de ofrecer apoyo técnico y compartir buenas prácticas que contribuyan a mejorar los sistemas de prevención de riesgos y desastres para el sector privado dominicano.

Desde este periodo, hemos realizado talleres de capacitación en la metodología de gestión de riesgo de desastres, así como webinars y eventos, uno de ellos fue Ganancias Sostenibles en 2018, que abordó La Gestión de Riesgo de Desastres, como una inversión inteligente y recientemente el encuentro regional CONVERTIRSE 2022, que expuso la urgencia de asumir desde el sector privado la “gestión de riesgos” para garantizar resiliencia, operatividad y minimizar efectos por desastres ambientales.

El capítulo dominicano de la Alianza del Sector Privado para Sociedades Resilientes ante Desastres (ARISE), está compuesto, además, por las empresas socias de ECORED, Grupo Universal y CORMIDOM, pioneras en la iniciativa, así como CEPM y Energas, quienes se incorporan a principios del 2022.

Desde 2015 EcoRed forma parte de la Red INTEGRARSE. En estos dos años, donde la asociación asumió la presidencia protempore, ¿qué aportes puede destacar?

Seguimos trabajado en la recuperación de la región por los efectos provocados por la pandemia, en un esfuerzo conjunto desarrollamos el Manual de buenas prácticas y la Guía Medidas responsables para reactivación empresarial en la región Centroamérica y el Caribe, que entendemos fueron y continúan siendo un aporte muy valioso en un momento crítico para el sector empresarial de la región.

Tuvimos la oportunidad, y la responsabilidad, de construir una recuperación verde e inclusiva impulsada por el sector privado, luego de la pandemia de la COVID-19, a través de la actual iniciativa regional de Green Recovery, en alianza con la Agencia Alemana para la Cooperación Internacional (GIZ), generar empleos verdes, estimulando el crecimiento económico para compensar las pérdidas, limitando los impactos ambientales y los riesgos sociales.

Además, hemos realizado esfuerzos importantes para sensibilizar al sector privado sobre la necesidad de tomar medidas para el uso sostenible de los recursos, con el objetivo de posicionar el tema Biodiversidad y Negocios en la red regional mediante su integración en los planes estratégicos; el intercambio de conocimientos, casos de éxito y buenas prácticas; estamos desarrollando con el apoyo de la GIZ, una transferencia de



conocimientos a los otros países que forman parte de la alianza regional INTEGRARSE, lo que representa una gran oportunidad en temas de conservación medioambiental en la región.

ECORED organizó este año 2022 por primera vez en República Dominicana, la XI conferencia regional CONVERTIRSE, donde se expuso la urgencia de asumir desde el sector privado “gestión de riesgos” para incrementar la resiliencia, garantizar la operatividad y minimizar los efectos por desastres ambientales. Un encuentro dirigido a altos ejecutivos del sector empresarial, que realiza cada dos años la Red INTEGRARSE.

A pocos meses de dejar la presidencia de Ecored, ¿cuáles han sido los logros a destacar de estos casi dos años de gestión?

Parte de los logros durante estos dos años como presidente del Consejo Directivo de ECORED, han sido la renovación de una importante alianza con la Dirección General de Compras y Contrataciones, acuerdo en el que ratificamos nuestro compromiso conjunto de promover las compras sostenibles y la transformación de las Mipymes proveedoras del Estado, a través de la implementación de la herramienta IndicaRSE Pyme, alineada con los ODS. Y en el marco de esta iniciativa se realizó la primera Rueda de Negocios con la participación del sector privado.

La firma de un acuerdo de colaboración entre nuestra

organización y el Ministerio de Industria, Comercio y Mipymes, que representa un importante avance hacia el desarrollo de un sector manufacturero responsable, sostenible e inclusivo, que cumple a su vez con lo planteado por la Estrategia Nacional de Desarrollo.

Además, renovamos el acuerdo de Cooperación Institucional con el Ministerio de Medio Ambiente, en pro de la conservación de los recursos naturales, el desarrollo sostenible y la coordinación de políticas que mejoren la gestión ambiental en el sector empresarial.

Considero que otro de los logros durante en estos dos años, ha sido la transformación de las Mesas de Articulación Empresarial, hacia una plataforma que impulsa acciones y capacitaciones en temas de adaptación y mitigación ante el inminente impacto del cambio climático.

En temas de gestión de residuos la organización aportó a la elaboración de la Ley General de Gestión Integral y Coprocesamiento de Residuos Sólidos, Núm. 225-20 y luego de su promulgación, formamos parte del Consejo Directivo del Fideicomiso Público-Privado para la Gestión Integral de Residuos DO Sostenible, presidida por el Ministerio de Medio Ambiente.

También, nuestra participación en la “Mesa Temática sobre Medio Ambiente, Recursos Naturales y Cambio Climático”, una iniciativa liderada por el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales

representa una gran oportunidad de trabajar para obtener un pacto verde por el desarrollo sostenible, ambiental, climático y por el manejo responsable de los recursos naturales.

