

Forbes

LEERLA ES NEGOCIO | REPÚBLICA DOMINICANA | OCTUBRE 2024

LUCILE HOUELLEMONT
CEO de Dominican Watchman y
presidenta de la CCSD

XIOMARITA PÉREZ
Folclorista

SONIA DÍAZ INOA
Jueza del
Tribunal Constitucional

AMNY ACOSTA THEN
Endoscopista bariátrica
y CEO de Salute Clinic



MUJERES PODEROSAS

Celebre cada momento con Inclusive Collection



INCLUSIVE COLLECTION

IMPRESSION
BY SECRETS

Z
HYATT ZIVA®

Z
HYATT ZILARA®

ZOETRY
RESORTS & SPA RESORTS

SECRETS
RESORTS & SPA

breathless
RESORTS & SPA

DREAMS
RESORTS & SPA

**HYATT
vivid**
HOTEL & RESORTS

ALUA
RESORTS & SPA

SUNSCAPE
RESORTS & SPA

**WORLD
OF
HYATT.**



REPÚBLICA DOMINICANA:
CAP CANA • LA ROMANA • PUNTA CANA
hyattinclusivecollection.com



• **CONTENIDO** •



**EXITOSAS,
INFLUYENTES Y
DISRUPTIVAS**

Forbes República Dominicana presenta su lista de las 50 Mujeres Más Poderosas de República Dominicana, cuyo liderazgo rompe estereotipos y aporta a la construcción de una sociedad más justa.

PÁG.
54

FOTOGRAFÍA DE PORTADA REALIZADA POR PACO GRAMONTTI, EN REPÚBLICA DOMINICANA. AGOSTO DE 2024

2

FRONTAL**08 • CONSUMIDORES MADUROS SEDUCEN MERCADO**

Te presentamos los resultados de un estudio sobre las preferencias de compra del segmento de población mayor de 65 años, un nicho creciente y de amplio valor.

18 • CREADORES DE EXPERIENCIAS SONORAS

La historia de cómo los hermanos Francisco y Fernando Hernández crearon la empresa de equipos sonoros MusiTempo, a partir de su afición por la música clásica.

OPINIÓN**20 • CULTURA ORGANIZACIONAL/**Eduardo Valcárcel**21 • CÓMO SE REDUCE LA POBREZA/** Miguel Collado**22 • LA VOZ DE LA MUJER EJECUTIVA/** Reynaldo Infante**23 • ECONOMÍA EN BUEN RITMO/** Alejandro Grisanti**24 • DISRUPCIÓN FEMENINA/** Santiago Camarena**25 • MARCA PERSONAL INFALIBLE/**Esmerarda Montero**ESPECIAL****26 • PARQUE VEHICULAR, ENTRE LUJO Y ANTIGÜEDAD**

A pesar de que el país no tiene una industria automotriz propia, está en la lista de los que cuentan con el mayor número de unidades per cápita en América Latina y el Caribe.

32 • SOLUCIONES DE INVERSIÓN SOSTENIBLE

Los fondos de inversión presentan propuestas que no solo son rentables, sino que también impulsan acciones que favorecen el cuidado al medioambiente.



FREPIK, PACO GRANONETTI, FOUR SEASONS

REPORTAJES**36 • LA ERA DE LAS BILLETERAS ELECTRÓNICAS**

Las empresas del sector financiero se han apoyado en las innovaciones implementadas en los dispositivos móviles para adoptar tecnologías que ya no solo apuntan hacia la disminución del dinero en efectivo, sino también de las tarjetas.

40 • TRANSFORMADORES DOMINICANOS

Ejecutivos de Eminsá han invertido en una nueva planta y tecnologías para consolidarse como un referente en la fabricación de estos equipos en el país.

**FORBES LIFE****74 • HEREDERO NATURAL**

La Bahía de Samaná resguarda un destino que pareciera bajarle el ritmo a la vida, para admirar con calma todo su encanto. Miches apunta, así, a forjarse como el nuevo polo turístico de República Dominicana.



• DIRECTORIO •

Director Editorial para
República Dominicana y
Centroamérica
ELADIO GONZÁLEZ
egonzalez@forbesenespanol.com

Editora
FELIVIA MEJÍA SANTOS
fmejia@forbesenespanol.com

Editora adjunta
Forbes Life
SHEILA RAMÍREZ

Diseñador
JESÚS CHÁVEZ

Coordinadora web
LILIAN TEJEDA
ltejeda@forbes.do

Editora de video
ARIADNA CASTRO

Director de fotografía
PACO GRAMONTI

Editor Forbes Life
ALBERTO ROMERO
aromero@forbes.com.mx

Coordinadora Redes Sociales
JANE DENNISE AGREDA

Editora de Foto
ANGÉLICA ESCOBAR

Director regional de arte
ABRAHAM SOLÍS

Directora de Producción y
Circulación LATAM
LAURA VEGA

Colaboradores

JOAN SEBASTIAN, GLENYS GONZÁLEZ, ALMA SOLÍS, ISABEL DÁVILA Y MANUEL GRAJALES

Directora Comercial
República Dominicana
CRISTINA ROVIRA
crovira@forbes.do

Ejecutiva Comercial
MERY DISLA
mdisla@forbesenespanol.com

Sr. Vice President Sales
Latin America (Miami)
DALIA SÁNCHEZ
dsanchez@groupbrands.net

Director Creativo
DIEGO VILLANUEVA

CHAIRMAN OF THE BOARD
MARIANO MENÉNDEZ

FORBES REPÚBLICA DOMINICANA, Año 10, septiembre-octubre de 2024 es una publicación mensual editada y publicada por Media Business Generators, SA, por contrato y bajo licencia de Forbes Media LLC. Editor responsable: Eladio González: egonzalez@forbesenespanol.com. Con núm. de reserva de derechos al uso exclusivo emitido por el Indautor, 04-2012-11210382400-102, número de certificado de licitud de título y de contenido No. 15572. Media Business Generators no se hace responsable por los contenidos de la publicidad expresada por sus anunciantes, si bien llegado el caso investigará la seriedad de los mismos. Las opiniones expresadas por los autores no

representan, en ningún caso, la postura del editor y la editorial. Prohibida su reproducción parcial o total. FORBES REPÚBLICA DOMINICANA es una publicación de Media Business Generators, SA de CV, en virtud de un acuerdo de licencia con Forbes Media LLC, 499 Washington Blvd, Jersey City, NJ 07310. FORBES es una marca comercial utilizada bajo licencia de FORBES LLC. © 2012 Media Business Generators, SA de CV. © 2012 FORBES, todos los materiales publicados en la edición de Forbes Estados Unidos. Todos los Derechos Reservados.



LA BRECHA QUE FRENA LA ECONOMÍA

En los últimos años, la participación de las mujeres en las esferas más altas del liderazgo empresarial dominicano sigue siendo baja. Esta realidad no solo refleja un desequilibrio de género, sino también una oportunidad perdida para el crecimiento y la innovación. Diversos estudios demuestran que las empresas con mayor diversidad de género en sus equipos directivos son más rentables y tienen mayor capacidad de adaptación a los cambios del mercado, sin embargo, este potencial sigue infrutilizado en el país.

En 2023, las cifras sobre la participación laboral femenina en República Dominicana fueron alarmantes: mientras el 76.6% de los hombres estaban activos en el mercado laboral, solo el 52.76% de las mujeres lo estaban. Además, el desempleo femenino alcanzó el 8.1%, más del doble de la tasa masculina del 3.5%. Estas estadísticas ponen en evidencia las barreras estructurales que enfrentan las mujeres para acceder a empleos de calidad y posiciones de liderazgo.

Una de las principales causas de esta brecha es la persistencia de estereotipos y barreras culturales que limitan el acceso de las mujeres a los consejos de administración y altos cargos directivos. La falta de redes de contactos influyentes, el sesgo inconsciente en los procesos de selección y la carencia de políticas corporativas que faciliten el balance entre la vida laboral y familiar, son factores que dificultan su ascenso. Esto es especialmente evidente en sectores clave como la banca, la industria y las telecomunicaciones, donde la presencia femenina en los puestos de liderazgo es todavía menor.

La falta de mujeres en los consejos de administración no solo es una cuestión de igualdad de género, sino que tiene implicaciones directas sobre la competitividad de las empresas dominicanas. La diversidad de pensamiento es esencial para la toma de decisiones estratégicas, y excluir a las mujeres de estos espacios limita la capacidad de las empresas para enfrentar los desafíos de un entorno global en constante cambio.

La Iniciativa Paridad de Género, impulsada por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), y el programa Sello Igualando RD, coordinado por el Ministerio de la Mujer, están comenzando a abrir caminos hacia una mayor inclusión femenina en el ámbito laboral. Estas estrategias buscan promover la igualdad en los espacios de decisión, implementar políticas que favorezcan la equidad y prevenir la violencia y el acoso en



ELADIO GONZÁLEZ

Director Editorial para
República Dominicana y
Centroamérica



egonzalez@forbeslatam.net

el trabajo. En el sector público, el impacto de estas políticas ha sido notable: el 100% de las instituciones evaluadas en 2023 alcanzaron la meta del 40% de mujeres en puestos directivos, con un promedio del 53.9%.

El reto ahora es extender estos avances al sector privado, donde las barreras persisten con más fuerza. Es crucial que tanto empresas como el gobierno continúen promoviendo medidas concretas para garantizar la igualdad de oportunidades. La diversidad no es solo una cuestión de justicia social; es también una ventaja competitiva en un mundo que demanda innovación y creatividad. República Dominicana tiene la oportunidad de avanzar hacia un futuro más inclusivo, pero solo lo logrará si asume la equidad de género como una prioridad estratégica en todos los niveles del liderazgo empresarial. **F**

• FRONTAL •

3,568 MDP

Invirtió la banca múltiple en programas de responsabilidad social corporativa, en 2023. Unos 196 proyectos se desarrollaron en materia cultural, medioambiental, de salud, educación, deportes, inclusión financiera, emprendimiento, equidad de género y otras áreas, impactando alrededor de 286,000 personas, de acuerdo a información de la Asociación de Bancos Múltiples de la República Dominicana.

Cifra en millones de pesos (mdp).



POPULAR

Emprende Mujer

Negocio es sinónimo de Claudia

Descubre un espacio lleno de beneficios para acompañarte desde la idea inicial, hasta la apertura y desarrollo de tu negocio a través de capacitaciones y mentorías.

Tú también puedes ser parte de Emprende Mujer

Conoce más en impulsapopular.com/emprende/mujer

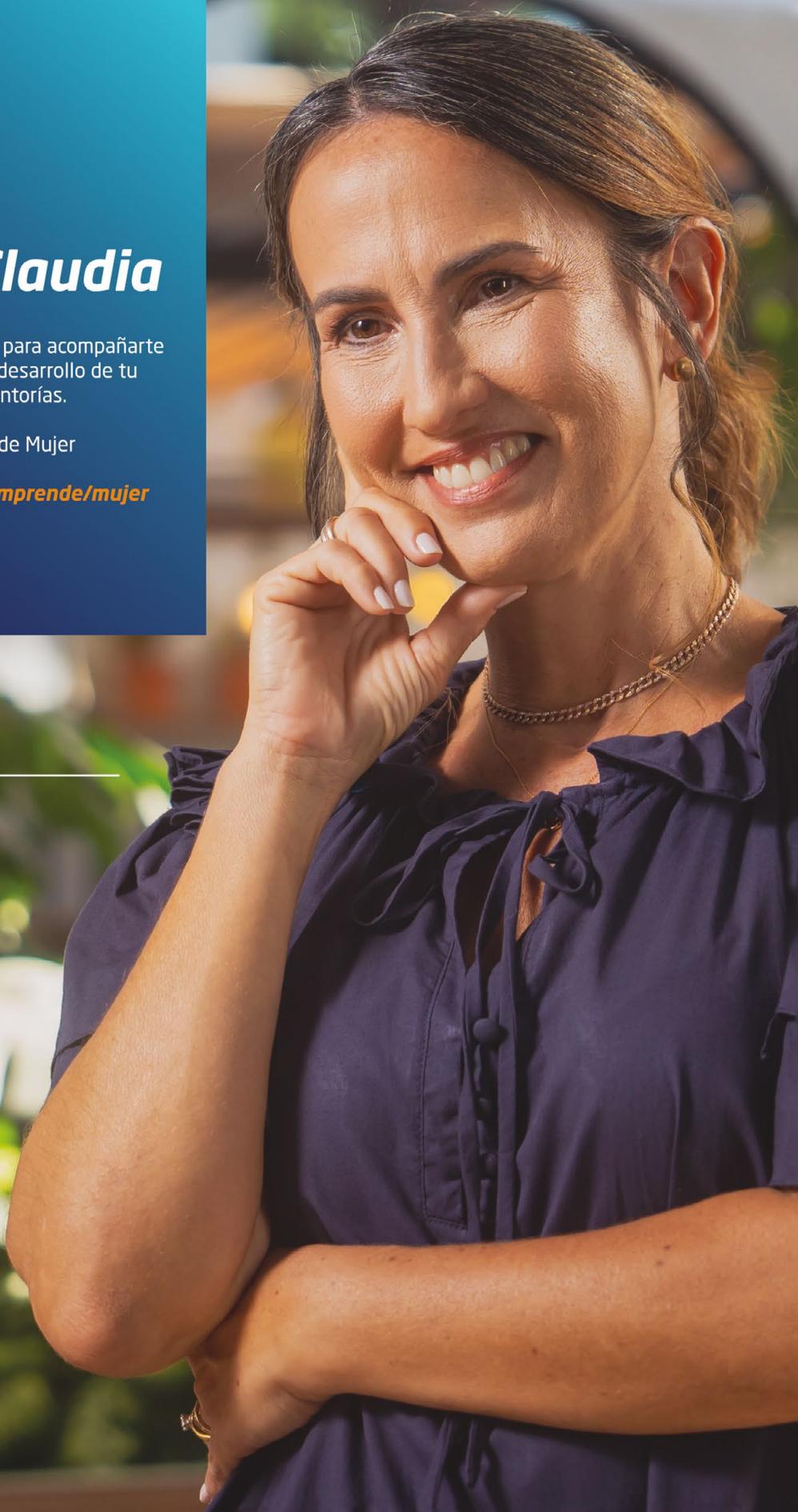


**años
cumpliendo**
El banco de las ideas

CLAUDIA RIVAS

FUNDADORA DE
FLOR DE CAFÉ

Escanea y conoce más



CONSUMIDORES MADUROS SEDUCEN AL MERCADO

EL PORCENTAJE DE POBLACIÓN CON MÁS DE 65 AÑOS AUMENTÓ DEL 6% EN 1990, A 9.3% EN 2020. SE ESTIMA QUE ESA PROPORCIÓN SEGUIRÁ ASCIENDIENDO HASTA LLEGAR A 16% EN 2050, CUANDO UNA DE CADA SEIS PERSONAS EN EL MUNDO TENDRÁ 65 AÑOS O MÁS. EL CÁLCULO COBRA SENTIDO SI SE CONSIDERA QUE EL GASTO GLOBAL ACTUAL DE LOS CONSUMIDORES MADUROS (ENTRE 50 Y 70 AÑOS), QUE ES DE MÁS DE 7,000 MILLONES DE DÓLARES (MDD), TENDRÍA UN INCREMENTO DE 23% PARA 2050, A MÁS DE 8,500 MDD, UNA CANTIDAD QUE SE DISTRIBUIRÁ ENTRE LOS DIVERSOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DISPUESTOS A ATENDER LAS NECESIDADES Y GUSTOS DE ESTE NICHOS CRECIENTE.

A 43 millones
de personas se calcula que aumentará la población mayor para el año 2050, desde los 27 millones que la ONU contabilizó en 2022

DISTRIBUCIÓN DE GASTO ACTUAL DEL CONSUMIDOR MADURO

CATEGORÍA	GASTO (MDD)	TENDENCIAS
 Vehículos	2,400	Hacia la movilidad y la autonomía.
 Viajes de ocio	1,940	Experiencias y disfrute personal.
 Moda y accesorios	800	Presentación personal y moda.
 Supermercado online	770	Adaptación y comodidad con las tecnologías de compra digital.
 Alcohol	400	Disfrute personal.
 Cuidados de la piel	310	Interés en el bienestar y el cuidado personal.

7,000 MDD
gasto global del
consumidor maduro

90%
de los consumidores
maduros están activos
en las redes sociales y
poseen una influencia
positiva en las decisiones
de compra de
generaciones más
jóvenes.

A FUTURO...

Los baby boomers,
especialmente
los más jóvenes,
seguirán siendo
consumidores de
servicios financieros
de primer orden, al
menos hasta 2030.

60%
Del gasto total de los
consumidores maduros,
se concentra en
un 20% de esta
población.

¿QUÉ DEMANDA UN CONSUMIDOR MADURO?



Vivienda de calidad, adaptada a sus necesidades (accesible, conectada).



Vivienda asistida (modelos de vivienda para el retiro con todos los servicios y requerimientos).



Plataformas o Apps que faciliten su independencia en compras, atención médica y movilidad.

¿QUÉ ES UN CONSUMIDOR MADURO VIBRANTE?

Tienen entre 50 y 70 años

72%
Cuenta con productos
de inversión

67%
hace compras en
los supermercados
online

61%
destina su
dinero a moda y
accesorios

FUENTES: Boston Consulting Group, Banco Santander y ONU

Por Joselin Cuartas Barrios

EL DESAFÍO GLOBAL DEL TALENTO

10
FRONTAL • RRHH

FORBES COLOMBIA CONVERSÓ EN EXCLUSIVA CON NICHOLAS KIRK, CEO Y DIRECTOR EJECUTIVO DE PAGEGROUP, ACERCA DE LOS DILEMAS QUE AQUEJAN A LAS ORGANIZACIONES RESPECTO A SU RECURSO HUMANO. KIRK, QUE SUMA MÁS DE 30 AÑOS DE TRAYECTORIA EN LA FIRMA, SE REFIRIÓ A LA CONFIANZA EMPRESARIAL, LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN EL TRABAJO Y LA SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN.

Con la panorámica de Bogotá en el fondo, vista desde el piso 11 en las oficinas de PageGroup, Nicholas Kirk, CEO y director ejecutivo de la firma, organiza sus notas antes de comenzar la entrevista. En esta conversación exclusiva con Forbes Colombia se refirió al reto que une a las empresas en todo el mundo, y que urge atención: el talento humano.

El asunto del trabajo se ha discutido desde múltiples perspectivas, siglo tras siglo; dando lugar a reflexiones sobre el mercado laboral, el bienestar, el balance vida-trabajo, la inclusión laboral, el impacto de la tecnología en el empleo y otras más. Durante tiempos de incertidumbre, la interrogante que emerge sin falta es cómo mantener la confianza de empleadores y empleados.