Desde ECORED entendemos que la educación es parte integral del desarrollo sostenible de la nación en sus tres dimensiones: económico, social y ambiental, por lo que firmamos un importante acuerdo de colaboración con la alta casa de estudios superiores, la Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra (PUCMM), con quienes hemos colaborado en importantes iniciativas desde el 2015.

Nuestra participación en la Semana del Clima, realizada por primera vez en Rep. Dom., considerado un encuentro clave en el camino hacia la COP27 en Egipto en noviembre; es parte de estos logros.

Para este 2022 ECORED, luego de dos años, vuelve a realizar su gran encuentro Ganancias Sostenibles, un espacio que propició la firma de un acuerdo de colaboración que designó a la organización como el punto focal en Rep. Dom. de “Global Partnership for Business and Biodiversity”.

Y así también, el haber llevado durante este periodo la presidencia pro-témpore de la RED INTEGRARSE, con todas sus actividades y la celebración de la XI conferencia regional CONVERTIRSE, por primera vez en República Dominicana, ha sido una contribución regional coordinada desde nuestro país, proyectándonos también como un actor relevante en la discusión y colaboración regional en favor de un mundo sostenible.

Debemos continuar trabajando, sector público y privado, para que a través de alianzas bien establecidas logremos que nuestros resultados sean siempre mayores, a la suma de las partes.



ADEN

Te acompaña

ADEN fomenta la consciencia en los negocios latinoamericanos

Los **negocios socialmente responsables** toman decisiones basándose en el impacto de sus acciones. Esto lo tienen en cuenta desde sus procesos, y en sus **resultados**.



Escanea y conoce nuestra
oferta académica para
transformar tu negocio



ADEN

Te acompaña

Fomento a la consciencia en los **negocios sostenibles**

Con el objetivo de brindar mayores herramientas de preparación y fomentar la conciencia en los negocios sostenibles en la región, ADEN Business School, la escuela N° 1 en formación de negocios de América Latina, cuenta con un programa especializado en esta área. El programa está disponible para que, tanto líderes como colaboradores, implementen un manejo más responsable en sus proyectos.

“La actualidad trae nuevas prácticas, enfocadas al ambiente, comunidad y desarrollo, que terminan generando un mayor impacto positivo en nuestros países, por eso ADEN brindará becas de hasta el 70 % en este programa, con el fin de apoyar a las empresas a ser más sostenibles y acompañar a emprendedores a alcanzar el éxito con sus empresas”, comenta Irene Kopper, VP de Desarrollo y Crecimiento de ADEN.

ADEN está focalizada en la formación y en el desarrollo profesional de directivos y

gerentes de empresas. Además, se caracteriza por la innovación de sus modelos de aprendizaje, orientados a la aplicación práctica y la utilización de metodologías de clases tanto interactivas como experienciales, a cargo de profesores que transmiten su experiencia gerencial y transfieren mejores prácticas que se aplican en empresas de toda América Latina.

Empresas Sostenibles

Una empresa sostenible es la que tiene como objetivo mantener su rentabilidad protegiendo a las futuras generaciones.

“Los negocios socialmente responsables toman decisiones basándose en el impacto de sus acciones en las comunidades, en su fuerza laboral y en el medio ambiente.

Esto lo tienen en cuenta desde sus procesos y, por lo tanto, en sus resultados”, agrega Kopper.

El objetivo es responder al triple impacto, es decir, fomentar un

modelo económico que además de buscar ser rentable, genere un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente. No son acciones puntuales como sucede con la filantropía, sino un modelo económico a largo plazo.

En un mundo complejo y convulsionado, las empresas juegan un rol protagónico en el desafío de tomar decisiones responsables, generar prosperidad en las comunidades donde operan y reconstruir el planeta.

El programa busca que el participante logre entender e identificar los retos globales a los que está sometida nuestra sociedad, que disponga de un amplio conocimiento de herramientas de medición del impacto ambiental, social y económico para el desarrollo nuevos modelos de negocio, y que adquiera una visión integradora de los modelos de gobernanza empresarial acorde a los límites de nuestro planeta.

¡ADEN te acompaña hacia la Sostenibilidad!



CUMBRE EXPO TUR FACTOR DE ÉXITO 2022

I Cumbre ExpoTur Factor de Éxito Una ventana a la actualidad turística dominicana

Con un conversatorio y un ciclo de charlas, Factor de Éxito reunió a expertos del país para reflexionar sobre el panorama y perspectivas del turismo nacional

La I Cumbre ExpoTur Factor de Éxito, una coproducción de Factor de Éxito y Lov Marketing, reunió a los principales empresarios, funcionarios de gobierno y otros entes asociados al sector turístico dominicano, para plantear el panorama de inversión, conectividad, proyecciones y novedades de la industria turística nacional, así como sus perspectivas a futuro.

“Estamos muy entusiasmados con esta nueva iniciativa que hemos desarrollado bajo el paraguas de nuestra revista, donde, además del acostumbrado conversatorio, extendemos la jornada para ofrecer charlas, que contribuyen al impulso del turismo en el país”, dijo Isabel Cristina Rolo, directora ejecutiva de Factor de Éxito, en sus palabras de bienvenida.

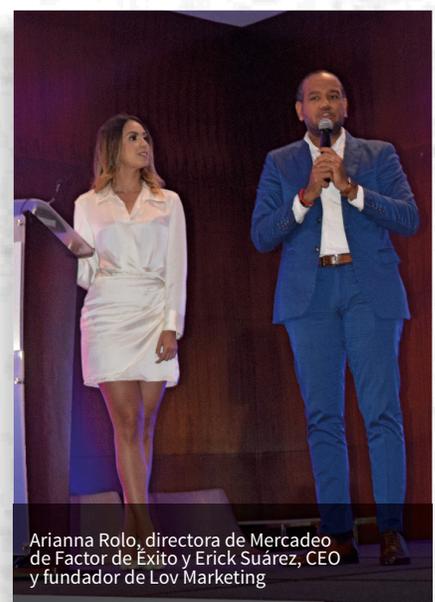
Por su participación en la captación de inversión extranjera directa para el turismo, la apertura estuvo a cargo de la directora ejecutiva de ProDominicana, Biviana Riveiro Disla, quien afirmó que, hoy “el 23 % de la IED del país es para el turismo nacional”.



Enrique Hillueca, directivo Banco Popular; Luis Espínola, VP ejecutivo de Negocios Empresariales e Inversión del Banco Popular; Arianna Rolo, directora de Mercadeo de Factor de Éxito; Isabel Figueroa de Rolo, CEO de Factor de Éxito; Isabel Cristina Rolo, directora ejecutiva de Factor de Éxito; René Grullón, VP ejecutivo de Negocios Nacionales e Internacionales del Banco Popular; Juan Manuel Martín de Oliva, vicepresidente del Área de Negocios Turísticos del Banco Popular



Isabel Cristina Rolo,
Directora ejecutiva de Factor de Éxito



Arianna Rolo, directora de Mercadeo
de Factor de Éxito y Erick Suárez, CEO
y fundador de Lov Marketing



Panel 1: Rayvelis Roa, especialista en Comunicaciones; Alberto Smith, director de Operaciones Landside & Carga del Aeropuerto Intl. de Punta Cana; Alan Checo, subdirector Autoridad Portuaria Dominicana, APORDOM; y Fabien Gourdon, director Comercial de AERODOM

Durante la mañana se realizaron cuatro paneles. El primer panel, titulado: Conectividad, uno de los catalizadores de la competitividad turística, fue conducido por Rayvelis Roa, especialista en Comunicaciones, y contó con la participación de Alan Checo, subdirector Autoridad Portuaria Dominicana, APORDOM; Alberto Smith, director de Operaciones Landside & Carga del Aeropuerto Intl. de Punta Cana; y Fabien Gourdon, director Comercial de AERODOM, quien señaló que “el tráfico aéreo en República Dominicana, desde el primer trimestre de este año, está a nivel del 2019”.



Panel 2: Rafael Blanco, presidente Asonahores; Arianna Rolo, directora de Mercadeo de Factor de Éxito; Biviana Riveiro, directora ejecutiva de ProDominicana; Isabel Cristina Rolo, directora ejecutiva de Factor de Éxito; Juan Manuel Martín de Oliva, vicepresidente del Área de Negocios Turísticos del Banco Popular; Isabel Figueroa de Rolo, CEO de Factor de Éxito; Héctor Antonio Rolo, Director Internacional de Ventas de Factor de Éxito; y Thony Da Silva, socio-director de Pizzolante

Durante su participación en el panel dos, titulado: Un país para invertir, Juan Manuel Martín de Oliva, vicepresidente del Área de Negocios Turísticos del Banco Popular, afirmó que “el índice de morosidad en el sector turístico es de 0,0 %, eso refleja el compromiso del tipo de inversor que llega a nuestro país”. En esta conversación, que estuvo moderada por Thony Da Silva, socio-director de Pizzolante, también participaron Biviana Riveiro, directora ejecutiva ProDominicana y Rafael Blanco, presidente Asonahores.



Panel 3: Miguel Calzada León, presidente de CTN y Puro Turismo; Karina Castellanos, gerente general de Eulen; Maurice De Castro, CEO de Fortech; y Ulises Jáuregui, investigador y coordinador de la Mesa Sargazo de INTEC

El panel tres: Maquinaria detrás de la industria turística, estuvo integrado por Ulises Jáuregui, investigador y coordinador de la Mesa Sargazo del INTEC; Karina Castellanos, gerente general de Eulen; Maurice De Castro, CEO de Fortech; y fue moderado por Miguel Calzada León, presidente de CTN y Puro Turismo.



Jacqueline Mora, viceministro Técnico de Turismo, aseguró, en su participación en el cuarto panel, que “el reto de la transformación y la diversificación del sector turístico ya no es un deseo sino una obligación. Tenemos una apuesta por el turismo de convenciones, el turismo cultural, el turismo de bienestar, turismo de atracciones y de cine”. Este panel, moderado por Jacinto Fernández, presidente de la Asociación Dominicana de Operadores Turísticos, ADOTUR, contó también con la participación de Alejandro Cambiaso, presidente Asociación Dominicana de Turismo de Salud; y Jorge Subero, presidente del Consejo de Administración de Cap Cana.