Así lo plantea Kirk, que hace una breve recapitulación de lo que han sido los últimos cuatros años, marcados



por sucesos críticos a nivel económico y social. En un abrir y cerrar de ojos, pasamos de indicadores macroeconómicos con un desempeño relativamente normal (2017-2019) a todos los tableros en rojo durante los años de la pandemia (2020-2022). Con la inflación y tasas de interés al alza, las empresas se volvieron temerosas en

la contratación, inseguras por el desempeño del negocio, mientras que los candidatos huían a tomar riesgos en relación con su empleo.

“Enfrentamos una desconfianza empresarial. Lo que podría cambiar este escenario sería una reducción en las tasas de interés, a medida que la inflación ceda, como ha sucedido en

FOTO: © ACERVO MICHAEL PAGE

algunos lugares de Europa y Estados Unidos”, señala el ejecutivo. Igualmente, acota, en varias regiones se realizan elecciones este año, por lo que las organizaciones dan pasos sigilosos.

“Están a la espera de que el mercado sea certero para ejecutar su plan de acción, y eso pasará cuando se hayan completado las elecciones, la inflación esté bajo control y las tasas de interés comiencen a regularse. Así habrá confianza en los negocios”, agrega.

ESCUCHAR PARA LIDERAR

Nicholas Kirk se unió en 1995 a Page-Group como consultor en el negocio de ventas de Michael Page, para luego ser promovido a director general en 2007. Tras un paso por diferentes áreas de la firma, fue nombrado CEO Global en enero de 2023. Su vasta experiencia le da méritos para hablar de liderazgo y de su importancia para atraer y retener el talento humano.

Desde su perspectiva, lo esencial es saber escuchar, pero hacerlo de forma estratégica y medible. “Hay que acudir regularmente a los empleados y preguntarles cómo se sienten, consultarles sobre los temas que les interesan como el salario, la cultura, el trabajo en casa”, sugiere.

En la firma han recurrido a una encuesta realizada por terceros, en la que el 90% de las preguntas son las mismas años tras año y un 10% aborda puntos que son nuevos en la conversación (como lo es la flexibilidad actualmente). Los resultados les dan una radiografía de lo que es importante para sus colaboradores, qué tan efectivas y qué diferencia han hecho las estrategias implementadas y en dónde hay oportunidades de mejora. “La retroalimentación es más que simplemente pedir comentarios, es tener el coraje y confianza para aceptarlos y hacer algo al respecto”.

Mediante la escucha activa se pueden comprender fenómenos como la transición generacional o las

necesidades actuales del empleado respecto al bienestar. El Workmonitor 2024 de Randstad encontró que el balance entre vida laboral y personal es más importante (57%) que un mayor salario (55%) a la hora de cambiar de trabajo; un cambio en el chip que se comprende en la interacción con el personal.

“He estado en la compañía por tres décadas, lo que importa para mí no es lo mismo que importa para alguien que ha estado tres años, y esto es especialmente interesante en la generación Z”, comenta Kirk.

Este grupo poblacional ya está llegando a las organizaciones y están deben estar preparadas para no quedarse atrás en la guerra por ese talento humano, lo que implica entender que tienen otras expectativas, que no están buscando quedarse 10 o 20 años en una empresa y que priorizan la versatilidad sobre la verticalidad en la movilidad laboral.

IA Y EL EFECTO SORPRESA

En su informe La Voz de los Candidatos, Michael Page consultó a 1.722 candidatos colombianos sobre la disrupción de la inteligencia artificial en el trabajo; la encuesta arrojó que el 61% considera que esta tecnología reducirá los puestos de trabajo y el 63% reconoce un impacto en sus roles.

A estas estadísticas se suma que el 99% está dispuesto a aprender sobre IA, y 9 de cada 10 lo harían para adaptarse a los roles del futuro del trabajo.

“Se habla de IA suena como si fuera la primera tecnología que se ha desarrollado y que puede cambiar la forma en que trabajamos. Y no es así”, dice Kirk, para quien es cuestión de perspectiva y cuenta que cuando conoció por primera vez a Cisco, en una reunión de clientes, su jefe y él quedaron asombrados porque la empresa tenía un sitio web; entonces era algo novedoso tener una página en internet y poder interactuar con ella. “Escribimos

www.cisco.com y pulsamos este botón y línea por línea, durante unos tres minutos, su página web apareció en la pantalla. Y pensamos que era increíble. Y estábamos asombrados. Yo creo que es similar el efecto con la IA”, relata.

Al quitarle ese velo de sorpresa, la IA no es más que otra revolución tecnológica con la que los colaboradores aprenderán a coexistir, como ya lo están haciendo, facilitándoles sus tareas rutinarias. Respecto a los procesos de selección, la IA agiliza los pasos y apoya en la clasificación de los candidatos, la revisión de hojas de vida y la mejora de los motores de búsqueda.

“En PageGroup tenemos una tecnología que utiliza IA y mira la geografía, el sector y el grupo de candidatos para arrojar datos sobre quienes estén, por ejemplo, interesados en una plaza de marketing, en Bogotá, en empresas, así como del tiempo promedio que se quedan los contratados en ese cargo”, explica.

Claro que después hay una intervención de expertos para la entrevista y selección. Al final se trata de dominar la información con un propósito, “los datos sólo son poderosos si tienen una acción. No quieres usar datos nada más porque es interesante”, sostiene.

En ese escenario, resulta indispensable brindar garantías de la seguridad de la información sensible que se obtiene en los distintos procesos de recursos humanos, ahora más considerando que las empresas se han vuelto vulnerables ante ataques cibernéticos y filtración de datos.

“Nuestra responsabilidad pasa por entender que si queremos brindar seguridad tenemos que aliarnos con grandes compañías globales que tienen la infraestructura y el talento necesario para proteger los datos”, enfatiza Kirk. Su tranquilidad por la noche es tener un equipo robusto y un jefe de ciberseguridad que vela el sueño de su organización. **I**

Por Joselin Cuartas Barrios

LA SIGUIENTE OLA

LA PRÓXIMA GENERACIÓN DE EMPRESAS FAMILIARES TIENE UNA PERSPECTIVA MÁS OPTIMISTA FRENTE A LA ADOPCIÓN DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL. LA ENCUESTA DE PWC APLICADA A MÁS DE 900 LÍDERES DE LA NUEVA GENERACIÓN ASÍ LO MUESTRA.

7 de cada 10

líderes de la NextGen consideran que la inteligencia artificial generativa es transformadora, pero no saben si su empresa está lista para usarla.

FRONTAL • EMPRESAS 12



¿EN QUÉ MEDIDA ESTÁ DE ACUERDO CON QUE LOS SIGUIENTES RIESGOS AUMENTARÁN?

RIESGO DE CIBERSEGURIDAD:

48%

de NextGen está de acuerdo

67%

de los CEOs de empresas familiares está de acuerdo

64%

de todos los CEOs está de acuerdo

RIESGO LEGAL Y REPUTACIONAL:

29%

de NextGen

46%

los CEOs de empresas familiares

46%

de todos los CEOs

DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN ERRÓNEA:

33%

de NextGen

52%

de los CEOs de empresas familiares

52%

de todos los CEOs

PREJUICIO HACIA GRUPOS:

25%

de NextGen

37%

de los CEOs de empresas familiares

34%

de todos los CEOs

Fuente: Encuesta Global NextGen 2024 de PwC



**ESTUDIA EN
LA ESCUELA
DE NEGOCIOS
ESPAÑOLA
PIONERA EN
VIRTUALIDAD
E INNOVACIÓN
EDUCATIVA**



**MBA y Masters
100% online
con tecnología
world-class**



**Más de 45 años
formando en
temáticas de
vanguardia**



**Doble titulación con
las más prestigiosas
universidades
europeas**



cerem.es



CEREM

Global Business School

QUERER MÁS

Por Felivia Mejía

BIENESTAR A DOMICILIO

LA PLATAFORMA DIGITAL SCAPE OFRECE LA FACILIDAD DE AGENDAR MASAJES Y FACIALES EN EL LUGAR Y HORARIO QUE PREFIERA EL CLIENTE.

La tecnología transforma el acceso a servicios de spa y bienestar en el país, con la incursión de una aplicación a demanda que permite coordinar sesiones de masajes o tratamientos faciales en el horario y lugar que más le convenga al cliente.

Se trata de Scape, una aplicación ideada en 2019, en México, por la empresaria de origen finlandés Helle Jeppsson y José de Murga, y que desde el año pasado opera en República Dominicana, Colombia y Chile.

Esos ejecutivos tienen en proyecto expandir sus servicios a Brasil y Estados Unidos y les interesa explorar posibilidades en Panamá, puntualizó Jeppsson en entrevista para FORBES.

La empresaria explicó que hay que descargar la aplicación Scape y desde ahí se seleccionan los servicios de spa o wellness que se desean tomar, especificando donde los recibirá, como su residencia o lugar de trabajo. Luego, un profesional certificado llegará al destino para ofrecer el servicio en el tiempo establecido.

Cuentan también con una línea de negocios denominada Scape Hotels, dirigida a hoteles que carecen de personal e instalaciones propias para masajes, faciales y tratamientos exfoliantes. Scape se introduce al mercado dominicano en momentos en que la industria wellness ha mostrado en el país un crecimiento significativo en los últimos años, impulsada por el auge del turismo de salud.



A nivel global, el mercado del bienestar está valorado en 6,800 millones de dólares y se prevé que alcance los 8,500 millones de dólares en 2027, según revela el Monitor de la Economía del Bienestar Global 2023 de The Global Wellness Institute (GWI).

Una encuesta titulada “El Futuro del Bienestar”, realizada el año pasado por la investigadora McKinsey, reveló que los consumidores están tomando un mayor control sobre su salud y esperan que las empresas les ofrezcan soluciones eficaces con base científica.

“Los consumidores Millenials y de la Generación Z están gastando más en salud y wellness que los consumidores mayores”, arrojó el estudio.

EL ORIGEN

Jeppsson Incursionó en el negocio de spa tradicional en Estados Unidos alrededor del año 2005. Ocho años más tarde se mudó a México, donde continuó participando de ese sector. La empresaria notó que la demanda era muy

alta los fines de semana. Sin embargo, los demás días era casi nula la venta de esos servicios; a pesar de que la gente los deseaba. Indagando las causas, encontró que a la gente, por cuestiones de trabajo y otras responsabilidades, les resultaba complicado sacar espacio para trasladarse a un spa. Es así como surge la idea en 2019 de que la masajista sea la que se traslade y que las personas pueden agendar a la hora y día de su preferencia desde una aplicación digital.

La aplicación se puede descargar para coordinar servicios en Santo Domingo, Samaná, Punta Cana y Santiago de los Caballeros. A inicios de este año ya tenían 100 terapeutas asociadas, con proyección de aumentarlas a 600 al finalizar el año. En México laboran unas 2000 terapeutas.

“De los spas lo difícil muchas veces es que los precios se elevan mucho porque los costes de la estructura son muy altos, sobre todo si tienen áreas húmedas, como saunas”, dijo Jeppsson. **1**

La seguridad al saber que tu propiedad se revaloriza día a día.

Tu estilo de inversión

Tu estilo de vivir



Playa Nueva Romana

BY BAHIA PRINCIPE RESIDENCES

Lotes, villas y apartamentos

📞 809 623 0869

www.playanuevaromana.com



Por Felivia Mejía

LA OFERTA HOTELERA CRECE EN SANTO DOMINGO

UN NUEVO HOTEL COURTYARD, DE LA CADENA MARRIOTT, ABRE SUS PUERTAS EN EL CORAZÓN FINANCIERO DE SANTO DOMINGO, PARA ACOGER, PRINCIPALMENTE, VISITANTES QUE BUSCAN DESCANSO, NEGOCIOS O EVENTOS.

En el turismo de reuniones y eventos, la directora general del nuevo hotel Courtyard Santo Domingo, ubicada en Piantini, identifica un nicho interesante de negocio con gran potencial de crecimiento en la capital.

Isabel Hernández López, quien lidera desde el año pasado los trabajos para la operación de la estancia, de la mano de Grupo Poma y su división hotelera Real Hotels & Resorts, resaltó que ese es uno de los segmentos de visitantes que pretenden atraer.

“Nosotros estamos muy emocionados, en general, con todo lo que se está viendo en Santo Domingo, con la expansión, con lo que está creciendo el país, con lo que está apostando el país por el crecimiento de la ciudad y del turismo. Realmente, creo que se está viendo un crecimiento vertiginoso en todos los aspectos”, apuntó.

Aunque la cifra de visitantes que por el concepto de reuniones llega al país aún no es de gran impacto, en los últimos años se ha registrado un aumento. Se estima que alrededor de 100,000 personas visitan el país para participar de algún evento. Ese nicho se ha ido recuperando, tras quedar bastante afectado como consecuencia de la pandemia que afectó al mundo en 2019, según informaciones del Ministerio de Turismo.

De hecho, el ministro de Turismo, David Collado, ha dicho que el segmento de reuniones, incentivos, conferencias y exposiciones, denominado



INVERSIÓN Y EMPLEOS

José Martí, director corporativo de operaciones de Real Hotels and Resorts, había informado en febrero pasado, cuando se inauguró la edificación, que invirtieron alrededor de 30 millones de dólares en la construcción y que proyectan contar con un equipo de colaboradores fijos de unas 100 personas, dependiendo de la temporada.

MICE, por sus siglas en inglés, es una de las líneas que van a promocionar con mayor énfasis, a la par de la gastronomía, con el objetivo de diversificar la oferta de este destino.

El Courtyard está ubicado estratégicamente en el centro financiero y de

negocios del Distrito Nacional.

Cuenta con tres salones para eventos, con una capacidad de hasta 150 personas, dependiendo del montaje. Todos esos espacios tienen luz natural y equipos de última tecnología, como proyectores y pantallas integradas, para apoyar las exigencias que implica realizar reuniones.

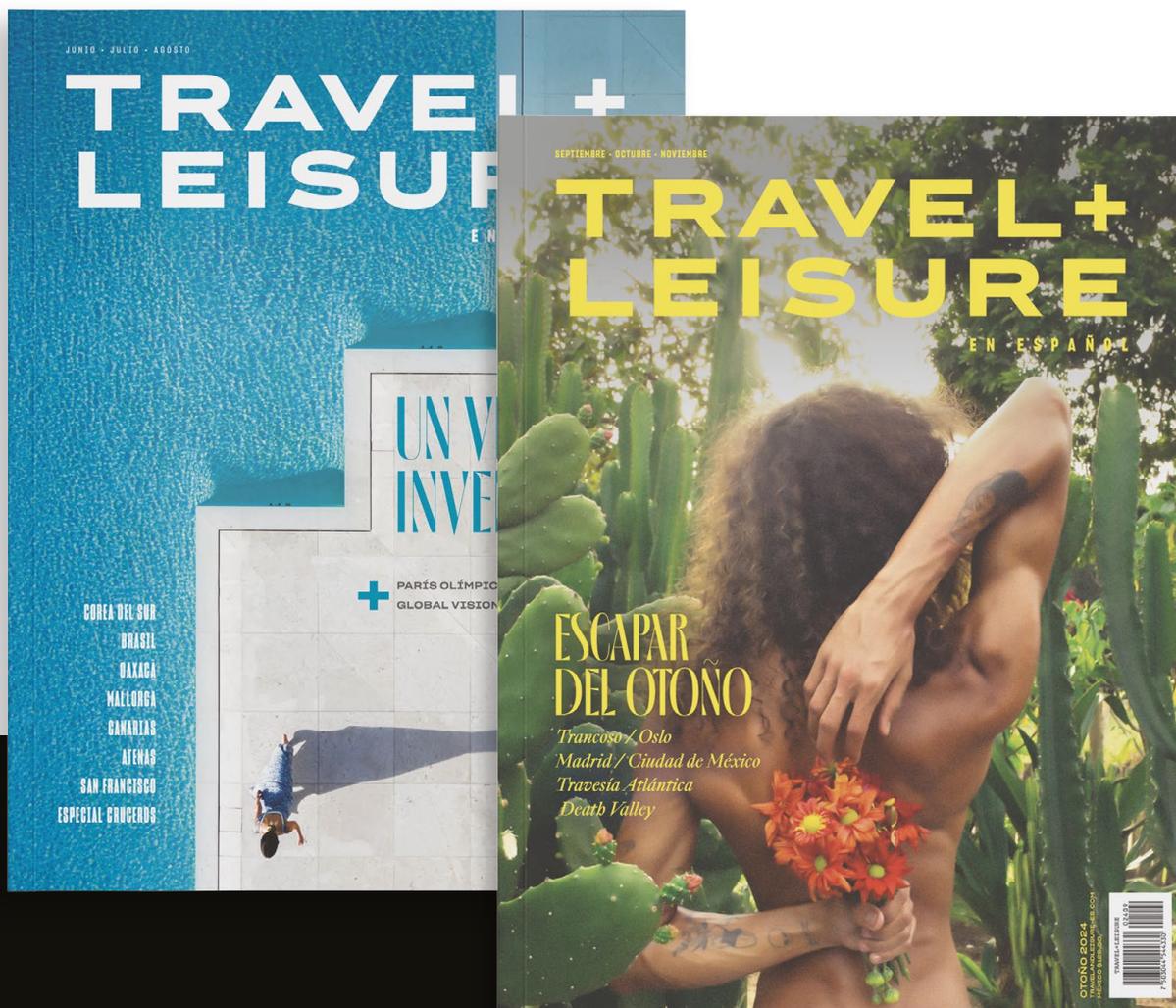
“Por la ubicación, la decoración, el mobiliario y el servicio que tenemos, sí podemos ser una opción principal dentro del mercado y definitivamente vemos una buena oportunidad”, dice a Forbes la ejecutiva, de origen español.

Isabel lleva ocho años trabajando hotelaría en República Dominicana. Su crecimiento en el sector ha estado intrínsecamente ligado al Grupo Real Hotels & Resorts, empresas de origen salvadoreño, que trabaja con marcas como Marriott, InterContinental y Choice, y que tiene bajo sus operaciones al nuevo Coutyard.

“El cliente de hoy busca, obviamente, una oferta gastronómica diversa, busca calidad y excelencia en el servicio, que son de las cosas en las que nosotros nos enfocamos mucho”, afirmó.

Ese hotel, que forma parte del portafolio de Marriott Bonvoy, le caracteriza un ambiente sofisticado, cómodo y contemporáneo.