Panel 4: Jacinto Fernández, presidente de ADOTUR; Jacqueline Mora, viceministro Técnico de Turismo; Jorge Subero, presidente del Consejo de Administración de Cap Cana; y Alejandro Cambiaso, presidente Asociación Dominicana de Turismo de Salud

La jornada de la mañana fue cerrada por Isabel Figueroa de Rolo, CEO de Factor de Éxito, exhortando a los presentes a mirar hacia el futuro. Aprovechó la ocasión para presentar a Erick Tro, el TikToker más seguido de España, quien tiene una forma disruptiva de comunicar el turismo, como un ejemplo de esa mañana al que debe apuntar el sector.



Isabel Figueroa de Rolo, CEO de Factor de Éxito, y Erick Tro, TikToker español

Luego, en la jornada vespertina, se realizaron diversas charlas con expertos que aportaron a la audiencia temas que contribuyen al desarrollo y crecimiento de la industria turística nacional: Comunicación turística, la puerta al emprendimiento, conducida por Milka Hernández, estratega en Marketing Turístico y Turismo Comunitario Sostenible; Actualidad y perspectivas del sector eléctrico en el desarrollo de las Zonas Turísticas de RD, expuesto por Rafael Velazco, consultor senior de Raveza, Associated and Services, ex superintendente de Electricidad y ex presidente del comité de energía de AMCHAMDR; Turismo



Biviana Riveiro
Directora ejecutiva de ProDominicana



Jacqueline Mora
Viceministro Técnico de Turismo



Milka Hernández
Estratega en Marketing Turístico y Turismo Comunitario Sostenible



Rafael Velazco, consultor senior de Raveza, Associated and Services y ex superintendente de Electricidad



Tamara Vásquez
Economista y directora de la Escuela de Turismo de UNIBE



Giselle Pérez
Abogada, socia en Guzmán Ariza Abogados y Consultores



Michael Espino
Tour operador especializado en eventos deportivos



Miguel Villamán
Presidente ejecutivo CADOAR

& tendencias estratégicas: Innovación y Sostenibilidad, por Tamara Vásquez, economista y directora de la Escuela de Turismo de UNIBE; Importancia del seguro de propiedad en la sostenibilidad del turismo, por Miguel Villamán, presidente ejecutivo CADOAR; Turismo deportivo como marca país, expuesto por Michael Espino, tour operador especializado en eventos deportivos; Incentivos fiscales para la inversión en turismo, tema explicado por Giselle Pérez, abogada, socia en Guzmán Ariza Abogados y Consultores; Retos y oportunidades de la inteligencia turística, expuesto por Enrique Penson, director de Estudios Económicos del Ministerio de Turismo; y, finalmente, Juan Carlos Rodríguez, coach, trainer y speaker en liderazgo, cerró este ciclo hablando sobre la importancia del liderazgo en el sector turístico.

“Con esta primera cumbre, una coproducción con Lov Marketing, en Factor de Éxito reafirmamos nuestro compromiso de valor con el país, al ser una plataforma para visibilizar las nuevas propuestas

CUMBR
**EXPO
TUR**
FACTOR DE ÉXITO 2022

y el pensamiento de los protagonistas del sector turístico dominicano”, concluyó Arianna Rolo, directora de Mercadeo de Factor de Éxito.

Erick Suárez, CEO y fundador de Lov Marketing, agregó a las palabras de cierre: “Esta cumbre es un proyecto que empezó con la visión de combinar todas las personalidades que están cambiando el turismo nacional. Les invitamos a que queden pendientes de la Cumbre ExpoTur Factor de Éxito 2023”.



Enrique Penson
Director de Estudios Económicos del
Ministerio de Turismo



Juan Carlos Rodríguez
Coach, trainer y speaker en liderazgo



Arianna Rolo
Directora de Mercadeo de Factor de Éxito



Luis Daniel Arias, asesor de Negocios Internacionales de Factor de Éxito; Arianna Rolo, directora de Mercadeo de Factor de Éxito; Isabel Figueroa de Rolo, CEO de Factor de Éxito; Juan Carlos Rodríguez, coach, trainer y speaker en liderazgo; Isabel Cristina Rolo, directora ejecutiva de Factor de Éxito; Héctor Antonio Rolo, director Internacional de Ventas Factor de Éxito; Erick Suárez, CEO y fundador de Lov Marketing



Andrés García, miembro del Comité Ejecutivo de Factor de Éxito; Isabel Cristina Rolo, directora ejecutiva de Factor de Éxito; Isabel Figueroa de Rolo, CEO de Factor de Éxito; Erick Tro, TikTok español; Arianna Rolo, directora de Mercadeo de Factor de Éxito; y Luis Daniel Arias, asesor de Negocios Internacionales de Factor de Éxito



Wanda Montero

Country President Ipsos RD
@wandamonterop @ipsoscca

Vidas sostenibles, ¿cómo llevar la preocupación a la acción?