Con la apertura de esa infraestructura, el grupo empresarial completa la fase de contar con tres marcas en Santo Domingo, ya que operan el hotel Real Intercontinental y el Quality Hotel Real Aeropuerto Santo Domingo. **FB**



**LEERLA ES UN VIAJE
EN SÍ MISMO.**

TRAVEL+LEISURE EN ESPAÑOL

**Sigue nuestros contenidos
en redes sociales
y descubre los lugares más
fascinantes del mundo.**

TRAVELANDLEISURE-ES.COM



CREADORES DE EXPERIENCIAS SONORAS

LOS HERMANOS FRANCISCO Y FERNANDO HERNÁNDEZ VOIGT, FUNDADORES DE MUSITEMPO, SE AVALAN EN SUS VASTOS CONOCIMIENTOS DE MÚSICA CLÁSICA PARA OFRECER SERVICIOS DE AUDIO DE ALTA FIDELIDAD EN UN MERCADO SATURADO DE PRODUCTOS DE MENOR ESTÁNDAR.



La industria de la música clásica y la seguridad acústica es un mercado poco explorado en el país, pero los hermanos Francisco y Fernando Hernández Voigt se han abierto camino en este sector llegando a posicionarse entre los principales

suplidores de destacadas marcas de equipos de audio, video e instrumentos musicales clásicos y populares.

A través de su empresa Musi Tempo, fundada hace más de 30 años, han proporcionado sus servicios a aeropuertos, entre ellos el Aeropuerto Internacional de Punta Cana; centros

comerciales como Ágora Mall, uno de los principales de Santo Domingo; puertos de cruceros, hoteles, centros de salud, el Senado de la República, las Naciones Unidas, entre otros.

También han realizado proyectos en varios países del Caribe y Sudamérica. Próximamente tienen previsto

abrir una oficina en Miami, donde ya cuentan con almacenes, con el objetivo de expandir sus servicios por Latinoamérica.

La empresa ha obtenido varias certificaciones internacionales en la industria y, en 2015, se destacó como la única compañía de República Dominicana incluida en la lista de las 50 mejores empresas de integración de América Latina, según una reseña en su página web.

El mercado local de la música clásica ha evolucionado, pero sigue siendo muy pequeño, comenta Francisco. Por eso en los últimos años en Musi Tempo han apostado por los servicios de sonido para comercios, industrias y espacios residenciales.

“Nosotros hemos tratado de concentrarnos en dos divisiones. La primera es básicamente representación y distribución. La segunda es diseño, programación, configuración e implementación de sistemas de sonido”, explica Fernando.

Los hermanos Hernández Voigt creen que esta industria tiene una gran oportunidad de crecimiento, debido a la prevalente contaminación sonora y a que la mayoría de los espacios han sido diseñados sin tomar en cuenta la acústica. “En hotelería y en las zonas francas es donde hay más oportunidad y potencial de crecimiento”, opina Fernando.

La Organización Mundial de la Salud (OMS) ha advertido que más de 1,000 millones de personas entre los 12 y los 35 años corren el riesgo de perder la audición debido a la exposición prolongada y excesiva a música fuerte y otros sonidos recreativos, lo que puede acarrear consecuencias devastadoras para su salud física y mental, educación y perspectivas de empleo. “El riesgo se intensifica porque la mayoría de los dispositivos de audio, lugares y eventos de entretenimiento no ofrecen opciones de escucha seguras y contribuyen al riesgo de pérdida de audición”, señala un artículo de la ONU.

Fernando destaca que para los negocios que buscan ofrecer una experiencia agradable a sus clientes la acústica juega un papel fundamental.

“Si tú vas a un restaurante y oyes un bullicio de platos y cubiertos, gente hablando...te sientes desesperado y dices: no quiero volver ahí. Eso es un desastre”, expone.

A la vez se apoya en la psicoacústica, una disciplina que investiga cómo el sonido impacta la conducta humana, para resaltar que los sonidos inadecuados pueden afectar el estado de ánimo de las personas, generando sensaciones de bienestar o incomodidad.

Agrega que los sistemas de audio no solo pueden ofrecer una experiencia sensorial placentera, sino que también cumplen una función esencial en la seguridad de empresas y espacios donde se congregan muchas personas.

En términos generales, el mercado del reforzamiento de sonido está en crecimiento debido a los avances tecnológicos, al auge de eventos y conciertos en vivo, la adopción en entornos corporativos y educativos, el aumento de las inversiones en el desarrollo de la infraestructura y la creciente industria del entretenimiento, señala un análisis de la empresa de investigación Global Market Insights (GMI).

El estudio indica que el sector fue valorado en más de 8,500 millones de dólares (mdd) en 2023 y prevé una tasa de crecimiento de más de 3,5 % entre 2024 y 2032.

“La aparición de tecnologías de refuerzo de sonido inalámbricas y digitales, junto con la demanda de mejores experiencias de audio, aumenta el crecimiento del mercado. Además, la integración de sistemas de refuerzo sólido en instituciones religiosas, instalaciones gubernamentales y aplicaciones militares contribuye a la expansión general del mercado”, agrega el estudio.

Sin embargo, el análisis hace referencia a que el sector se enfrenta al reto de una creciente oferta donde la

competencia entre múltiples proveedores obliga a las empresas a reducir sus precios y, por ende, sus márgenes de ganancia.

Advierte, además, que la competencia centrada en los precios puede comprometer la calidad de los productos.

En este sentido Francisco señala que en el mercado local las empresas tienen que competir con vendedores de productos chinos de bajo precio, lo que califica como un “harakiri” para el sector. Apunta también que el uso de instrumentos que no cumplen las características requeridas se traduce en un deterioro de la música.

“Ese es el mayor reto, que la gente tenga un poquito más de dominio, de información, de cuando un sistema es eficiente y cuando no”, plantea.

ASPECTO DIFERENCIADOR

Francisco y Fernando provienen de una familia de músicos. Crecieron inmersos en las melodías sublimes de la música clásica. Sus oídos están afinados para identificar la perfección del sonido, una habilidad que los diferencia en el mercado.

“La música clásica fue lo que nos trajo aquí. Nosotros somos, probablemente, la única empresa a la que nadie tiene que decirle cómo tiene que sonar algo porque somos músicos”, resalta Fernando.

Tratar de emular esa perfección, calidad y misticismo de la música clásica es la columna vertebral de su negocio y es lo que los hace únicos, cuenta Francisco, quien comenzó este negocio importando accesorios para venderlos a la Orquesta Sinfónica Nacional, la principal institución musical del país.

Fernando, su hermano menor, se integró poco a poco a la empresa, colaborando en su tiempo libre.

“Yo venía a ayudar a cargar cajas, a recibir y despachar mercancía, mi entretenimiento era destapar los productos, conectarlos, manosearlos y eso fue despertando en interés en mí”, recuerda Fernando. **F**

LA CULTURA ORGANIZACIONAL ESPERA MÁS DE LOS LÍDERES

20

La misión del liderazgo, porque ya han decidido aceptarla, aunque quizá sin saberlo, consiste en indagar en la subjetividad de los talentos, transmitirles la visión organizacional y ese propósito compartido que ya se ha definido, para conducir a la entidad a buen puerto. ¿Suena difícil? Realmente, no lo es cuando se cuenta con pasión, sabia compañía y formas de medir.

Mi comienzo, adrede algo misterioso, busca ilustrar lo poroso que puede ser el concepto de cultura organizacional. Se trata de un patrimonio intangible, pero muy valioso. Es esa amalgama, casi espiritual diría yo, que conforman las creencias, valores y formas de actuar de todos los colaboradores de una institución en relación con un gran propósito.

¿Y si traemos a la mesa otro concepto? Transformación cultural, por ejemplo, que se refiere a esa cultura que generamos con nuestro quehacer diario y que es susceptible de cambiar y hasta desligarse del objetivo mayor. ¿Eso es una catástrofe? ¿Debemos asustarnos? No lo creo, si tenemos una visión madura de las relaciones humanas, porque como toda interacción social: sea la amistad, la relación con los hijos, el amor, el compañerismo... siempre estarán en constante cambio. Lo importante es interesarse en él, abordarlo y trabajarlo con las partes involucradas.

Digámoslo sin anestesia: todas las organizaciones viven transformaciones en su cultura, y constantemente. Lo que tiene que hacer el liderazgo es gestionarlo. Cerrarle la puerta de la oficina no va a solucionar nada. Lo que sí puede ocurrir es que la organización pierda todo rumbo sensato. Verbigracia: depreciación de la reputación interna y externa, apatía por los programas de formación, procesos que se fragmentan, comunicación defensiva y agresiva, y hasta confundir las metas de la empresa.

Para gestionar el cambio, hay que empezar por un proceso de inmersión profunda en la organización, solo así detectaremos los valores actuales, los mecanismos de comunicación ordinarios y los procesos de toma de decisión reales. Esta área de la transformación cultural, que mezcla la comunicación, la psicología, la sociología y la administración, ha evolucionado

mucho en los últimos años. Los profesionales de este campo hoy pueden acompañar a los líderes de las empresas e instituciones a implementar grupos de discusión, encuestas de clima organizacional, entre otros elementos.

Conforme se detectan aspectos valiosos, se ponen en marcha cambios. Operan para ámbitos tan diversos como los procesos, las tomas de decisiones, las comunicaciones, la participación, la reputación interna, el trabajo en equipo o la formación.

¿Pero cómo sabemos si eso que implementamos funciona? Es parte de un proceso en el que debemos —con el acompañamiento acreditado, insisto— comunicar, escuchar, actuar, medir y, finalmente, modificar o corregir las acciones.

Si se trata de saber cuántas subculturas cohabitan dentro de nuestra organización, podemos recurrir una estructura de valores de Schwartz. Así identificaremos cuánta alineación se ha logrado respecto a la estrategia global de la compañía, esta última pauta tras la primera fase de intervención de los expertos en transformación cultural.

Asimismo, es posible establecer KPI para determinar la iniciativa en la adopción de nuevas formaciones (internas y externas).

Si nos acucia saber si estamos operando como una compañía creativa, colaborativa, estructurada o como una muy competitiva, podemos recurrir a un Organizational Culture Assessment Instrument. Si deseamos un mecanismo superágil para tantear el ambiente organizacional, podemos recurrir a un quick win muy útil: mecanismos de feedback frecuentes y simplificados que nos revelen el sentimiento del colaborador sobre los cambios que está asumiendo.

Con todo esto quiero cerrar diciendo que gracias a la evolución profesional de la transformación cultural hoy podemos contar con mecanismos estructurados para evaluar cómo cambiamos.

Les hago la invitación para analizar sus procesos de gestión y medición del cambio organizacional, principalmente sin perder de vista que puede ser un proceso que genere empatía, cohesión y gratificación, es decir, que les puede devolver a todos el entusiasmo y la pasión por lo que hacen a diario. 



Publicista, mercadólogo y especialista en comunicación estratégica.
Managing partner de NewLink Group

¿CÓMO SE REDUCE LA POBREZA?

¿Más gasto público reduce la pobreza? No, por una razón obvia. Los recursos que se gastan tuvieron un origen previo. Es decir, que por medio del gasto público lo que se hace es consumir ahorro previo o riqueza generada anteriormente. No hay creación de prosperidad; por tanto, no hay reducción de la pobreza. Y la riqueza no se crea en una mata, en sentido literal y figurado.

Es posible asignar, por medios políticos, recursos de un grupo a otro. En el sistema de libre mercado se producen bienes y servicios y son intercambiados. Unos pagan, con ingresos de producción previa, por el producto de otros. Solo existe producción e intercambio. Sin privilegios. Las personas realizan intercambios y no existe la distribución de bienes. La utilidad social aumenta en su conjunto. No puede existir distribución porque no hay coacción, que proviene del latín *coactio* o *coactionis*, que era la forma de denominar el cobro de impuestos. No es un quitar a María para darle a Pedro.

Sin embargo, una vez que entran en escena los medios políticos, en oposición a los económicos descritos antes, es posible asignar la riqueza previamente generada. Un grupo político las asigna a otro grupo de personas. Los subsidios o transferencias crean toda serie de distorsiones. Es una distorsión de recursos creada por el sistema impositivo, que nunca podrá ser neutro, ni óptimo, y que, por tanto reduce la eficiencia en una sociedad: la hace menos productiva. Los impuestos alteran las decisiones de consumir, ahorra y producir.

En consecuencia, cuando se toman recursos de los ciudadanos para otorgarlos a otros aumenta el incentivo de las personas de participar en política para obtener algún beneficio.

Es posible argumentar que en el corto plazo el grupo que recibe el beneficio estará mejor que antes (a expensas de los demás). Pero cuando se toma ingreso de los mismos ciudadanos, se está reduciendo la oportunidad de prosperar, por la creación de las distorsiones. Es decir, en un plazo mayor, hasta el grupo beneficiado en el corto plazo saldrá perjudicado.

Las autoridades dominicanas, en el Boletín de Estadísticas Oficiales de Pobreza de 2023, expresan que las transferencias monetarias contribuyeron a que la cifra de pobreza monetaria fuera 4.5 puntos porcentuales menos en 2023. Es decir, sin el dinero que el gobierno transfirió a los hogares la pobreza habría sido 27.5% en lugar de 23.0%.

Sí, hay grupos que se benefician. Momentáneamente, en el corto plazo, mientras sea posible usar recursos para transferencias sin mayores riesgos de inestabilidad. Sin embargo, las pérdidas de eficiencia por los impuestos; por el manejo de un grupo del dinero del resto de la sociedad; porque aumenta el incentivo a controlar el gobierno; y porque se olvida la producción y las políticas de generación de riqueza; promueven un lastre para la sociedad. El mensaje final es que es preciso ser objetivos: los economistas debemos señalar las distorsiones de estas políticas, y quienes las defienden deben reconocer el daño que le hacen a la sociedad. **F**

Miguel Collado Di Franco

Vicepresidente ejecutivo del Centro Regional de Estrategias Económicas Sostenibles (CREES)
LinkedIn: Miguel Collado // Twitter: @miguelcdf

LA VOZ DE LA MUJER EJECUTIVA

22

La mujer enfrenta retos únicos a la hora de comunicarse y liderar en un mundo corporativo todavía muy masculinizado.

Para nadie es un secreto que estamos ante un espacio en el que predomina el liderazgo de figuras masculinas, que de una forma u otra marcan el ritmo y el tono de la comunicación corporativa en sus diferentes niveles y capas.

Aunque el acceso a puestos directivos importantes ha mejorado en los últimos años, la necesidad de la mujer para encontrar su lugar en un ambiente ejecutivo diseñado por hombres, la ha llevado a asumir ciertos códigos, actitudes y un tono percibido como más “masculino” para ser tomadas en serio y formar parte de los escenarios de toma de decisiones.

Esto ha hecho, en muchos casos, que se alejen de su voz auténtica y única, que cuando se trabaja y desarrolla de forma estratégica, se convierte en una herramienta poderosa y distintiva de su estilo de mando.

En su libro *Talking from 9 to 5: Women and Ten at Work* (1994), la profesora de lingüística Deborah Tannen, aborda el tema de la comunicación en el entorno laboral y su dominación por una cultura masculina. Las mujeres, conscientes o no de esta dinámica, adaptan su estilo e imitan características autoritarias o más agresiva en su comunicación profesional. Este fenómeno fue descrito como “masculinización del lenguaje”. Aunque puede mostrar algún tipo de resultado en el corto plazo, también es cierto que puede tener un costo significativo en la mujer ejecutiva; pues, se va alejando de su auténtico ser, perdiendo una parte esencial del poder natural que tiene: su voz.

La mujer, con su capacidad de comunicar desde la empatía y la colaboración, no necesita adoptar ninguna de las características del liderazgo masculino, es ahí donde radica su fortaleza, su rasgo distintivo.

La idea generalizada, y errónea, de que para liderar hay que hablar a un volumen alto o con cierto nivel de agresividad para “demostrar poder” se convierte en uno de los grandes desafíos para la mujer ejecutiva que se ve perdida en una trampa que la va alejando de otra de las fortalezas de la comunicación femenina: la intuición.

Una investigación realizada por la doctora Carol Gilligan en *In a different voice* (1982) revela que las mujeres tienden a comunicarse de forma más inclusiva, colaborativa y empática, cualidades esenciales en el liderazgo de este tiempo que busca la conexión humana y valora la inteligencia emocional en los negocios.

Identificar su voz, es la primera tarea de la mujer ejecutiva. Y no me refiero solo a encontrar el tono, el timbre, la velocidad o el volumen (cualidades de la voz) sino a cómo comunican sus ideas y sus emociones de forma persuasiva y efectiva. Es la autenticidad lo que genera credibilidad, la asertividad muestra claridad de pensamiento y acción y por lo tanto, es desde ese lugar, que su liderazgo puede ser percibido como confiable y seguro.

Dominar las técnicas que le permitan mantener un tono firme sin que sea agresivo y proyectar autoridad, sin poner en riesgo la cercanía y la empatía, son algunas de las oportunidades que tiene la mujer ejecutiva de hoy. Sobre este tema, la experta en comunicación y antropóloga organizacional Judith Glaser en su libro *Conversational intelligence* (2013) dice lo siguiente: “El poder de una líder está en su habilidad de conectar con los demás, no en la imposición de sus ideas”.

Reivindicar la voz propia, es el camino hacia un liderazgo femenino auténtico en el mundo de los negocios. Reconocer esa capacidad de comunicar con claridad, firmeza y empatía es una de las herramientas más poderosas que tiene a su disposición. Si con la voz construimos un mundo ¿cómo estás construyendo el tuyo? 

Reynaldo Infante

Socio fundador de World Voices, consultor ejecutivo de comunicación, coach de voz y ontológico organizacional y Practitioner de PNL

LA ECONOMÍA DOMINICANA CON BUEN RITMO

ELa economía de la República Dominicana ha mostrado un notable crecimiento durante 2024 con la inflación bajo control y un sector externo con resultados muy favorables en cuanto al incremento de la oferta de divisas.

En los primeros ocho meses de 2024 registró un crecimiento interanual promedio del 5.1%, impulsado principalmente por sectores como hoteles, bares y restaurantes, servicios financieros y manufactura en zonas francas.

El sector manufacturero, especialmente en las zonas francas (+6.6%), ha sido un motor clave del crecimiento. La demanda de productos dominicanos por parte de Estados Unidos, su principal socio comercial, ha sido determinante para esta expansión, demostrando que el país ha calado como destino apropiado para el friendshoring. Por otro lado, el turismo se mantiene alcanzando récords con un incremento del 10.5%.

En el ámbito fiscal, destaca la reciente aprobación de la Ley de Responsabilidad Fiscal, que establece un límite al aumento anual de los gastos fiscales en un 3% por encima de la inflación. Esta ley se considera un paso importante hacia una mayor disciplina fiscal, con el objetivo de reducir el déficit fiscal estructural, estimado en un 3.5% para este año y de 3.1% el próximo. Se prevé que esta ley, junto con la inminente reforma fiscal, permitan al gobierno aumentar sus ingresos entre un 1.5% y un 2% del PIB en los próximos años y avanzar hacia una reducción progresiva del déficit.

En el ámbito monetario, las reducciones de 200 puntos básicos de la tasa de política monetaria por parte del Banco Central de la República Dominicana (BCRD), ha tenido muy poco impacto en las reducciones de las tasas de interés de mercado. Ante una inflación que ha permanecido en la parte inferior de su rango meta, nos atrevemos a recomendar que el BCRD debería buscar incrementar la liquidez del sistema, para ayudar a la reducción de las tasas de interés del mercado.

El efecto no deseado de esta medida es que se debería mantener la presión sobre el tipo de cambio que se ha incrementado un 5.0% en lo que va de año y que podría cerrar 2024 en

niveles de 61.4 pesos dominicanos por dólar estadounidense. El sector externo también ha tenido un desempeño favorable, las exportaciones alcanzaron USD 8,611 millones hasta agosto de 2024. Los productos más destacados incluyen oro, dispositivos médicos y caña de azúcar. Estados Unidos continúa siendo el principal destino para las exportaciones dominicanas, absorbiendo el 54.4% del total.

Por otro lado, las importaciones crecieron hasta alcanzar US\$ 19,861 millones en los primeros ocho meses del año, lo que representa un incremento del 2%. La balanza comercial sigue mostrando un déficit significativo de US\$ 11,249 millones, que logra financiarse cómodamente por las remesas, la inversión extranjera directa y el turismo.

Un tema que ha generado consensos entre los economistas del país es la necesidad de una reforma fiscal integral que permita aumentar los ingresos fiscales y reducir el déficit fiscal actual. Actualmente, los ingresos fiscales representan solo el 15% del PIB —uno de los niveles más bajos en la región que promedia 22%— por lo que se anticipa que la reforma incluirá la eliminación de exenciones tributarias, la imposición o subida de impuestos específicos y la ampliación de la base del ITBIS; acciones que podrían incrementar la recaudación entre un 1.5% y un 2.0% del PIB.

En resumen, la economía dominicana sigue mostrando un desempeño sólido en 2024 con proyecciones que sugieren un cierre cercano al 5.1%. La reducción de inflación, primero, y ahora de las tasas de interés son factores clave para mantener esta estabilidad económica; sin embargo, sectores como turismo y manufactura deben continuar con su buen desempeño para apoyar este ritmo de crecimiento.

No obstante, existen desafíos significativos que podrían influir en las perspectivas a mediano plazo. La implementación efectiva de reformas fiscales será crucial para asegurar finanzas públicas sostenibles mientras que las condiciones económicas globales —especialmente las provenientes desde Estados Unidos— seguirán siendo determinantes para el crecimiento futuro del país. **1**

Alejandro Grizanti

Economista y CEO de Ecoanalítica

DISRUPCIÓN FEMENINA Y OTROS Matices

24

En estos tiempos de tanta información, avances tecnológicos, nuevos hábitos y cambios culturales, tendemos a pensar en las disrupciones como algo nuevo que nos lleva a algo diferente, alterando nuestras vidas en fondo y forma, pero para mejor.

Tal es el caso del automóvil, el teléfono, los celulares y la Internet; innovaciones que redujeron el tamaño del mundo, permitiéndonos acelerar las comunicaciones de la gente al punto de tener reuniones virtuales con personas donde quiera que estén. También, podemos ver los avances en temas de salud: las resonancias magnéticas, artroscopia, mARN y ahora la famosa Inteligencia Artificial, para que detecte lo que a los mejores ojos se les podría pasar por alto.

A principios del siglo pasado fue cuando se permitió la inclusión de la mujer en votaciones de Estados Unidos y Europa. A mediados del siglo pasado la aparición de la pastilla anticonceptiva coincidió con políticas de derechos civiles de Estados Unidos (hasta la participación femenina en maratón de Chicago en el '62), etcétera. Muchos países le siguieron con todo un movimiento a favor de la liberación femenina.

En esas décadas la mujer experimentó muchos cambios fruto de avances en tecnología y cambios en políticas públicas que empujaron a una mayor matrícula en colegios, universidades y posteriormente posiciones laborales. Tanto así que hoy, décadas después, el rol del hombre se ha reducido en la familia, las empresas y en la sociedad. Basta con ver que la matrícula en República Dominicana es 60% femenina, muchos de los empleos en rango bajos y

medios y hasta en los altos están siendo liderados por mujeres.

El 10% de las Fortune 500 está liderada por mujeres (ese número era cero hace apenas unos años atrás). Hoy, a pesar de que los hombres se han ido quedando atrás en muchos factores; tal como es la educación, salud física y empleos, aún se entiende que el balance debe seguir moviéndose con más. Pero la soledad está al acecho y está atacando más a los hombres con enfermedades metales, lo que podrán ser un real problema en las próximas décadas.

Sin embargo, como dice el reporte de las Naciones Unidas sobre la productividad y desarrollo de la mujer, está por potenciarse mucho más, solo que deberíamos colaborar para empujar más políticas públicas que ayuden reducir la disparidad en los temas antes mencionados. Tanto así que podríamos duplicar el PIB Global y mejorar el bienestar de todos nosotros al incluir más intelecto, trabajo y pensamiento femenino.

La colaboración entre géneros genera valor positivo, empático y productivo. Justo en el momento que nos encontramos de inestabilidad geopolítica y shocks de disrupciones tecnológicas y climáticos. El lograr no dejar a nadie atrás como lema, nos va permitir ser más innovadores para encontrar las soluciones necesarias para un mundo mejor, con sus disrupciones.

El presente es lo que tenemos y realmente hemos incluido más personas con mejor calidad de vida y bienestar como nunca antes en la historia de la humanidad. Sigamos incluyendo y considerando las voces de los demás, las disrupciones dependerán de nosotros sacarle lo realmente valioso y así crear un mejor mundo para todos. **1**

Santiago Camarena

Vicepresidente ejecutivo de Alpha Inversiones
LinkedIn: Santiago Camarena

LAS CLAVES PARA UNA MARCA PERSONAL RELEVANTE

En un mundo saturado de información, tu marca personal es tu distintivo, lo que te hace relevante en un océano de competencia. ¿Cómo destacarse cuando todo parece estar dicho? La clave está en construir una marca personal auténtica, sólida y coherente. En este artículo, te doy los esenciales para construir la marca personal que necesitas para sobresalir en el mercado y alcanzar una proyección óptima.

Define tu propósito. El primer paso es saber por qué haces lo que haces. Las personas conectan con propósitos auténticos. Tu audiencia debe saber: ¿Qué te mueve? ¿Qué impacto quieres generar? Este propósito debe guiar tu comunicación, ya que los valores y propósitos son la base de tu marca personal. Sin un propósito claro, cualquier mensaje puede parecer vacío o desconectado. Recuerda que, en este mundo competitivo, quienes tienen una causa o misión bien definida logran atraer a seguidores comprometidos.

Construye una narrativa única. Una vez que tengas definido tu propósito, el siguiente paso es crear una historia auténtica y honesta que responda a la pregunta: ¿Qué te hace único? Comparte tus desafíos y aprendizajes con tu audiencia, las personas confían en lo genuino, en aquellos que muestran su lado humano y transparente. No te limites a contar solo éxitos, los fracasos también forman parte de tu historia y conectan emocionalmente con la audiencia. Tu historia te diferenciará y te permitirá conectar con quienes comparten tus valores.

Sé consistente. La consistencia es clave, sé coherente en línea y fuera de línea con tu comunicación. Para ser relevante, debes mantener un mensaje

alineado. Todo lo que comunicas, tanto en redes sociales como en interacciones personales, debe reflejar tu propósito. La coherencia genera confianza, y es fundamental para construir una marca personal sólida y con autoridad. Crea un plan de proyección que se alinee con tu día a día, enseña que sabes lo que le mostrará a tu audiencia, que eres constante en tus valores, tus ideas y en cómo ejecutas tus acciones.

Aporta valor en tus interacciones. La verdadera relevancia no llega solo hablando de ti, escucha a tu audiencia, responde a sus dudas y aporta soluciones a sus problemas. Cuanto más valor ofrezcas, más te destacarás. La generosidad construye relevancia y te posiciona como una fuente confiable y valiosa de conocimiento. No temas compartir lo que sabes. Cuanto más des, más posibilidades tendrás de crear una comunidad que te siga y recomiende.

Adáptate sin perder esencia. El mundo cambia rápidamente, pero adaptarse no significa perder quién eres. Mantente al día con las tendencias sin dejar de ser tú mismo. La flexibilidad te permitirá seguir siendo relevante sin comprometer tu autenticidad. Estudia constantemente las tendencias y utiliza solo aquellas que sean afines a tu nicho y que refuercen tu mensaje. Las marcas personales que evolucionan de forma natural logran mantenerse en el radar y conectar con nuevas audiencias.

En resumen, pasar de existir a ser relevante es un proceso que comienza con una decisión, el autococonocimiento y la claridad de metas. Este camino se fortalece con coherencia, valor y adaptación. Sigue estos cinco pasos y estarás en el camino para crear una marca personal que realmente deje huella. 

Emeralda Montero

PhD en comunicación social, experta en comunicación estratégica y CEO de Bright Podium.

Por Joan Sebastian

PARQUE VEHICULAR

ENTRE EL LUJO Y LA ANTIGÜEDAD



AUMENTA LA DEMANDA DEL LUJO Y LA EXCLUSIVIDAD EN EL MERCADO VEHICULAR DE REPÚBLICA DOMINICANA, UN PAÍS QUE AUNQUE NO TIENE UNA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ PROPIA, ESTÁ EN LA LISTA DE LOS QUE CUENTAN CON EL MAYOR NÚMERO DE UNIDADES PER CÁPITA EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE.

Con una población que ronda los 11 millones de habitantes, República Dominicana se ha convertido en un mercado clave para la importación de automóviles, con una tendencia creciente hacia los modelos de lujo, los cuales representan la quinta parte del mercado.

Al cierre del año fiscal 2023, el parque vehicular alcanzó las 5,810,888 unidades de diversos modelos y marcas, lo que representa un aumento del 6.3% respecto al año anterior, equivalente a la incorporación de 346,892 nuevas unidades.

Si bien el total de vehículos puede parecer modesto en comparación con países como México, que supera

los 55 millones de unidades, o Argentina, con más de 15 millones, el panorama cambia al analizar el índice de motorización.

Este indicador, que mide el número de vehículos por cada 1,000 habitantes, coloca a República Dominicana en una posición destacada. Con 507 vehículos por cada 1,000 personas, la media isla caribeña se ubica en segundo lugar en la región, solo por debajo de Brasil con 566.

A pesar de contar con una población significativamente menor, el país, junto a Brasil, es uno de los únicos dos únicos destinos en América Latina que supera las 500 unidades por cada 1,000 habitantes. Dicho de

otra forma, en el país hay un vehículo por cada seis personas. México, en tercer lugar, tiene una población que sobrepasa a la dominicana por más de 100 millones de personas y apenas cuenta con 537.8 unidades por el millar de habitantes. Desde el Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital de España, se destaca que la tendencia ideal debería ser la reducción de la motorización, mientras que en República Dominicana, continúa en aumento.



VEHÍCULOS DE LUJO

Se estima que entre el 15% y el 18% del parque vehicular en República Dominicana está compuesto por vehículos clasificados como lujo o premium.

La diferencia fundamental entre ambos segmentos radica en el grado de exclusividad. Los vehículos de lujo están diseñados para ofrecer una experiencia altamente personalizada, con un énfasis en materiales y tecnología que pocos pueden igualar. En tanto que los vehículos premium, aunque también ofrecen

altos estándares de calidad y tecnología, se producen en mayores volúmenes y están orientados a un mercado que busca lujo y desempeño.

Así, mientras que un Rolls-Royce o un Ferrari simbolizan el pináculo del lujo y la exclusividad, un Mercedes-Benz o Infiniti proporcionan una experiencia de alta calidad y sofisticación a un público más amplio, demostrando que el lujo y la excelencia pueden encontrarse en distintos niveles del mercado automotriz.

NUEVAS MARCAS DE VEHICULOS

MARCA	CANTIDAD
Changan	5,926
Jetour	623
Dongfeng	436
Bestune	404
Bajaj	376
Geely	324
BYD	291
Jac Motors	226
Baic	163
GMC	160
Gac	146
Brilliance	93
Go Electric	68
Forthing	52
Buick	47
Haval	43
Maxus	37
Chery	34
Xpeng	15

Fuente: Dirección General de Impuestos Internos (DGI). Estas estadísticas corresponden a los vehículos registrados entre 2020 y 2024.

RECAUDACIÓN POR CONCEPTO DE IMPUESTOS DE VEHÍCULOS DE MOTOR

Año	En millones de pesos
2013	6,497
2014	8,337
2015	10,057
2016	12,554
2017	12,954
2018	13,956
2019	15,740
2020	10,743
2021	19,349
2022	21,360
2023	23,567

Fuente: Dirección General de Impuestos Internos (DGII).

EVOLUCIÓN DEL PARQUE VEHICULAR POR AÑO

Año millones	Cantidad en de unidades
2013	3.2
2014	3.4
2015	3.6
2016	3.8
2017	4.1
2018	4.3
2019	4.6
2020	4.8
2021	5.1
2022	5.5
2023	5.8

Fuente: Dirección General de Impuestos Internos (DGII).

Otra cifra interesante es que un significativo 91% de los vehículos han sido fabricados antes de 2014, reflejando una notable antigüedad en el parque automotor del país. Estos datos ilustran la coexistencia de una creciente presencia de vehículos de lujo con una flota generalizada de automóviles de mayor antigüedad, evidenciando las desigualdades en el acceso a tecnología automotriz moderna.

Según datos del Banco Central, el índice mensual de actividad económica descendió del 6.3% al 0.4% entre 2022 y 2023. No obstante, las importaciones de vehículos de lujo crecieron un 16.14% en el mismo período, evidenciando una desconexión entre la economía general y el segmento de lujo.

Cada vez es más común encontrarse con marcas de lujo como Ferrari, Lamborghini, Land Rover, Lotus y Aston Martin en las principales avenidas de la capital dominicana.

Ese fenómeno es particularmente notable dado el contexto económico de aumento en las tasas activas, que pasaron del 7.9% en enero de 2022 al 11%

en enero de 2023. Aun con estos cambios, el mercado de vehículos nuevos en general mostró un crecimiento del 76% durante el mismo período, mientras que el segmento de lujo creció un 22%. Este aumento en el segmento “alta gama” sugiere que el mercado podría continuar su expansión sostenida en los próximos cinco años, especialmente tras la reciente conclusión del período electoral, que suele generar incertidumbre en los consumidores, explican a Forbes desde Santo Domingo Motors, distribuidores exclusivos de marcas como Infiniti y Cadillac.

De hecho, la compañía reintrodujo la marca Cadillac en abril de 2023 y, hasta la fecha, ha importado cerca de 225 unidades de las más de 1,754 que se contabilizan de manera formal. En declaraciones a Forbes, la portavoz de Santo Domingo Motors destacó que “la reintroducción de Cadillac ha sido muy exitosa, y la demanda ha superado nuestras expectativas iniciales”.

Datos de la Dirección General de Impuestos Internos (DGII) indican que en República Dominicana circulan más de 130,795 vehículos “alta



gama”, de los cuales unos 92,684 son premium como Lincoln, Tesla, Porsche o Volvo, y 740 son catalogados como de lujo, entre las que destacan Maserati (381), Ferrari (138), Bentley (64) o Lamborghini (64). De estas marcas figuran emblemáticos “ejemplares” como el Bentley Bentayga Speed 4WD, que puede superar US\$320,000, el Lamborghini Huracán LP 640-4 STO AWD 2023, que puede oscilar los US\$330,000 - US\$350,000, o el Ferrari SF90 Spider AWD que puede alcanzar los US\$670,000.

En cuanto a la marca Infiniti, que figura entre las 10 marcas premium con mayor cantidad de unidades, los datos muestran una duplicación en las ventas en 2023 en comparación con los dos años anteriores. “La renovación de nuestro portafolio de productos ha generado un interés renovado en la marca. Los consumidores dominicanos están respondiendo positivamente a las mejoras en tecnología y diseño que hemos implementado”, agregó la portavoz.

PERFIL

El perfil típico de los compradores de vehículos de lujo en República Dominicana incluye empresarios, ejecutivos y profesionales de alto nivel que buscan no solo estatus, sino también tecnología avanzada, confort y seguridad. Sin embargo, desde Santo Domingo Motors señalan que se ha observado una creciente diversificación en el perfil de los clientes. Un número cada vez mayor de consumidores jóvenes y de sectores emergentes está mostrando interés en los vehículos de lujo, atraídos por la innovación, el diseño y la experiencia de manejo.

Este interés en la tecnología avanzada es consistente con la tendencia observada en el mercado global. No obstante, el mercado de vehículos de lujo enfrenta desafíos significativos. La inminente reforma fiscal anticipada por las autoridades podría impactar la

VEHÍCULOS PREMIUM

MARCA	CANTIDAD
Mercedes-Benz	25,753
BMW	16,289
Lexus	14,286
Volvo	8,242
Audi	6,242
Land Rover	5,971
Porsche	3,835
Infiniti	3,810
Lincoln	2,475
Cadillac	1,754
Citroen	1,367
Jaguar	801
Alfa Romeo	530
Tesla	527
MINI Cooper	375
Rover	283
Range Rover	144

Fuente: Dirección General de Impuestos Internos (DGII). Estas estadísticas corresponden a los vehículos registrados entre 2020 y 2024.

dinámica del mercado, advierten desde Santo Domingo Motors. Además, la alta competitividad derivada de la introducción de nuevas marcas de lujo del mercado asiático, que aún no han llegado a República Dominicana,

plantea una amenaza para los actores establecidos.

MERCADO DIVERSO

Echemos una mirada al panorama general del mercado. Desde el Grupo Unido de la Industria Automotriz de la República Dominicana (Guía-RD) establecen que el crecimiento económico de República Dominicana se ha dado de forma desigual entre el mercado formal y el informal, teniendo este último mayor impulso. Esta dispar evolución ha provocado que más del 60% (60.5%) de los vehículos que circulan por el país tengan más de 15 años de antigüedad. De hecho, desde la Asociación Nacional de Agencias Distribuidoras de Vehículos (Anadive), agregan que el 80% de los vehículos que importa el país son usados.