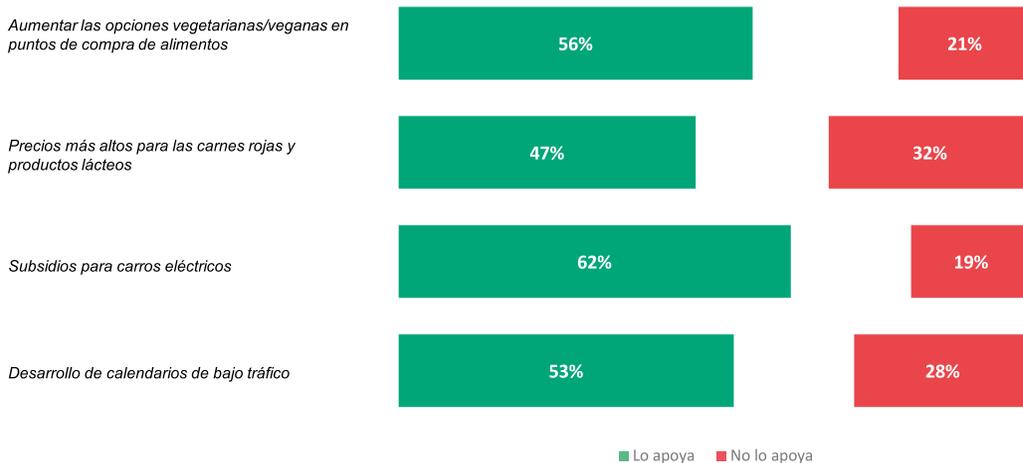
La preocupación pública por el cambio climático ha aumentado en los últimos años en todas partes del mundo, aun así, no se ha visto acompañada por un cambio significativo en los comportamientos hacia estilos de vida más sostenibles. La realidad es que el apoyo público a las políticas de sostenibilidad puede ser frágil, ya que caen bruscamente cuando el estilo de vida potencial y, en particular, implicaciones de costos, son presentados.

Mientras que numerosas encuestas y otros estudios han examinado el apoyo público a políticas climáticas específicas, ningún estudio ha proporcionado

aún un análisis profundo sobre el compromiso público con la gama de políticas que implican cambios en el estilo de vida. Ipsos y sus colegas del Centro para el Cambio Climático y las Transformaciones Sociales (CAST), cubren este espacio con el reporte Ipsos Net Zero Living.

Mientras que el cambio climático es una preocupación apremiante para muchos, esto no es suficiente para producir cambios de comportamiento. Sin embargo, cuando obtenemos beneficios, como la mejora en la calidad del aire, en la salud o creación de empleos, se identifican y aumenta el apoyo.

Apoyo general a las políticas Zero Net



Ipsos Net Zero Living-KnowledgePanel – 2,830 entrevistados 2021

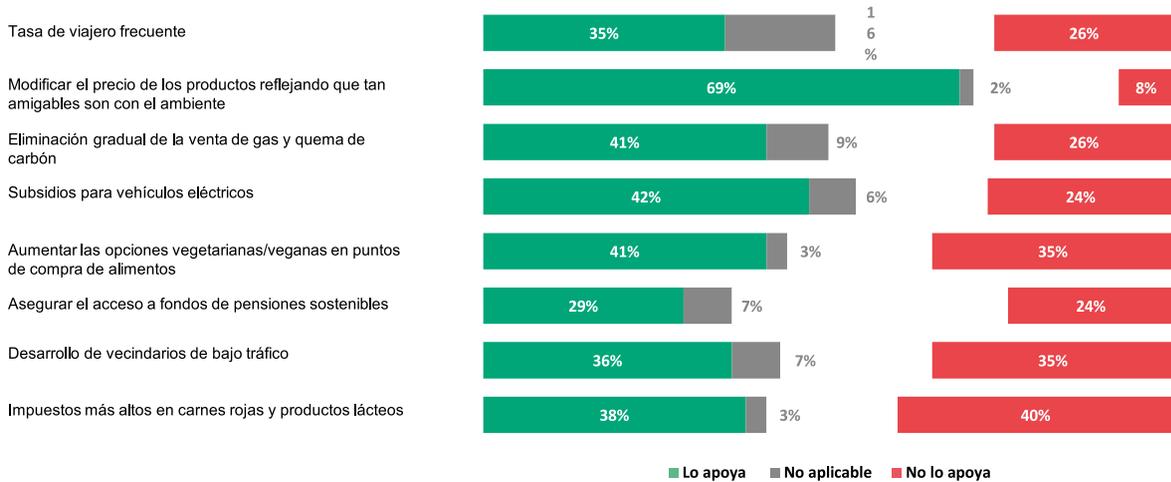


Las políticas relativas a formas de transporte, energía y consumo más sostenibles se entienden como prioridad para la acción climática, pero el público considera que la importancia

de otras áreas, como el cambio en la dieta, es menor. El público tiene niveles notablemente bajos de confianza en la equidad de todas las políticas, con particular

preocupación con aquellos de bajos ingresos y otros grupos marginados que, probablemente, se vean afectados de forma negativa.