Aun así, el sector aporta anualmente alrededor de 430 millones de dólares a la economía dominicana, lo que representa el 14% de todos los ingresos que recibe la Dirección General de Aduanas, señala un informe de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Santo Domingo.

La recaudación total por concepto de vehículos de motor solo en 2023 ascendió a RD\$23,567.4 millones, lo que representa un incremento de RD\$2,207.1 millones en comparación con el año anterior, según datos de la Dirección General de Impuestos Internos (DGII). Desglosando los conceptos, el recaudo por la emisión de la primera placa fue el mayor aporte, con RD\$19,334.4 millones, seguido por la renovación de marbetes, que generó RD\$2,691.2 millones. El impuesto sobre las emisiones de CO2 aportó RD\$1,401.7 millones, mientras que el cambio o renovación de placas sumó RD\$77.6 millones. Además, el recaudo por duplicados de matrículas alcanzó RD\$61.7 millones y las transferencias de vehículos generaron RD\$0.6 millones. En la última década, las recaudaciones del sector vehicular han superado los RD\$155,114.9 millones.

En 2021, el sector automotriz dominicano ocupó el primer lugar en el ranking de los 10 renglones productivos con mayor impacto recaudatorio para Dirección General de Aduanas (DGA) con RD\$25,880. A la DGII, le pagó RD\$18,179.2 millones, para un aporte total al fisco de RD\$44,060 millones.

CRECIMIENTO

De acuerdo con una publicación de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Santo Domingo, en la actualidad, la compra de nuevos vehículos ha mostrado una variación positiva, mientras que la adquisición de automóviles usados ha sufrido una reducción.

Solo en 2022, la demanda de vehículos nuevos aumentó un 50% respecto al año anterior. Para el 2023, el total de vehículos registrados en el parque vehicular de República Dominicana ascendió a 5,810,888. De este total, las unidades con año de fabricación de más de 5 años representan el 89.3%. Mientras, la cantidad de vehículos correspondientes a 5 años o menos de antigüedad o fabricación, rango del 2020-2024, representa el 10.7%

De manera más específica, el número total de automóviles registrados asciende a 1,122,336 unidades. De estos, solo el 0.1% fueron fabricados en 2024, el 0.2% en 2023, el 51.3% entre 2001 y 2022, y el 48.4% corresponde a vehículos fabricados en el año 2000 y antes.

Sin embargo, el análisis detallado de las estadísticas revela una diversificación notable en las marcas que ingresan al mercado, donde figuran “novedades” como Changan con más de 5,000 unidades, Jetour con 623 o Bestune con 404.

Wendy Capellán, directora ejecutiva del Grupo Unido de la Industria Automotriz de la República Dominicana (Guía-RD), ha señalado en el pasado que “República Dominicana es un país con escasas normativas que regulen el sector automotriz, lo que permite la

VEHÍCULOS DE LUJO

MARCA	CANTIDAD
Maserati	381
Ferrari	138
Bentley	64
Lamborghini	64
Rolls-Royce	37
McLaren	34
Aston Martin	14
Lotus	8

Fuente: Dirección General de Impuestos Internos (DGII).
Estos estadísticas corresponden a los vehículos registrados entre 2020 y 2024.

importación tanto de vehículos nuevos como usados, sin que se apliquen de manera eficiente los filtros establecidos por la ley”.

En ese sentido, Luis Taveras, vicepresidente de la Junta Directiva Nacional de la Asociación Nacional de Agencias Distribuidoras de Vehículos (Anadive), agrega que la introducción de vehículos de menor costo ha reducido las recaudaciones aduaneras. Esta disminución en los ingresos públicos es un problema que, según él, requiere una revisión del marco regulatorio actual. “El Estado debe adecuar las normativas y establecer un sistema de inspección técnica más riguroso para asegurar que los vehículos importados cumplan con los estándares de calidad y seguridad”, afirma.

Para las empresas dedicadas a la importación y comercialización de vehículos, la situación presenta tanto retos como oportunidades. En cuanto a las empresas dedicadas a la importación

y comercialización de vehículos, Taveras indica que deben adaptarse a los cambios del mercado global. “La competencia está aumentando, y las empresas locales tienen que renovarse constantemente para mantener su competitividad. Esto implica transformar las estrategias comerciales y mejorar los servicios que ofrecen”, comenta.

Según la Dirección General de Impuestos Internos (DGII), en la República Dominicana hay 608 empresas y personas autorizadas para la importación y comercialización de vehículos nuevos y usados. No obstante, se estima que miles de entidades no autorizadas también están operando en este sector, lo que plantea serias preocupaciones sobre la legalidad y la regulación en el sector automotriz del país.

Para abordar esta situación, el presidente Luis Abinader promulgó el Decreto 420-23 el 18 de septiembre del año pasado. Este decreto establece un reglamento para el Registro Nacional de Vehículos de Motor y Remolques, con el objetivo de regular los procedimientos de registro, emisión, renovación y revocación de licencias, así como la clasificación de placas, en cumplimiento con la Ley 63-17 de Movilidad, Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial.

Mientras tanto, Taveras recomienda a la población que compre a través de los concesionarios y dealers formalmente organizados, ya que el representante autorizado de cada marca es quien debe garantizar la calidad y seguridad de la mercancía.

Esta recomendación es crucial en un mercado donde la proliferación de nuevas marcas y modelos ha aumentado la necesidad de verificar la autenticidad y la conformidad de los vehículos con los estándares establecidos.

La Dirección General de Impuestos Internos (DGII) ha publicado en su portal web una lista de empresas y personas físicas con licencias activas para

la importación y comercialización de vehículos de motor, lo cual permite identificar a los actores legales del mercado y evitar transacciones con entidades no autorizadas.

CAMBIOS

En conversación con Forbes, Taveras destacó el impacto de nuevas marcas de vehículos en el mercado automotriz dominicano, las cuales han afectado las ventas de marcas tradicionales debido a su atractivo tecnológico y su menor costo.

“El interés en estas nuevas marcas se debe en gran parte a las innovaciones tecnológicas que ofrecen, las cuales han cautivado especialmente al público joven”, comenta Taveras.

Otro factor que ha contribuido al auge de estas nuevas marcas es el respaldo del sector financiero. Pues, algunos bancos ofrecen periodos de gracia de hasta 6 meses antes de comenzar a pagar y financiamiento total con plazos de 5 a 7 años.

Taveras concluye destacando que el futuro y la sostenibilidad del sector automotriz dependen de una

colaboración eficaz entre el Estado y las empresas del sector. “Es esencial que los actores públicos y privados se pongan de acuerdo, establezcan alianzas, y trabajen en la eficiencia de los servicios y controles”, sostiene.

Para que el mercado pueda albergar una variedad de marcas y satisfacer la demanda, enfatiza la necesidad de que el Estado proporcione garantías que respalden la sobrevivencia de las empresas organizadas. A su vez, estas empresas deben garantizar a los clientes la protección de sus inversiones. “Siempre que el Estado disponga de garantías que favorezcan la supervivencia de las empresas organizadas, y que estas a su vez garanticen a los clientes sus inversiones, podremos coexistir con tantas marcas como el mercado demande”, señala Taveras.

Es así como expansión del mercado automotriz en la República Dominicana, impulsada por la llegada de nuevas marcas y modelos de vehículos, está generando un panorama complejo tanto para el Estado como para las empresas dedicadas a la importación y comercialización de automóviles. **F**

CATEGORIZACIÓN

En 2023, las motocicletas encabezaron el crecimiento del parque vehicular con 217,314 nuevos registros, lo que representa un incremento del 71% en comparación con el año anterior. Les siguen los jeeps, con 57,179 nuevas unidades (9.2% de aumento), y los automóviles, que sumaron 36,661, mostrando un crecimiento del 3.4%. A diciembre de 2023, el 56.5% del total de vehículos registrados correspondía a motocicletas, el 19.3% a automóviles, el 11.7% a jeeps, el 9.0% a vehículos de carga, y el 3.6% restante se distribuye entre autobuses, maquinaria pesada, volteos y otros.

En el caso de los automóviles, el parque vehicular alcanzó las 1,122,336 unidades. De estas, el 0.1% fueron fabricadas en 2024, el 0.2% en 2023, el 51.3% entre los años 2001 y 2022, y el 48.4% corresponde a vehículos fabricados en el año 2000 o antes.

Los jeeps, por su parte, sumaron 678,470 unidades registradas. El 0.9% corresponde a vehículos fabricados en 2024, el 3.3% en 2023, el 82.1% entre 2001 y 2022, y el 13.7% restante a modelos fabricados en 2000 o antes. En cuanto al origen de los vehículos registrados en 2023 (excluyendo motocicletas), el 61.0% proviene de Japón, el 14.0% de Corea del Sur, el 11.7% de Estados Unidos, el 6.5% de Europa y el 6.8% de otros países.

Del total de automóviles, el 65.1% son de origen japonés, siendo Toyota y Honda las marcas predominantes, con una participación del 29.6% y 16.7%, respectivamente. El 17.7% de los automóviles son de origen surcoreano, destacando Hyundai con el 11.7% y Kia con el 5.7%. Los automóviles europeos representan el 8.7%, siendo Volkswagen (1.9%) y Mercedes-Benz (1.4%) las marcas más significativas. El 8.5% restante lo constituyen automóviles de origen estadounidense y otras regiones, con una participación del 7.0% y 1.5%, respectivamente.



MINPREGGOB.DO

SOLUCIONES DE INVERSIÓN SOSTENIBLE

LOS FONDOS DE INVERSIÓN PRESENTAN PROPUESTAS QUE NO SOLO SON RENTABLES, SINO QUE TAMBIÉN IMPULSAN ACCIONES QUE FAVORECEN EL CUIDADO AL MEDIOAMBIENTE Y EL BIENESTAR SOCIAL.

El auge de las inversiones sostenibles ha marcado una nueva etapa en el mercado financiero global. Este tipo de inversiones, que integran criterios Ambientales, Sociales y de Gobernanza (ESG, por sus siglas en inglés), han ganado un protagonismo significativo en los últimos años, impulsados por la creciente demanda de soluciones que no solo sean rentables, sino también responsables con el medio ambiente y la sociedad.

Según Santiago Sicard H., presidente ejecutivo de la Asociación Dominicana de Fondos de Inversión (Adosafi), los fondos sostenibles buscan “inversiones que tengan un impacto social, ambiental y con altos estándares de gobernanza”, contribuyendo no solo al bienestar del inversionista, sino también al de la sociedad en general.

Los fondos de inversión sostenibles son aquellos que integran factores ESG en su toma de decisiones, buscando generar valor económico mientras aportan a la creación de un mundo más justo y sostenible. Estos fondos permiten a los inversionistas “conocer los aportes que realizamos a la comunidad



EN REPÚBLICA DOMINICANA HAY UN CRECIENTE INTERÉS EN SECTORES COMO LAS ENERGÍAS RENOVABLES, LA GESTIÓN DE RECURSOS Y AGUA, Y EL TURISMO SOSTENIBLE”

SANTIAGO SICARD
PRESIDENTE EJECUTIVO DE ADOSAFI

y al mundo, mucho más allá de la multiplicación de la riqueza”, como señala Sicard. En otras palabras, estos fondos no solo se centran en maximizar la rentabilidad, sino en generar impactos positivos a nivel social y ambiental.

A diferencia de los fondos tradicionales, los sostenibles evalúan las empresas no solo en función de su desempeño financiero, sino también en cómo manejan su impacto ambiental, sus relaciones sociales y sus prácticas de gobernanza. Esto incluye aspectos como

la reducción de la huella de carbono, el uso responsable de los recursos naturales y el respeto a los derechos humanos en sus operaciones.

El proceso de selección de activos en los fondos sostenibles implica la integración de los criterios ESG. Daniel Paulino, gerente de administración de cartera en Alpha Inversiones, explica que estos criterios permiten a los inversionistas “evaluar cómo las empresas manejan su impacto ambiental, sus relaciones sociales y sus prácticas de gobernanza”. Estos factores, que abarcan desde el cambio climático hasta la ética empresarial, son cruciales para identificar oportunidades y mitigar riesgos a largo plazo.

La implementación de estos criterios varía según la estrategia del fondo, que puede ser de exclusión, integración, inversión de impacto o “best-in-class”. Paulino detalla que, en el caso de exclusión, los fondos “no seleccionan sectores o empresas que no cumplen con ciertos estándares ESG, como las que operan en industrias de combustibles fósiles, tabaco o armas”. La inversión de impacto, por su parte,



se enfoca en proyectos que buscan generar un cambio positivo y medible en aspectos sociales o ambientales.

Sicard añade que la evaluación de una empresa para ser parte de un fondo sostenible se realiza a través de herramientas especializadas, como los informes de firmas calificadoras y guías como la Taxonomía Verde. Este marco, que ya está disponible en República Dominicana, permite clasificar

iniciativas como sostenibles, especialmente en lo que respecta a temas ambientales.

LAS TENDENCIAS

El mercado de inversiones sostenibles ha visto un crecimiento exponencial en los últimos años. Sicard destaca que “el volumen de activos gestionados en fondos sostenibles ha crecido de manera exponencial”, con los activos

globales bajo gestión en estrategias de inversión ESG alcanzando aproximadamente 40.5 billones de dólares en 2023. Esta tendencia se debe en gran medida a una mayor conciencia sobre el impacto de las actividades económicas en el medio ambiente y la sociedad, así como a la demanda de inversionistas que buscan no solo rentabilizar su capital, sino también contribuir a un futuro más sostenible.

A nivel global, Europa se mantiene como líder en la gestión de activos ESG, con alrededor de 15-20 billones de dólares bajo gestión, seguido de Estados Unidos con 8-10 billones. Sin embargo, regiones como Asia-Pacífico, Latinoamérica y África están experimentando las tasas más altas de crecimiento en este tipo de inversiones. Paulino menciona que algunas de las principales tendencias internacionales incluyen la descarbonización de portafolios, las finanzas verdes, y el “impact investing”, donde los inversionistas buscan generar impactos sociales y ambientales medibles, además de un retorno financiero.

En el contexto dominicano, hay un creciente interés en sectores como las energías renovables, la gestión de recursos y agua, y el turismo sostenible. Sicard señala que “en República Dominicana tenemos grandes oportunidades que ya han empezado a materializarse”, como los parques solares y eólicos, y los hoteles y viviendas construidos bajo criterios ESG. Sin embargo, para que estas oportunidades sigan creciendo, es necesario que haya un mayor interés por parte de los inversionistas y que las autoridades continúen ofreciendo apoyo regulatorio y fiscal.

IMPACTO EN LA RENTABILIDAD

Una de las preocupaciones más comunes entre los inversionistas es si los fondos sostenibles pueden igualar o incluso superar la rentabilidad de los fondos tradicionales. Sicard señala que “el rendimiento de los fondos sostenibles en comparación con los fondos tradicionales ha sido un tema de considerable interés”, y varios estudios han demostrado que estos fondos tienden a igualar o incluso superar a sus contrapartes tradicionales.

Un estudio realizado en 2021 por la firma de análisis de inversiones Morningstar encontró que más del 70% de los fondos sostenibles superaron el



LA EDUCACIÓN FINANCIERA ES LA CLAVE PARA SUPERAR LOS DESAFÍOS. AUMENTAR EL CONOCIMIENTO SOBRE LAS INVERSIONES SOSTENIBLES ENTRE LOS INVERSIONISTAS, LEGISLADORES Y GESTORES DE FONDOS. ES FUNDAMENTAL PARA PROMOVER UN MERCADO MÁS TRANSPARENTE Y EFICIENTE”

DANIEL PAULINO

GERENTE DE ADMINISTRACIÓN DE CARTERA DE ALPHA INVERSIONES

rendimiento de los fondos tradicionales en un período de 10 años.

Aunque en República Dominicana aún no hay suficiente información para hacer comparaciones directas, muchos proyectos relacionados con la sostenibilidad han demostrado un desempeño satisfactorio, lo que sugiere que este tipo de inversiones tiene un gran

potencial en el mercado local. Paulino también subraya que las inversiones sostenibles “no solo buscan generar un retorno financiero, sino también contribuyen al desarrollo sostenible”, lo que las convierte en una opción atractiva para los inversionistas que buscan equilibrio entre rentabilidad y responsabilidad social.

OPORTUNIDADES DE INVERSIÓN

El mercado dominicano está comenzando a ofrecer diversas opciones para aquellos interesados en las inversiones sostenibles. Paulino menciona que “en República Dominicana están emergiendo instrumentos de inversión sostenibles”, como los bonos verdes y los fondos de desarrollo de sociedades que invierten en empresas que practican políticas ESG. Un ejemplo destacado es el Fondo de Impacto Social, que recientemente realizó una colocación de RD\$824.6 millones en el mercado bursátil, demostrando el creciente interés en este tipo de instrumentos.

Además de los bonos verdes, que financian proyectos con impacto positivo en el medio ambiente, los fondos de impacto también juegan un papel clave en la creación de un mercado más sostenible. Estos fondos se enfocan en proyectos que no solo generan retorno financiero, sino también un impacto social o ambiental medible, como la mejora en la infraestructura verde o la promoción de la eficiencia energética.

Sicard destaca que el aporte de los fondos de inversión en República Dominicana no se limita a la administración profesional de alrededor de DOP\$265 mil millones, sino también a la creación de más de 30,000 empleos, la generación de energía sostenible para más de un millón de personas y la reducción de emisiones de CO2. Esto demuestra que las inversiones sostenibles tienen un impacto tangible en la economía y la calidad de vida de los dominicanos.

DESAFÍOS

A pesar de su rápido crecimiento, los fondos de inversión sostenibles enfrentan varios desafíos. Uno de los principales, según Sicard, es el “greenwashing”, una práctica engañosa que hace

LOS TRES PILARES

Criterios Ambientales:

Consideran el impacto que las empresas tienen en el medio ambiente, incluyendo factores como la huella de carbono, la gestión de residuos y el uso de recursos naturales.

Criterios Sociales:

Evalúan aspectos como la relación de las empresas con sus empleados, proveedores y comunidades, abarcando temas de derechos humanos, inclusión y diversidad.

Criterios de Gobernanza:

Se enfocan en las prácticas de liderazgo, los derechos de los accionistas y la transparencia en la toma de decisiones.

parecer más sostenibles a ciertos proyectos o fondos de lo que realmente son. Esta práctica puede minar la confianza de los inversionistas y dañar la reputación del mercado de inversiones sostenibles.

Otro desafío importante es la falta de estandarización en la medición y reportería de criterios ESG. Sicard explica que “se debe encontrar el balance en lo que globalmente es aceptado como sostenible y lo que localmente es viable y aplicable a la realidad de las industrias y la economía de cada país”. La falta de regulaciones claras y uniformes puede dificultar la comparación entre diferentes fondos y proyectos, lo que representa un obstáculo para el crecimiento del mercado.

Paulino también menciona que la educación financiera es clave para superar estos desafíos. Aumentar el conocimiento sobre las inversiones sostenibles entre los inversionistas, legisladores y gestores de fondos es

fundamental para promover un mercado más transparente y eficiente. Además, señala que “es necesario que toda la población conozca que a través de los fondos de inversión estas iniciativas son una realidad en nuestros países y tienen la capacidad de transformar favorablemente nuestro futuro como sociedad”.

UN FUTURO PROMETEDOR

El futuro de las inversiones sostenibles en República Dominicana y a nivel global parece prometedor. Sicard destaca que los fondos de inversión sostenibles “son una realidad que está transformando la economía y las inversiones en el país”, y que hay una gran oportunidad para seguir expandiendo este mercado. Los inversionistas interesados en explorar estas oportunidades pueden comenzar con sumas tan bajas como 10,000 pesos lo que facilita el acceso a este tipo de instrumentos financieros.

A nivel internacional, se espera que el mercado de inversiones sostenibles continúe creciendo a medida que más gobiernos implementen regulaciones que promuevan la transparencia y la estandarización en la medición de los factores ESG. La adopción de tecnologías verdes, el aumento de la demanda por proyectos que mitiguen el cambio climático y la necesidad de soluciones sociales más inclusivas impulsarán este crecimiento en los próximos años.

En resumen, las inversiones sostenibles no solo representan una tendencia pasajera, sino una transformación profunda en la forma en que los inversionistas evalúan el éxito de sus decisiones. Como concluye Daniel Paulino, “las inversiones sostenibles han venido para quedarse”, y aquellos que deseen estar a la vanguardia de este cambio deben comenzar a integrar criterios ESG en sus portafolios, contribuyendo no solo a la creación de valor financiero, sino también al bienestar de la sociedad y el planeta. 



Por Lilian Tejeda

LA ERA DE LAS BILLETAS ELECTRÓNICAS

LAS EMPRESAS DEL SECTOR FINANCIERO SE HAN APOYADO EN LAS INNOVACIONES IMPLEMENTADAS EN LOS DISPOSITIVOS MÓVILES PARA ADOPTAR TECNOLOGÍAS QUE YA NO SOLO APUNTAN HACIA LA DISMINUCIÓN DEL DINERO EN EFECTIVO, SINO TAMBIÉN DE LAS TARJETAS.

La industria financiera está en constante innovación, siempre en busca de soluciones que se adapten a las preferencias de los usuarios, quienes cuando se trata de opciones de pago prefieren las más simples y seguras.

Una de las novedades que ha ganado rápida aceptación en el sector son las billeteras digitales, una solución que permite almacenar los datos de las tarjetas de débito y crédito para pagar a través de teléfonos móviles, relojes u otros dispositivos inteligentes.

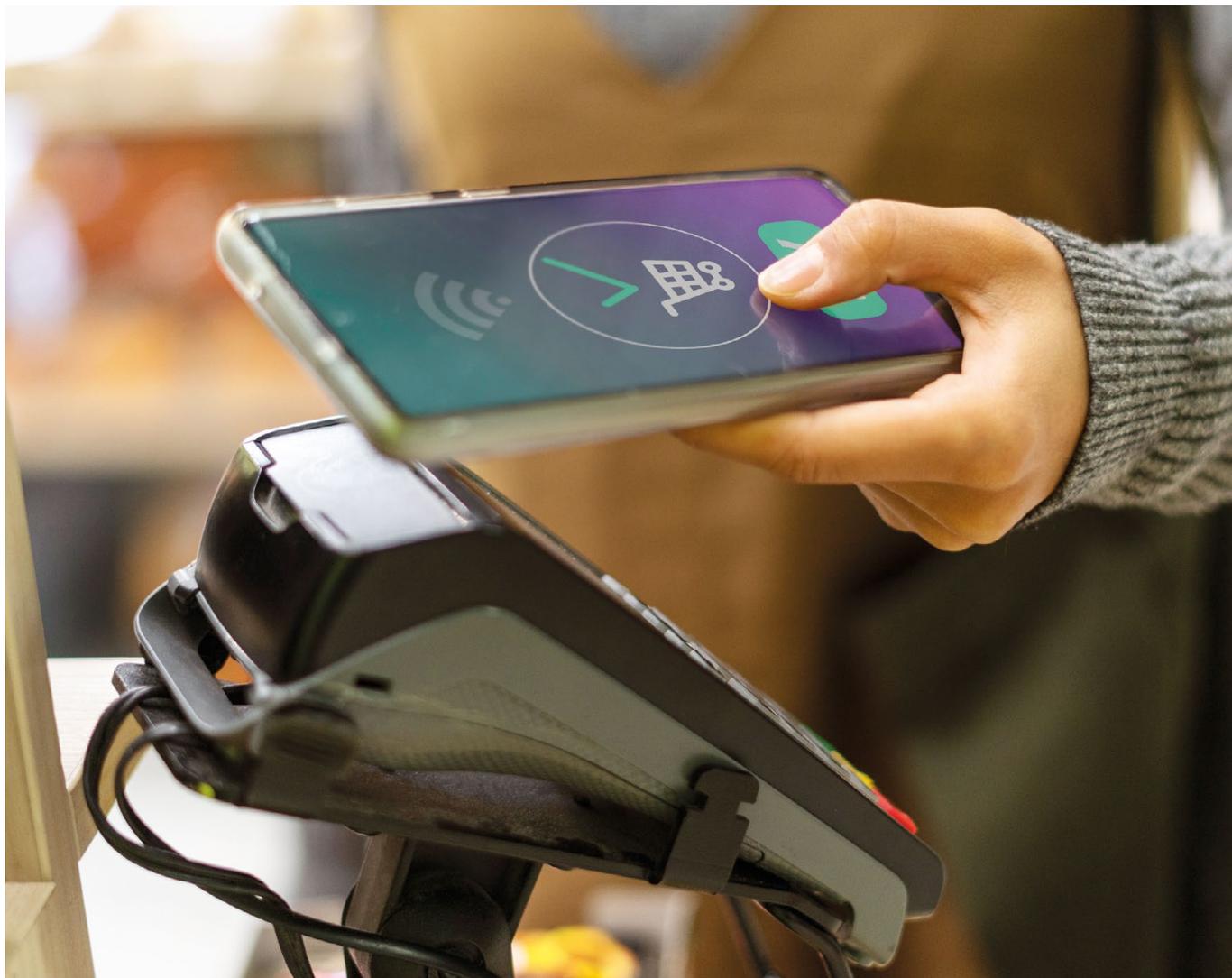
En el país esta tecnología está presente desde antes del 2020, pero su adopción se ha comenzado a acelerar en los últimos dos años. La Asociación de Bancos Múltiples de República Dominicana (ABA) estima que alrededor del 53% de los bancos múltiples dispone de este servicio.

Sin embargo, el uso por parte de los consumidores todavía es tímido. En el 2023 solo un 6 % de los usuarios del sistema financiero utilizó wallets internacionales, como Apple Pay, Samsung Pay y Garmin Pay, y un 10 %

usó billeteras locales (TPago, Moni, TAPP), precisa la ABA.

Esto significa que, aunque esta tecnología está experimentando un rápido crecimiento en el mundo, en República Dominicana falta un trecho por recorrer para su implementación a gran escala.

“El futuro de las billeteras digitales en el país es prometedor, pero requiere un equilibrio entre conveniencia y seguridad. Tanto usuarios como negocios deben implementar precauciones de seguridad adecuadas para facilitar



una alta penetración de pagos móviles”, opina el empresario tecnológico Arturo López Valerio, fundador de la firma de consultoría Tabuga.

Según proyecciones de la firma, para 2029 aproximadamente un 26% de la población estaría en capacidad de utilizar esta tecnología, lo que se relaciona en gran medida con el índice de bancarización, que el año pasado se ubicó en 55%, de acuerdo a la Encuesta Nacional de Inclusión y Educación Financiera (ENIEF) 2023 del Banco Central de la República Dominicana (BCRD).

VALORES

13.8 mdd

es el tamaño estimado de las billeteras digitales en 2024.

45.17 mdd

es la proyección del valor del mercado para 2029.

Cifras en millones de dólares.

IMPLEMENTACIÓN

A medida que más personas accedan a servicios financieros formales, la adopción de billeteras digitales se expandirá, transformando gradualmente el panorama de pagos en el país, considera López Valerio.

Para avanzar en esa dirección, dice, se requieren tres pasos fundamentales. El primero es la disponibilidad del servicio en los dispositivos móviles, barrera que se comenzó a derribar con la llegada Apple Pay (creada para iPhone), Google Pay (disponible para los usuarios de Android) y otras wallets.

Aunque estas billeteras están disponibles para las marcas de teléfonos que tienen mayor presencia en el mercado dominicano, donde Apple tiene una participación de 35.07% y Samsung 26.51%, según estimaciones de Tabuga Intelligence, esto no significa que todos los usuarios pueden disponer del servicio porque eso depende del tipo de dispositivo que posea.

Otro aspecto relevante para lograr la masificación de esta tecnología en el país es su aceptación en los negocios, lo cual, en opinión de López Valerio, es uno de los mayores retos porque se vincula con la formalización de las empresas, que sigue siendo baja.

Esto se evidencia en los resultados de la Encuesta económica y financiera a las micro, pequeñas y medianas empresas (Enmipymes) 2022-2023 realizada por el BCRD, donde de 470,527 establecimientos encuestados solo el 14.8 % eran formales.

El último paso requerido para la adopción masiva de las billeteras electrónicas, según López Valerio, es seguir fomentando la bancarización. En este sentido, el país cuenta con la Estrategia Nacional de Inclusión Financiera (ENIF) 2022-2030, que se propone elevar a 65 % la tendencia de productos financieros para el 2030.

IMPACTO

La adopción de las billeteras digitales tiene un efecto positivo en los

LÍDERES DEL MERCADO DE BILLETAS MÓVILES

*El orden no responde a ningún criterio en especial.

Apple Inc

Google LLC

Tencent

Samsung Electronics

PayPal

Fuente: Estudio Mercado de las Billeteras Digitales 2023 – 2028 de Mordor Intelligence.

negocios, pues mientras más opciones ofrece un comercio, más atractivo resulta para los clientes, sobre todo para las nuevas generaciones, que prefieren experiencias de pago fluidas.

El informe Tendencias del consumidor de la generación Z (2022) de Visa señala que durante el 2021 más de 6 de cada 10 personas de la generación Z eligieron los dispositivos móviles como el método más popular para hacer compras digitales. La perspectiva es que esta generación continúe impulsando la adopción de estas nuevas tecnologías a medida que incrementa su poder adquisitivo.

“Soy usuaria de Apple Pay y su app wallet. Para pagar solo tengo que presionar dos veces en el botón de

desbloqueo de pantalla y se despliegan mis tarjetas, escojo la que quiero utilizar y simplemente coloco el celular sobre el terminal de pago sin contacto, no sin antes que el teléfono haya verificado mi rostro como medida de seguridad”, explica Yadimir Crespo, una joven usuaria del servicio.

Para adoptar este sistema los negocios no tienen que hacer grandes cambios, pues si disponen de una terminal de punto de venta o verifone pueden aceptar una billetera digital.

“Los negocios en sí no tienen que hacer nada porque ya los puntos de pago (verifone) cuentan con la tecnología para recibir pagos con billeteras digitales. Tenemos la infraestructura desplegada porque los pagos sin contacto se han estado usando con las tarjetas de crédito y débito desde hace años”, explica el creador de contenidos de tecnología Hipólito Delgado.

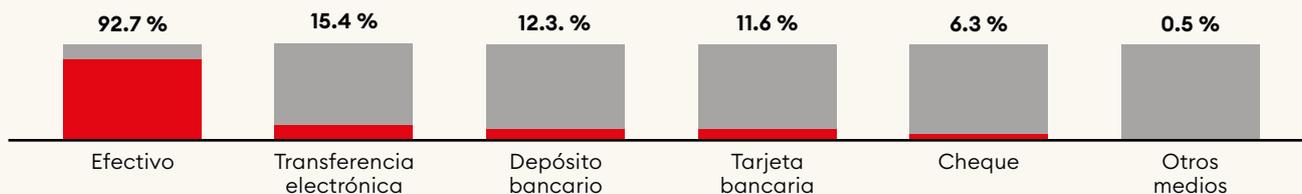
López Valerio precisa que en algunos casos los sistemas solo requieren ciertas actualizaciones o adaptaciones para soportar las nuevas modalidades.

Aunque no existe un número preciso, datos proporcionados por la ABA indican hasta abril de este año más de 176,810 establecimientos del país, entre físicos y virtuales, tenían la capacidad de aceptar pagos con billeteras digitales.

PROYECCIÓN GLOBAL

Se espera que los pagos con billeteras

PRINCIPALES MEDIOS UTILIZADOS POR LAS EMPRESAS PARA REALIZAR SUS COMPRAS Y VENTAS DURANTE EL 2022



Fuente: Encuesta Nacional de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES) del Banco Central de la República Dominicana.

electrónicas o wallets experimente un crecimiento promedio de un 26,78% para el período 2024-2029, conforme a las proyecciones de la empresa de investigación de mercados Mordor Intelligence en su análisis Mercado de las Billeteras Digitales 2023 – 2028.

Dicho estudio reseña que el año pasado alrededor de 4.400 millones de usuarios en el mundo utilizaron este método en sus compras, lo que representa en torno a un 52% de los pagos de comercio electrónico.

En América Latina se estima que las billeteras digitales tuvieron una penetración de un 21 % en el 2023 y para el 2028 se prevé que alcance el 28 %, de acuerdo al Informe Pagos Globales 2024 de Worldpay.

IMPULSO A SU CRECIMIENTO

Uno de los factores que está impulsando la adopción de tecnologías de pago virtuales, como las billeteras electrónicas, son las nuevas funcionalidades implementadas en los dispositivos móviles inteligentes, donde empresas como Apple, Google y Samsung sobresalen como los principales proveedores.

“A lo largo de los años, la industria de los teléfonos inteligentes ha visto rápidos avances tecnológicos en términos de funciones ofrecidas, como NFC (Near Field Communication), adopción de 5G, biometría, cifrado e inteligencia artificial, entre otras, que se evidencian con una mayor penetración de los teléfonos inteligentes en las actividades diarias de los usuarios”, reseña el informe de Mordor Intelligence.

VENTAJAS DE LAS BILLETAS DIGITALES

Una de las principales ventajas de esta tecnología, desde el punto de vista de los usuarios, es que, al no tener que proporcionar sus datos personales a un tercero, tienen mayor control de sus cuentas, lo que les da cierta sensación de seguridad.

“La mayoría de las billeteras

CRECIMIENTO DE TERMINALES DE PUNTOS DE VENTA EN REPÚBLICA DOMINICANA

Esto representa un crecimiento de 300 % en una década.



Fuente: Banco Central de la República Dominicana

PAÍSES DE LATINOAMÉRICA CON MAYOR USO DE BILLETAS DIGITALES

Argentina	31 %
México	28 %
Chile	20 %
Colombia	18 %
Brasil	16 %
Perú	11 %

Fuente: Informe Pagos Globales 2024 de Worldpay

PROYECCIÓN DE MERCADOS CON MAYOR ADOPCIÓN DE BILLETAS DIGITALES PARA EL 2025

Singapur	64.3 %
Malasia	62.2 %
Indonesia	50.9 %
Tailandia	42 %
Filipinas	42 %

Fuente: The Asian Banker

digitales utilizan autenticación multifactor, que añade una capa extra de seguridad con autenticación biométrica, contraseñas seguras, tokens digitales o una combinación de estas opciones. Los datos están encriptados y se implementan mecanismos para prevenir transacciones fraudulentas, utilizando

el comportamiento de los usuarios para detectar posibles transacciones no autorizadas”, explica al respecto la ABA.

Delgado apunta que con esta tecnología las transacciones son más seguras porque se reduce “prácticamente a cero” la posibilidad de robar los datos de las tarjetas.

“Si todo el mundo usara billeteras digitales para pagos en lugares físicos, de manera exclusiva, sería el inicio del fin de los chiperos (término que hace referencia a los estafadores de tarjetas en el país)”, dice Delgado.

La facilidad de prescindir del dinero en efectivo y de los plásticos de las tarjetas es otra de las conveniencias citadas por los usuarios.

“Para mí es muy práctico porque si salgo a hacer una compra rápida tomo las llaves y el celular, sin necesidad de cargar con muchas cosas más. Tengo más de un año y medio utilizando el wallet y nunca he necesitado presentar la tarjeta”, comenta Crespo.

Águeda Solano también valora esta facilidad y describe la experiencia con las billeteras digitales como algo que “te facilita la vida”.

No obstante, este método no está exento de riesgos. Al igual que otras tecnologías digitales es susceptible a ciberataques y a la vulneración de datos personales, apunta López Valerio.

Los usuarios también se enfrentan al peligro de perder la información si se le extravía el dispositivo y tienen una dependencia tecnológica porque siempre necesitan tener conexión a internet para pagar, agrega el experto.

Los comercios pueden tener dificultades respecto a la compatibilidad entre los diferentes sistemas de pago, interrupciones del servicio o problemas técnicos, entre otras dificultades. Por esto López Valerio recomienda a los negocios que se orienten bien acerca de las normas y sobre costos que puede implicar la adopción de estas novedosas tecnologías. **F**

Por Lilian Tejeda

Foto © Paco Gramontti

La escasez de transformadores ha sido un tema latente este año en el país. Varios reportes hacen referencia a los problemas generados por la falta de estos equipos, a retrasos en las importaciones y a la apremiante necesidad de reemplazar unidades obsoletas para eficientizar el servicio eléctrico.

En ese contexto, el grupo corporativo Empresa de Ingeniería Eléctrica (Eminsa), dedicada por más de 50 años a la reparación de transformadores, ha decidido incursionar en la fabricación con la finalidad de atender esa necesidad del mercado local con mayor rapidez.

“Nosotros traemos una solución precisamente a ese problema, porque el tiempo de entrega de estos equipos tarda hasta unas 30 semanas”, explica Manuel De Pool, gerente general de la compañía.

Con una inversión de unos 5 millones de dólares (mdd) en una nueva planta, los ejecutivos de la empresa proyectan producir alrededor 6,000 unidades anuales (pudiendo alcanzar las 10,000).