Apoyo general a las políticas Zero Net según su impacto en el estilo de vida



Ipsos Net Zero Living-KnowledgePanel – 2,830 entrevistados 2021



Relacionado con esto, está el mayor apoyo brindado a las políticas que implican elección y son incentivadas, en lugar de coaccionadas. Como era de esperar, esto significa que algunas políticas, por ejemplo, las de cero emisiones netas son más polémicas que otras y, por lo tanto, más difíciles de comunicar. Las políticas de cero emisiones netas reciben diferentes niveles de apoyo entre los diferentes grupos de la sociedad, siendo menos probable que los que viven en las zonas más desfavorecidas, los que se encuentran a la derecha del espectro político y los que están menos comprometidos con los problemas del cambio climático, apoyen las políticas.

También hay marcadas diferencias entre las políticas apoyadas por jóvenes y por mayores. Los grupos de mayor

edad tienden a tener más apoyo a las políticas relacionadas con el transporte y el consumo sostenible, mientras que los grupos de edad más jóvenes favorecen las relacionadas con los vehículos eléctricos, el cambio de dieta y la calefacción doméstica. Las mujeres apoyan ligeramente más las políticas de cero emisiones netas que los hombres y es más probable que las convenzan los argumentos a favor del clima.

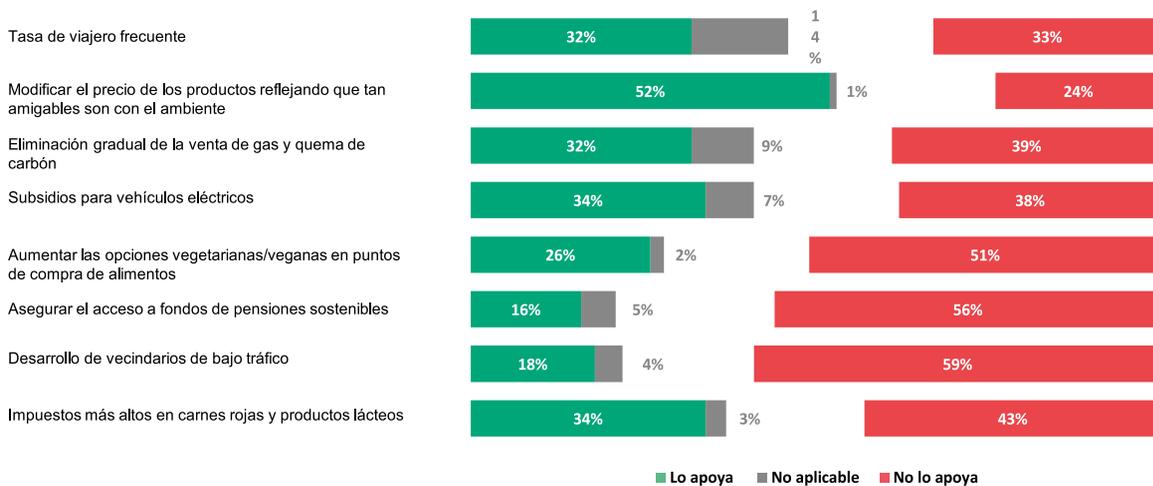
Las recomendaciones claves, desde el punto de vista de las ciencias del comportamiento, se resumen a continuación, tomando como base un cambio en el comportamiento en las emisiones:

► Involucrar al público en la toma de decisiones sobre el

zero net desde el principio en el diseño de políticas, a través de mecanismos como asambleas, referendos y charlas educativas. Hacer que el público participe en la toma de decisiones puede crear un mayor sentido de propiedad, equidad y apoyo para los cambios necesarios.

► Comunicar los beneficios colaterales y la eficacia de las políticas de cero emisiones netas para abordar las preocupaciones sobre el estilo de vida negativo y los impactos financieros, ya que apreciar beneficios más amplios y múltiples puede ayudar a generar apoyo. Al diseñar políticas climáticas que logren beneficios colaterales y comunicarlos de manera específica a diferentes públicos, los formuladores de políticas públicas pueden generar apoyo para la transformación.

Apoyo general a las políticas Zero Net según su impacto financiero



Ipsos Net Zero Living-KnowledgePanel – 2,830 entrevistados 2021



► Construir sobre el apoyo existente para la acción climática moviendo el discurso público hacia cambios mucho más profundos. El momento actual es un momento de oportunidad para movilizar apoyo para un cambio social de mayor alcance, ya que el público ve el cambio climático como un problema urgente que abordar.

► Abordar las preocupaciones de equidad y ofrecer transparencia en cuanto a cómo se implementan las políticas y cómo afectarán a todos los sectores de la sociedad es crucial

para que el público apoye las políticas de cero emisiones netas. A pesar de los altos niveles de preocupación por el clima, las personas son muy escépticas acerca de cómo se implementarán las políticas de cero emisiones netas de una manera que no perjudique a algunos sectores de la sociedad de manera desproporcionada. Los comunicadores confiables y la toma de decisiones participativa pueden ayudar a aumentar la equidad de las políticas.

► Eliminar las barreras y fricciones conductuales es

esencial, mediante el uso de múltiples intervenciones económicas, regulatorias y sociales, haciendo que las opciones bajas en carbono sean las más fáciles e, idealmente, el incumplimiento puede cambiar el comportamiento. Como muestra nuestro estudio, el costo financiero también es importante, por lo que los incentivos y desincentivos económicos también son fundamentales para garantizar que las opciones ecológicas no sean exclusivas de los ricos.