Eminsa inició sus operaciones en 1973, tomando transformadores que eran desechados por la Corporación Dominicana de Electricidad (CDE) para repararlos con el objetivo de contribuir a reducir las importaciones, abriendo así el camino a otras compañías que más adelante incursionaron en el negocio, cuenta su presidente y fundador, Francisco De Pool.

Aunque a lo largo de estos años se habían dedicado básicamente a la reparación, ahora los De Pool han decidido apostar por la fabricación ante la creciente demanda de electricidad y de productos eléctricos.

“Estamos en un muy buen negocio porque hay una proyección de crecimiento que ni con lo que nosotros estamos haciendo no va a ser suficiente”, opina Manuel.

El estudio Actualización de la

TRANSFORMADORES DOMINICANOS

EJECUTIVOS DE EMPRESA DE INGENIERÍA ELÉCTRICA SAS (EMINSA) HAN INVERTIDO EN UNA NUEVA PLANTA Y TECNOLOGÍAS PARA CONSOLIDARSE COMO UN REFERENTE EN LA FABRICACIÓN DE ESTOS EQUIPOS EN EL PAÍS Y LA REGIÓN.



Prospectiva de la Demanda de Energía de República Dominicana 2010-2030 de la Comisión Nacional de Energía (CNE) proyecta un crecimiento promedio anual de entre 2.54 % y 3.0 % en el sector residencial y de 3.28 % a 4.68% en el ámbito comercial y de servicios.

VISIÓN REGIONAL

Los De Pool han hecho esta inversión poniendo también la mira en el extranjero, hacia donde esperan destinar alrededor del 30 % de su producción. Manuel dice que los mercados de mayor potencial son Ecuador y Colombia, donde, aunque hay fábricas, no dan abasto debido a la gran demanda.

“Nosotros vamos a ser el único fabricante del Caribe y Centroamérica, con excepción de Guatemala que tiene una planta, y no es de fabricación sino de ensamble. Esto no es algo que muchos países tienen el privilegio de tener”, destaca.

De aquí al 2032 se prevé que el mercado de transformadores registre una tasa de crecimiento cercana al 7 % en el mundo, debido al aumento de la demanda de electricidad, la urbanización y la modernización de la infraestructura eléctrica, reseña un análisis de la firma de investigación Global Market Insights.

El progresivo despliegue de energía renovable, que el año pasado alcanzó una participación de 15 % en el sector eléctrico nacional, es otro de los factores que impulsará ese comportamiento.

Aunque los transformadores para las fuentes renovables son más especializados, los propietarios de Eminsá no descartan producir equipos para este tipo de proyectos, que están en auge en el país.

Recientemente el ministro de Energía y Minas, Joel Santos Echavarría, declaró que hay en construcción unos 27 proyectos de energía renovable que sumarán al sistema alrededor de 1,229.65 megavatios (MW), con lo que

CRECIMIENTO DE LA DEMANDA DE ELECTRICIDAD RESIDENCIAL EN GIGAVATIOS HORA (GWH)

2025	6784
2026	6929
2027	7075
2028	7223
2029	7372
2030	7523

Fuente: Proyecciones de la Comisión Nacional de Energía (CNE)

PROYECCIÓN DE MERCADOS CON MAYOR ADOPCIÓN DE BILLETERAS DIGITALES PARA EL 2025

2025	3609
2026	3694
2027	3781
2028	3869
2029	3960
2030	4054

Fuente: Comisión Nacional de Energía (CNE)



se prevé que para el 2025 estas fuentes estén supliendo el 25% de la demanda energética nacional.

“El aumento de las energías renovables genera una demanda de transformadores con especificaciones bien exigentes. Aunque ese es otro mercado, sí tenemos la intención de obviamente introducirlos en algún punto de este proyecto”, afirma Manuel.

TECNOLOGÍAS DE PUNTA

La nueva planta de Eminsá cuenta con tecnologías que apuntan hacia la rapidez y precisión. Desde el proceso de diseño de los equipos, que se hace con asistencia digital, hasta la elaboración, explica el gerente general de la empresa.

Manuel destaca que tienen un laboratorio de pruebas eléctricas donde de manera automática se determina en cuestión de minutos si el transformador fabricado tiene algún error.

“Me atrevería a decir que Centroamérica y el Caribe no hay un laboratorio de pruebas tan completo como este. Esta es una tecnología de punta”, recalca.

Resalta también la tecnología de la pintura en polvo, con lo que el proceso de pintado de los transformadores es más rápido, entre otras.

“Aquí todos los fabricantes o reconstrutores que conozco pintan con pintura líquida, lo cual requiere un tiempo de curado y secado de más de tres o cuatro días. Sin embargo, nosotros con la pintura electroestática podemos pintar y hornear y de 20 minutos a una el tanque ya está disponible para envasar”, explica.

¿UNA SOLUCIÓN A LAS PÉRDIDAS?

Manuel considera que esta fábrica no solo es una ventaja competitiva para el país, porque puede disminuir su dependencia de las importaciones de transformadores, sino también porque puede contribuir a reducir las pérdidas

de energía, uno de los grandes retos del sector eléctrico.

A junio de 2024 las pérdidas totales acumuladas de las empresas distribuidoras de electricidad (EDE) alcanzaron el 43.9%, lo que se traduce en un monto de unos 608.7 mdd, según estimaciones del Centro Regional de Estrategias Económicas Sostenibles (CREES).

“Este proyecto puede ser una alternativa interesante para lograr ese objetivo, que es una prioridad nacional”, apunta Manuel.

Sin bien en las pérdidas de energía eléctrica influyen muchos factores, como las conexiones ilegales, la antigüedad y mal estado de las redes de distribución, entre otros, la condición de los transformadores también juega un papel fundamental porque cualquier parte deteriorada puede afectar el sistema.

El estudio de mercado de la empresa Global Market Insights refiere que el transformador representa una parte significativa del desperdicio de energía, lo cual puede mejorarse con equipos más eficientes.

Otra ventaja, agrega Manuel, de adquirir transformadores fabricados en el mercado local, además de que les resulta menos costoso, es que se diseñan en base a las condiciones del país, lo que puede alargar su vida útil.

El empresario se refiere a características como la temperatura, niveles de humedad, salinidad y otras particularidades que quizá no tomarían en cuenta fabricantes del exterior. “Nosotros diseñamos tomando en cuenta cómo es nuestro mercado origen. Tratamos de fabricar un traje a la medida”, dice.

DEBILIDAD DEL MERCADO

Para disponer de un servicio eléctrico eficiente, todos los componentes que intervienen deben tener las condiciones adecuadas. En este punto Manuel menciona un detalle que, desde su



punto de vista, afecta en gran medida el sector y es la ausencia de un organismo que regule la calidad de los equipos que se colocan en la red, como existe en otros países.

Dice que como aquí no existe ninguna entidad que defina esos estándares “cualquiera puede importar y vender cualquier producto”, lo que puede provocar fallas en el sistema.

“Debe haber un organismo que certifique qué se puede vender en el mercado eléctrico y que establezca las condiciones que se deben cumplir porque

aquí cualquier persona sin la experiencia, ni el conocimiento y sin tener las condiciones más básicas se dedica a una actividad de la cual no tiene la capacidad”, advierte.

Agrega que esa debilidad limita las inversiones tanto de empresarios locales como extranjeros en el sector.

“Quizás es una de las razones por la que empresarios como nosotros hemos tenido que esperar 50 años para hacer esta inversión. Si hubiese ese tipo de regulación la hubiésemos hecho hace 20 años”, puntualiza.

Refiere que ante la ausencia en el país de un organismo regulador de los productos del sector eléctrico las empresas que quieren participar en el mercado internacional, como Eminsa, tienen que certificarse en el Centro de Desarrollo Tecnológico del Sector Eléctrico (CIDET), de Colombia.

“Para nosotros eso es una necesidad nacional, una debilidad fuerte y es quizá una de las causas de que la situación esté como está porque se sigue permitiendo que cualquiera venda cualquier producto”, puntualiza. **F**



Incontables premios de viaje,
el mejor golf del Caribe,
3,000 hectáreas de pura belleza paradisíaca...

**Celebrando 50 años de lujo
en el resort más icónico del mundo.**



Desde su apertura como el primer resort en la República Dominicana, Casa de Campo ha sido un destino de lujo preferido por viajeros exigentes de todo el mundo. Hoy, celebrando nuestro 50º aniversario, seguimos ofreciendo experiencias incomparables con tres campos de golf diseñados por Pete Dye, incluyendo Teeth of the Dog, el campo de golf #1 en el Caribe, impresionantes alojamientos, 8 restaurantes de clase mundial, un spa de última generación, una marina, centro ecuestre, campo de tiro, playas cristalinas y mucho más.

Descubre más en casadecampo.com.do • res1@ccampo.com.do • 809-523-8698



Por Felivia Mejía

LIDERAZGO QUE INSPIRA

FORBES REPÚBLICA DOMINICANA PRESENTA SU LISTA MUJERES PODEROSAS, CON LA CUAL CELEBRA LA RELEVANCIA DEL LIDERAZGO FEMENINO EN DIVERSAS ÁREAS COMO LA CIENCIA, POLÍTICA, DEPORTES, ARTE, ECONOMÍA, TECNOLOGÍA, SALUD, NEGOCIOS, ENTRE OTROS.

Cada una de las líderes de la lista Mujeres Poderosas FORBES 2024 representa una batalla ganada de las tantas que se están librando en todos los países del mundo para cerrar la brecha de género.

Estas mujeres demuestran una participación activa en el aporte de soluciones a situaciones cruciales que afectan a la sociedad, como el cambio climático, el acceso a mejor calidad de vida, la libertad de expresión, el desarrollo de nuevas tecnologías, la investigación científica, la creación de nuevos empleos a través de la actividad empresarial y la promoción de la democracia.

A pesar de que se ha avanzado mucho en el camino hacia la equidad, aún la balanza de las oportunidades permanece desequilibrada para que las mujeres puedan alcanzar mayor progreso económico, éxito profesional, acceso a la salud, entre otros aspectos que impulsen su desarrollo integral.

Al ritmo actual de progreso, se tardará 134 años en alcanzar la plena paridad en 2158; es decir, dentro de unas cinco generaciones, según el Informe Mundial sobre la Brecha de Género 2024 del Foro Económico Mundial.

Cerrar las brechas en la política y el trabajo significa una toma de decisiones más equitativa y un mayor crecimiento, y esto último podría suponer un aumento del 20% del PBI mundial, según una estimación del Banco Mundial mencionada en el informe.

De las cuatro brechas de género cubiertas por el índice, para el cual se analizó la situación de 146 países, la que se refiere a Salud y Supervivencia es la más cerrada, con un 96%, seguida de la brecha en Logros Educativos (94,9%), la brecha en Participación y Oportunidades Económicas (60,5%). Le sigue la brecha de Empoderamiento Político (22,5%).

Harán falta otros 20 años para alcanzar la paridad en los logros educativos, 169 años para cerrar la brecha en el Empoderamiento Político y 152 años para alcanzar la paridad económica. El tiempo para cerrar la brecha de género en Salud y Supervivencia sigue sin estar definido, según el informe.

En cuanto al ámbito empresarial, las mujeres ocupan menos de una cuarta parte (23,3%) de las posiciones que requieren toma de decisiones, de acuerdo a los resultados de la octava edición de 'Mujeres en los Consejos de Administración: Una perspectiva global', elaborado por la firma investigadora Deloitte.

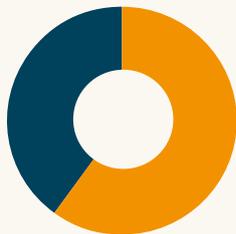
Esa cifra representa un incremento de 3.6 puntos porcentuales desde la última edición del reporte en 2022.

Solo el 8.4% de los consejos de administración alrededor del mundo está liderado por una mujer y el 6% de los CEO o directores ejecutivos es mujer.

Con el ritmo actual, alcanzar la paridad de género al nivel de presidencia y dirección ejecutiva no se logrará antes de 2073 o 2111, al menos entre 50 y 90 años, respectivamente, contiene el informe de Deloitte.

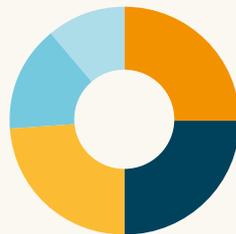
“A pesar de los avances que observamos en el tema -tanto en el ámbito nacional como internacional- es nuestra responsabilidad continuar siendo impulsores del cambio en la forma en la que definimos los perfiles y llevamos a cabo la búsqueda de personas para los Consejos de Administración”, señala Daniel Aguiñaga, socio líder de Gobierno Corporativo en Deloitte Latinoamérica.

Las mujeres que forman la presente lista son puertas abiertas a una nueva era de empoderamiento femenino. Ellas reflejan el liderazgo inspirador que crea las condiciones para que haya más emprendedoras, más jefas de misiones, jefas de gabinetes, directoras de equipos y fundadoras de empresas.



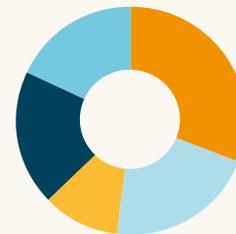
¿FORMA PARTE DE ALGÚN CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN?

60% **Sí**
40% **No**



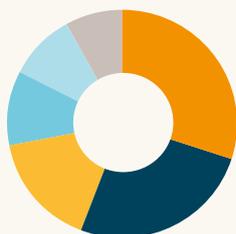
¿CUÁNTO TIEMPO LE TOMÓ ALCANZAR LA POSICIÓN QUE HOY OCUPA?

25% **Menos de 5 años**
25% **5 años**
24% **10 años**
15% **20 años o más**
11% **15 años**



EDAD

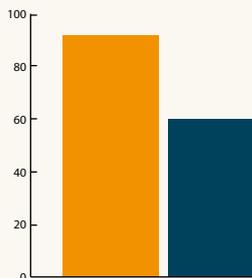
31% 35 a 40 años
21% 40 a 45 años
11% 45-50 años
19% 50 a 55 años
18% otro



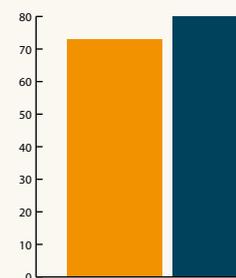
RANGO DE SALARIO

30% 300,000-400,000
26% 100,000-200,000
16% Menos de 100,000
10.7% 500,000-600,000
9.5% 1,000,000 o más
7.8% 700,000-900,000

CIFRAS EN PESOS DOMINICANOS



92% Refiere que ocupa una posición de toma de decisiones
60% Refiere que se ha enfrentado a situaciones de inequidad salarial



73% Afirma que tiene hijos
80% Indica que participa en alguna organización de impacto social

El empoderamiento económico de las mujeres contribuye a la erradicación de la pobreza y su bienestar incide directamente en toda la sociedad. Para lograr eso se necesitan más inversión de parte de los gobiernos en políticas públicas que permitan el progreso de las mujeres, ampliar el acceso al financiamiento y que de manera intencional ellas sean integradas a los puestos de dirección.

De parte de las empresas se espera que se intensifique el apoyo para la capacitación y el fortalecimiento de habilidades que permitan a sus colaboradoras ascender a los altos mandos; a la vez que se diseñen programas de trabajo

flexible que eviten que las mujeres decidan abandonar el ejercicio de su profesión por atender otros roles que les alejan del empoderamiento económico.

Una vez más ha sido un reto enorme para FORBES seleccionar solo 50 perfiles para la lista Mujeres Poderosas. Para esta edición se abrió una convocatoria en nuestras plataformas digitales, a través de la cual invitamos a todas las mujeres a postularse cumplimentando un cuestionario en el que se requería información sobre su trayectoria profesional, aportes sociales y formación.

Para la evaluación de esas postulantes contamos con el apoyo de aliados

estratégicos, como Circe Almánzar, destacada abogada con amplia experiencia en el ámbito empresarial y gestora de proyectos de impacto social trascendente.

“Este año hemos tenido muy buenas candidatas”, afirmó Circe.

Además, el equipo editorial de FORBES realiza una exhaustiva búsqueda de perfiles de manera independiente.

En gráficos presentamos los resultados de algunos indicadores contemplados en la información solicitada a las postulantes a través del formulario de la convocatoria realizada por FORBES, a quienes agradecemos su participación.

SONIA DÍAZ INOA
Jueza del Tribunal Constitucional

DEFENSORA DE LA JUSTICIA

LA MAGISTRADA CONSTITUCIONALISTA, CON AMPLIA TRAYECTORIA DE DEFENSA DE LOS DERECHOS HUMANOS, EQUIDAD DE GÉNERO Y PROTECCIÓN DEL MEDIOAMBIENTE, ABOGA POR MAYOR PARTICIPACIÓN DE LA MUJER EN PUESTOS DE MANDO.

Sonia Díaz Inoa ha trabajado activamente en la construcción de un mejor sistema de justicia por más de 40 años. En cada posición que ocupa defiende con pasión y entrega el respeto a los derechos humanos y la igualdad de oportunidades para todos, sin importar condición.

El año pasado fue juramentada como jueza del Tribunal Constitucional, por un periodo de nueve años, una posición desde la cual contribuye al reconocimiento de los derechos fundamentales de las personas, especialmente de las mujeres, de los grupos vulnerables y a la protección del medioambiente.

La magistrada tiene una vasta formación académica que incluye un doctorado en sociedad democrática, Estado y derecho, maestrías en administración pública y en protección de derechos humanos, entre otros títulos.

La trayectoria de esta experimentada jurista, investigadora y académica destaca por diversos hitos, iniciando con que en los años 80 formó parte del equipo que comenzó el proceso de modernización de justicia. Eso incluyó impulsar la renovación de la infraestructura física, la capacitación del talento y mejorar el acceso a la justicia. También, participó en la creación de la

Escuela Nacional de la Magistratura, de la Escuela de la Defensa Pública y la instalación de un sistema de estadística judicial.

Asimismo, fue parte activa en la reforma de la Constitución de 1994, en la que se estableció que los jueces fueran designados por la Suprema Corte de Justicia, ya que antes la selección era una tarea del Senado.

“Es un trabajo, que si bien hay que dedicarle mucho tiempo y es absorbente, también te da muchas satisfacciones, porque tú te estás dedicando a reconocer los derechos de los demás y yo creo que eso tiene mucho valor”, afirma.

Sonia, jovial y sonriente, confía y promueve el trabajo en equipo, lo cual dejó en evidencia al presentarse a la entrevista acompañada de varios colaboradores de su despacho, a quienes considera un apoyo clave para desarrollar sus proyectos con éxito.

Cálida y amable, Sonia se emociona cuando habla del rol de la mujer en la justicia, al resaltar que ellas trabajan con mucha dedicación y responsabilidad, lo cual permite que el país cuente con la diversidad necesaria para una representatividad amplia.