CONTROL DE ANSIEDAD FRENTE A LA CRISIS CLIMÁTICA

Ismael Cala

Periodista, escritor, motivador y conferencista inspiracional y empresarial

🌐 www.IsmaelCala.com

🐦 @cala 📷 ismaelcala 📺 IsmaelCala

Comencemos por el principio: ¿Qué lees y cuánto de ello consumes? Es recomendable solo estar atentos a las noticias indispensables, especialmente si sabemos que estas nos llenan de un sentimiento de impotencia que pueden disparar un estado de ansiedad.

Segundo, es necesario entender que este es un proceso colectivo, por tanto; de nada va a valer que individualmente nos agobiamos y sumemos más peso a nuestra mancillada salud mental. Los lazos generados desde la solidaridad con otras personas que comparten nuestros sentimientos son vitales.

Lo segundo, probablemente tengamos que ajustar algunos hábitos de vida, porque nos toca hacer lo que mejor se nos da como humanidad: adaptarnos y continuar. Cada quien, desde un profundo autoexamen, debe evaluar qué medidas tomar desde sus propias condiciones.

Míralo de forma simple: Los autojuicios no son nuestros aliados. Evitemos pensar en aquellas actividades que se escapan de nuestras manos. Por el contrario, aprendamos a poner el foco en las acciones cotidianas que sí están a nuestro alcance como evitar el desperdicio de agua, disminuir el consumo de electricidad o aprovechar las caminatas cortas, las bicicletas o el transporte público cuando tengas algunas de esas opciones a nuestro alcance, no solo por dejar una menor huella de carbono, sino por nuestra salud integral.

En resumen: Es indispensable centrarse en aquellos comportamientos que sí podemos hacer desde nuestra trinchera. La culpa, por el contrario; empuja a las personas a un estado de inacción, lo que solamente generará un efecto negativo en tu salud mental y en el medioambiente.

Lamentablemente, nos llegó el momento en el que ya no podemos obviar lo evidente: la crisis climática es un hecho real. Las altas temperaturas vividas recientemente en Europa fueron solo “un verano fresco” para lo que advierten los científicos.

Ni hablar de Latinoamérica, donde todavía Puerto Rico está viviendo los estragos dejados por el huracán Irma en el sistema eléctrico de la isla, por solo nombrar uno de los casos más recientes.

Al leer todas estas noticias negativas es normal sentir agobio, porque nadie o la gran mayoría de nosotros desea que no continúen las catástrofes naturales producto de la inconsciencia generada por un sistema económico fracasado. ¿Pero qué podemos hacer nosotros, los ciudadanos de a pie?

**Cuidémonos para cuidar.
Esa es la regla que nadie debe quebrar.**



SOY SOSTENIBLE. LUEGO, ¿VENDO RENTABLEMENTE?

Eddy Gouveia

Especialista en alineación del modelo de negocio del cliente con las buenas prácticas de gestión financiera y de coordinación comercial en Syngulariti.

Soy sostenible: ¡Cambié el escritorio por una bicicleta!

Escribí esto a 2.413 msnm en la "Buvette du Granon" en el "Col du Granon" a la sombra paneles solares con cuya energía cargué mis equipos.

@numerosquevendentips & @gravelpanas

En 2021 titulé igual mi artículo, aludiendo a Descartes ("pienso, luego existo"), cuestionando la sostenibilidad, solidaridad y ventas en los negocios. Escribí cómo TOMS Shoes, fundada en 2006, irrumpió en el mercado con novedosas alpargatas: regalaba por cada par vendido un par a personas que no podían pagarlas. Lamentablemente, TOMS no pudo consolidar un modelo de negocio con una poco imitable contribución a la sostenibilidad y, a la par, bueno en ventas, rentable y generador de liquidez.

Hoy TOMS comparte on-line su filosofía: "Creemos en un mañana más equitativo" ("We believe in a more equitable tomorrow"), contribuye invirtiendo 1/3 de sus ganancias "para el bien de las bases, incluidas subvenciones en efectivo y asociaciones con organizaciones comunitarias, para impulsar un cambio sostenible". Orientándose especialmente en construir "equidad en comunidades marginadas, incluyendo negros, indígenas y personas de color, LGBTQ+ y mujeres y niñas".

En ese contexto en 2020 TOMS donó 100 millones de pares de zapatos y USD 2 MM para enfrentar la pandemia. Además, TOMS desde 2018 es una "B Corp™" (puntaje de 121,5 pts, 25 % más que su primer ranking y supera en más de 40 pts. el puntaje mínimo exigido).

Tampoco se olvida TOMS del planeta declarando que "una parte importante de estar en el negocio para mejorar vidas significa cuidar bien el lugar que todos llamamos hogar, y estamos comprometidos a hacer nuestra parte". Ni de la gente afirmando que TOMS "también es una comunidad y nos esforzamos

por mantener una cultura arraigada en la diversidad, la equidad, la inclusión y el antirracismo. Apoyamos a nuestros empleados y socios para ayudar a crear un cambio positivo". TOMS se autodefine como "un libro abierto, colgando en su web su "Reporte de Impacto 2021".

Si traspasamos la web de TOMS, mirando fuentes independientes, encontramos que alguna vez los analistas la vieron como un "ejemplo perfecto de una empresa que ha obtenido ganancias con éxito y, al mismo tiempo, ha satisfecho las necesidades de las personas pobres". Afirmación que en marzo 2022 sostienen fuentes como BusinessEssay.

Wikipedia refiere que el fundador de TOMS, Blake Mycoskie, no es desde hace algún tiempo ni accionista mayoritario ni responsable de las operaciones. Cedió su participación accionaria, entre 2015 y 2019, a los consorcios financieros. Entidades que, en su oportunidad, aportaron copiosos fondos a las operaciones y, finalmente, nerviosos por la debilidad del flujo de caja de la empresa, terminaron tomando su control. Mientras, Mycoskie terminó extenuado (o burned up). Recuperado de esa experiencia fundó Mador: compañía de bienestar (wellness) que ayuda a desarrollar hábitos saludables.

Un artículo de Day Clarendon en mayo 2022 reseña fuentes como Bloomberg, a quien Magnus Wedhammar, CEO de TOMS desde 2020, le manifestó: "No hay ningún secreto de que en los últimos cuatro o cinco años TOMS ha pasado por una disminución de ingresos". En 2019 TOMS ya no pudo sostener más su modelo de "one by one" y pasó de donar un par de zapatos por cada par vendido al esquema de contribución sobre ganancias ya comentado.

En mi opinión dar y ayudar siempre dará buenos resultados para los involucrados. Importante: estar muy atento a las mediciones de competitividad, liquidez y rentabilidad de nuestro negocio. "Arroparnos hasta donde nos llegue la cobija" (como me enseñó mamá), evitando deudas y sobredimensionamiento de las operaciones y caridad, que el negocio no pueda asimilar oportunamente.

FACTOR DE ÉXITO

¡La clave está en la diferenciación!

RESERVA TU ESPACIO

PRE-VENTA 2023

FACTOR DE ÉXITO
¡La clave está en la diferenciación!

CENTRO DE INVESTIGACIÓN EN SOSTENIBILIDAD

Guillem Martí
Director del Centro de Investigación en Sostenibilidad de Bama Management School

El tránsito hacia la sostenibilidad debe ser por convicción, no por obligación

Katharina Falkner-Olmedo
Representante del Banco Interamericano de Desarrollo (BID)
El cambio climático ya no es un escenario de futuro

Jorge Subero
Presidente ejecutivo de Cap Cana: Ciudad Destino
La visión de Cap Cana es ser cada día más sostenibles y amigables con el medio ambiente

Luis José López Mena
Presidente Comité Sostenibilidad AMCH-AM-DR
La sostenibilidad más que un fin es un proceso continuo

Maribel Bera
Presidenta ECODE
Para las empresas, la sostenibilidad es el camino correcto

FACTOR DE ÉXITO
¡La clave está en la diferenciación!

Jacqueline Mora
Viceministra Técnico de Turismo
Turismo: "Se da frutos cuando se tiene el coraje de servir con urgencia"

FACTOR DE ÉXITO
¡La clave está en la diferenciación!

Juan Luis Rodríguez
El Sistema portuario Nacional se encuentra en una posición altamente competitiva.
Sectores marítimo, construcción y automotriz, una importante cuota de responsabilidad en el desarrollo del país

FACTOR DE ÉXITO
¡La clave está en la diferenciación!

Elizabeth Mena
"Pasos firmes en la reducción y compensación de emisiones"
Recursos energéticos y mineros: "Conciencia ambiental, hora de nutrirse en futuro sustentable"

FACTOR DE ÉXITO
¡La clave está en la diferenciación!

Andrés Moya
La salud pasó a ser más valorada y prioritaria que nunca
Sector salud en la nueva era pospandemia

FACTOR DE ÉXITO
¡La clave está en la diferenciación!

Freddy Pazzi
Cifras demuestran que el incremento de valores impulsa el desarrollo del país
Sistema financiero dominicano en el escenario económico mundial

FACTOR DE ÉXITO
¡La clave está en la diferenciación!

effie AWARDS
Premian las mejores campañas publicitarias del mercado dominicano

FACTOR DE ÉXITO
¡La clave está en la diferenciación!

Celso Juan Marreznini
Trabajo en equipo por el fortalecimiento de la industria dominicana

FACTOR DE ÉXITO
¡La clave está en la diferenciación!

Ana Figueroa
El camino puede ser difícil pero no imposible
"LIDERAZGO FEMENINO. LIDERAZGO DE IMPACTO"



EVENTOS | REVISTA | DIGITAL | WEB SITE

PLATAFORMA PARA EL
**LIDERAZGO,
EMPRESARIAL Y DE
NEGOCIOS**



Actualiza tus datos en la app AFP Reservas

y conoce los detalles de tu
Cuenta de Pensión

iDescárgala!