Afirma que aunque en el sistema de justicia ordinario el 64% son juezas, la realidad es que la mayoría

ocupa posiciones bajas. Por lo cual, puntualiza que está el desafío de que las mujeres logren puestos más altos que le permitan participar de la toma de decisiones. Dijo que hay un reto de aumentar la participación femenina en otras áreas, como por ejemplo en la Suprema Corte de Justicia, donde de 16 miembros, solo 4 son mujeres, a pesar de que la ley ordena el equilibrio de género. En el propio Tribunal Constitucional, apenas el 38% de los miembros del Pleno son femeninas.

“Quiero que se siga trabajando en lograr la primacía de la Constitución. Que sea respetada y empoderar a la población, a que la conozca y sepa sus derechos para que pueda exigirlos”, apunta la magistrada.

Exhorta a las mujeres a tener una formación académica sólida y a esforzarse para lograr sus propósitos porque las posiciones de liderazgo no llegan de regalo. “Si tú lo ves muy fácil, cuestionate, porque todo se logra trabajando y superando escollos para poder avanzar”, dice.

Para ella una mujer poderosa es aquella que conoce sus derechos y los hace valer en cualquier escenario que se encuentre, no solo para ella, sino para todos en general, porque es alguien que promueve los valores de la justicia y de la igualdad.

MUJERES PODEROSAS



AMNY ACOSTA THEN

Directora de la clínica de obesidad y especialidades Salutte Clinic

EMPODERANDO DESDE EL EQUILIBRIO

LA DESTACADA ENDOSCOPISTA BARIÁTRICA Y GASTROENTERÓLOGA PROMUEVE UN ENFOQUE MULTIDISCIPLINARIO QUE INTEGRA LA SALUD FÍSICA Y EMOCIONAL, FACTORES QUE CONSIDERA ESENCIALES PARA EL EMPODERAMIENTO FEMENINO.

Amy Acosta Then encontró en un trauma de su infancia el motor de su éxito profesional. Durante su niñez sufrió de obesidad y las consecuencias psicológicas asociadas a esa condición. Sin embargo, como muchos líderes exitosos, ella dio un giro a su historia transformando su vida y preparándose para impactar la de otros positivamente.

“Mi madre me empoderó para lograr el peso ideal con un estilo de vida saludable. Cuando me vi en el espejo y vi esa transformación me llené de felicidad y supe que debía multiplicar esa historia en los demás”, cuenta la doctora especializada en endoscopia bariátrica, una técnica que describe como mínimamente invasiva y en la que se define como pionera en el país.

Amny se presenta como la primera gastroenteróloga y endoscopista bariátrica en formar parte de la Sociedad de Endoscopia Bariátrica de Estados Unidos. Resalta también que en 2018 fue la ganadora del Gastrochallenge, un concurso nacional de médicos residentes en Gastroenterología en México, convirtiéndose en la primera extranjera y dominicana en alcanzar este logro.

La doctora Acosta Then ha llevado

a cabo más de 5,000 procedimientos, lo que es un reflejo de que las cifras de obesidad en el país son preocupantes. Ella describe esta situación como una “gran pandemia”.

“Nosotros hemos tenido acercamientos con personas importantes para aplicar políticas públicas de prevención. Es necesario tomar medidas en este sentido. Comenzando por los adolescentes, que van a ser los adultos enfermos del futuro”, apunta la especialista.

La Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO, por sus siglas en inglés) señala en su informe titulado “El estado de la seguridad alimentaria y la nutrición en el mundo 2024”, que en el último decenio la obesidad en adultos ha registrado un aumento constante, al pasar del 12% (591 millones de personas) en 2021 a 15,8% (881 millones de personas) en 2022.

Las proyecciones indican que este número aumentará hasta situarse en más de 1,200 millones para 2030, prevé el organismo.

Los datos más recientes disponibles en el país indican que alrededor del 31% de los niños con edad escolar padece de sobrepeso y obesidad, según el

estudio “Estado nutricional de los escolares beneficiarios del Programa de Alimentación Escolar de República dominicana” (ENPARD).

Ante esta realidad la doctora Acosta Then apunta que no se trata de un tema de estética, sino de salud. Esto la ha llevado a tratar la obesidad con una visión multidisciplinaria, introduciendo métodos novedosos, que incluyen incluso acompañamiento psicológico.

“Nuestra diferencia es que nosotros marcamos el parámetro en el país de cómo se debe tratar un caso en obesidad de manera multidisciplinaria, sin necesidad de endoscopia”, explica la directora de Salutte Clinic, un centro especializado en la pérdida de peso y tratamiento de la obesidad.

El centro ofrece más de 22 opciones y tratamientos para combatir los diferentes índices de obesidad, como el balón gástrico, las fibras de Salutte, los programas detox, y su más innovadora gastroplastia endoscópica, indica su perfil en plataformas digitales.

UNA HERRAMIENTA DE PODER

Para la doctora Acosta Then, el peso ideal es también una herramienta de empoderamiento, especialmente para



las mujeres, ya que puede brindarles la confianza necesaria para alcanzar posiciones de liderazgo. Cuando una persona se siente satisfecha con su imagen, su proyección cambia significativamente, dice.

La doctora Acosta Then define a una Mujer Poderosa como alguien que se

siente feliz, enfatizando que el bienestar emocional es clave para que las mujeres se empoderen y alcancen sus metas. Además, destaca que valores como el respeto, la paciencia y la empatía son esenciales en las líderes exitosas.

Resalta que como catedrática de la Académica Salute Clinic se enfoca

en fomentar el liderazgo más allá de la apariencia física.

“Trabajamos empoderando desde la adolescencia para tener a nuestras adultas poderosas del futuro. El empoderamiento lo trabajamos desde la salud mental, desde la psicología positiva”, apunta la especialista.

XIOMARA PÉREZ

Folclorista

PURO RITMO Y ALEGRÍA

ENTUSIASTA DE LA INVESTIGACIÓN Y LA ENSEÑANZA DEL FOLCLOR, XIOMARA PÉREZ ES UNA DE LAS PRINCIPALES GUARDIANAS DE LAS COSTUMBRES Y TRADICIONES DOMINICANAS.

Axiomara Pérez le queda perfecto ser folclorista. Ella es una apasionada de la promoción de la cultura, disfruta de la investigación de los orígenes de las costumbres y defiende con vehemencia las tradiciones dominicanas.

Dice que se enamoró del folclore desde niña, en su natal Puerto Plata, sin ni siquiera conocer el significado del concepto. “Para mí se trataba de la cotidianidad, es una pasión increíble la que siento, yo iba recolectando cosas de la casa de mis padres y guardando, hasta que me dicen que eso es parte del folclore”, afirma la investigadora de temas costumbristas, mejor conocida como Xiomarita.

Muchos de esos objetos antiguos ella aún los conserva, convirtiendo su casa en un auténtico museo de la dominicanidad. Así encontramos un laciador de cabello de hierro, jeringuillas que usaban antes los médicos, pipas, grecas, muebles, enseres de cocina y de limpieza del siglo pasado, entre otros.

Sus más de 50 años de vivencias culturales los ha plasmado en una decena de libros y cientos de artículos que se han publicado en la prensa local e internacional. La cantidad de información y bibliografía que guarda en estantes, carpetas y archivos digitales, parece

infinita. Sin duda, ella representa una fuente obligada cuando hay que hablar de folclore. Incluso, sus aportes están registrados en libros oficiales del sistema escolar.

“Yo sé muchísimo de práctica, nadie me gana. Ahora estoy estudiando un técnico superior, en la Escuela Nacional de Folclore de Panamá, porque encontré esa oportunidad para especializarme. Pues, todo lo que he hecho, hasta ahora, lo he realizado sin rigurosidad científica; pero, no me lamento por eso tampoco”, indica.

Cuando en 2004 la designaron como la primera titular de la Dirección Nacional de Folclore, lo primero que hizo para inaugurar esa nueva oficina fue una bibliografía con todo lo que tenía recolectado, separada por temas, entre esos migración, gastronomía, música y baile, artesanía y expresiones orales.

Veinte años después de ese aporte, continúa sus labores de investigación, escribiendo un libro segmentado por autores, temática y provincias para facilitarle el trabajo a los que vendrán interesados en continuar enriqueciendo la bibliografía cultural.

Xiomarita es la manifestación plena de la alegría, es color y movimiento. En 1998 fundó la Escuela Dominicana de Ritmos Folclóricos y Populares, única

con una metodología escrita para la enseñanza. Además, por 27 años formó parte del Ballet Folclórico de la Universidad Autónoma de Santo Domingo.

Hasta el día de hoy ella continúa enseñando a bailar, a la vez que aprovecha cada espacio para disfrutar de la danza como un gozo personal. Por eso es frecuente verla los domingos en Bonyé, en la Zona Colonial, o en algún campo del país donde suenen atabales. “Me gusta llevar mi pelo de colores porque transmito seguridad, yo lo llevo con actitud y la gente me respeta, porque es algo que muchos quisieran hacer, pero no se atreven”, asegura sonriente.

Entre los reconocimientos recientes que Xiomarita ha recibido destacan los galardones que le entregaron este año congresistas y concejales en Nueva York y de parte del Instituto Duartiano en esa ciudad estadounidense.

“Una mujer poderosa es la que transmite cosas positivas, alguien que la gente quiera imitar. Poder no es tener dinero, sino ser un excelente ejemplo para los demás”, opina la activista cultural.

Su deseo es que los padres de hoy lleven a sus hijos a los pueblos para que conozcan las expresiones culturales y puedan amar las costumbres, de forma que sean los siguientes guardianes para preservar las tradiciones dominicanas.

MUJERES PODEROSAS



LUCILE HOUELLEMONT

CEO de Dominican Watchman National y presidenta de la Cámara de Comercio y Producción de Santo Domingo

ANTORCHA DEL PODER FEMENINO

DESDE LA CÁMARA DE COMERCIO Y PRODUCCIÓN DE SANTO DOMINGO ESTA LÍDER EMPRESARIAL ESTÁ ENFOCADA EN IMPULSAR EL EMPODERAMIENTO ECONÓMICO DE LAS MUJERES.

Como fundadora de la empresa Alarma 24 (A24) y presidenta de Dominican Watchman National, una de las compañías de seguridad privada más destacadas del país, Lucile Houellemont es un referente de liderazgo femenino en este sector.

A lo largo de su trayectoria, Houellemont se ha destacado no solo por sus aportes a la industria, sino también por abrir espacios a otras mujeres desde las diversas posiciones que ha ocupado.

“He aportado un enfoque dirigido a la prevención, para que cambie un poco la perspectiva de seguridad represiva o reactiva hacia una más proactiva. También he impulsado que cada día seamos más mujeres en este sector”, señala.

Su liderazgo al frente de compañías de seguridad la ha llevado a presidir la Asociación Dominicana de Empresas de Seguridad (Adesinc), que agrupa a más de 70 entidades, y a ser la primera persona en obtener el título de Certified Protection Professional (CPP), otorgado por ASIS International, la organización más grande del mundo de profesionales en este ámbito.

Su experiencia incluye la gestión de riesgos, servicios de vigilancia, transporte de valores, sistemas de evacuación de emergencia, protección de

vidas, detección y extinción de incendios, entre otros.

Este año, Dominican Watchman National celebró su 50 aniversario, y Houellemont destacó que el grupo ya cuenta con más de 3,300 colaboradores y ha establecido oficinas en 15 provincias del país.

Dijo, además, que en los últimos dos años han realizado una inversión superior a los 550 millones de pesos en innovaciones tecnológicas y mejoras de infraestructura.

UN PUENTE PARA OTRAS

Como presidenta de la Cámara de Comercio y Producción de Santo Domingo (CCPSD) para el período 2023-2025, Houellemont se propone seguir impulsando el liderazgo femenino en el ámbito empresarial.

“Estamos trabajando en certificar a la Cámara como una institución con igualdad de género a través del sello Igualando RD. Es un proceso que toma su tiempo, pero estamos adaptando las políticas internas para que la Cámara sea un espacio donde las mujeres tengan igualdad de oportunidades y desarrollo profesional”, destaca.

Otra iniciativa que impulsó desde su llegada a la institución fue la creación del directorio Mujer-Es, un catálogo

de alrededor de 32,000 empresas en las que la participación accionaria de las mujeres supera el 51 %.

Con esta plataforma se busca crear más oportunidades para las empresarias, otorgándoles mayor exposición y facilidad para ser encontradas.

“Ese directorio está disponible para todos aquellos que quieran implementar programas de acciones afirmativas y trabajar para el empoderamiento económico femenino”, señala.

Houellemont es la segunda mujer en dirigir la CCPSD, una organización con más de 165 años de existencia, lo que la convierte en la más antigua de América Latina. Por ello, ella reconoce la necesidad de seguir abriendo espacios para que otras mujeres logren ascender a posiciones de liderazgo. Para ella, ese es precisamente el rol de una Mujer Poderosa.

“Para mí, una Mujer Poderosa es aquella que está posicionada en lugares de influencia, donde puede tomar decisiones, y utiliza ese espacio para promover que más mujeres lleguen a esos mismos lugares”, opina.

Houellemont señala que, aunque en el país muchas mujeres están allanando el camino para que otras alcancen puestos de poder, la mujer dominicana, por iniciativa propia, se está



preparando con esa visión y alimenta sus aspiraciones de líder. Lo importante, dice, es que cuando llegue la oportunidad se atrevan a asumir el reto con la convicción de que lo harán de la mejor manera posible.

Como muchas mujeres en cargos exigentes, Houellemont enfrenta el desafío de equilibrar sus responsabilidades profesionales con las demandas de su vida personal, especialmente en lo relacionado con su familia. Justo en

medio de esta entrevista, tenía la urgencia de asistir a un compromiso familiar. Su fórmula en estos casos es priorizar lo más importante del día y contar con una red de apoyo que le brinde soporte en todos los aspectos.



DENISE NÚÑEZ
Médica

Pediatra intensivista dominicana que reside en la ciudad de Nueva York, donde desarrolla proyectos para lograr que sea equitativo el acceso a la salud de las comunidades de inmigrantes latinos del Bronx, Estados Unidos. Además, lidera la fundación Niños de la Caridad, que se dedica a orientar a jóvenes para que desarrollen el liderazgo.



THAIS HERRERA
Alpinista

Es la primera dominicana en completar el reto de escalar las 7 summits (los picos más altos de los cinco continentes y de los dos polos del mundo). Este año subió a la cima de la montaña Everest y la Pirámide de Carstenz, esta última es la cima más alta de Oceanía, para completar esa hazaña. Thais, triatleta y filántropa, estudió ingeniera industrial y se desempeña como directora general de Asertiva Outdoor Education.



BIANKA PÉREZ
Jueza

Es la primera dominicana en ser nombrada jueza asociada del Período de Apelaciones de la Suprema Corte de Justicia para el Primer Departamento de Nueva York, Estados Unidos, con jurisdicción sobre los distritos primero (Manhattan) y duodécimo (Bronx). También es profesora adjunta en Monroe College e imparte cursos sobre justicia penal.



MARILEIDY PAULINO
Velocista

Este año ha sido el más brillante de su trayectoria como corredora de 400 metros planos. Marileidy se convirtió en la primera dominicana en obtener medalla de oro en unos Juegos Olímpicos, durante el evento celebrado recientemente en París, Francia. Esa presea se suma a las dos medallas de plata que logró en su debut olímpico, en Tokio 2020. Además, este año ganó todas las seis carreras de la Liga Diamante y la de Athlos, en Nueva York.



PATRIA RIVAS
Bioanalista

Experta en inmuno-genética y biología molecular. Fundadora de Laboratorios Patria Rivas, desde donde ha sido una de las principales contribuyentes al desarrollo del bionálisis y al estudio de los marcadores genéticos en República Dominicana, siendo pionera en el país, e incluso en Latinoamérica, en muchas áreas de implementación.



BETTY GERÓNIMO
Servidora pública

Empresaria y política que este año se convirtió en la primera alcaldesa del municipio Santo Domingo Norte, obteniendo el 55% de los votos. Antes de esa posición, fue diputada por la provincia Santo Domingo (2020-2024). Comenzó su carrera política en el ámbito comunitario, enfocándose en temas sociales y de desarrollo local. Preside la Fundación "Plan de Acción Social Solidaria" (PASOS), que procura el bienestar de niños con discapacidad física y ancianos de escasos recursos.



ZUMAYA CORDERO
Productora de cine

Se desempeña como directora de la cadena de salas de cine Caribbean Cinemas. A lo largo de su trayectoria, Zumaya ha trabajado para expandir y modernizar la experiencia cinematográfica en la región. Impulsa diversas iniciativas para promover el cine caribeño, incluyendo la organización de festivales y eventos que destacan películas locales e internacionales.



DIOMARES MUSA
Mercadóloga

Es la vicepresidenta de Mercadeo y desarrollo de productos de la aseguradora Grupo Humano. Tiene una trayectoria profesional de más de 25 años en la que se ha desempeñado exitosamente en distintas industrias, ocupando posiciones de dirección en las áreas de Venta y Servicio, Productos y Mercadeo, liderando importantes proyectos de crecimiento y transformación de negocios.



LISSETTE DE JESÚS
Finanzas

Como vicepresidenta ejecutiva de Finanzas y Contraloría de Banco Popular y Grupo Popular, colabora en el desarrollo y medición de planes estratégicos, asegurando su cumplimiento mediante presupuestos y reportes financieros. Desde finanzas y contraloría, promueve el cumplimiento de la regulación bancaria y buenas prácticas contables, garantizando la calidad de la información financiera ante auditores, reguladores y consejo de administración.



JOSELLYN CRUZ
Economista

Se desempeña como administradora de fondos en Excel. Tiene más de 15 años de experiencia como asesora de inversiones en áreas de finanzas, sector inmobiliario y seguros. Josellyn es licenciada en Economía con postgrado en Finanzas Corporativas y maestría en Comercio Internacional.



FARIDE RAFUL
Abogada y política

Tiene a su cargo ejecutar las políticas públicas para la seguridad ciudadana, en su rol como ministra de Interior y Policía. Antes de ese cargo se desempeñó como diputada y senadora. Faride destacó por su firmeza y disciplina en el trabajo legislativo. Ha levantado su voz para defender los derechos fundamentales de las mujeres, niños y niñas, motivando acciones para enfrentar la violencia y asegurar la protección de la población vulnerable.



ICELSA DIAZ
Tecnología

Como directora de Desarrollo de Negocios Fintech de Mastercard ha desarrollado proyectos innovadores para crear infraestructuras que permitan una comunicación segura en su sector. Participa de la iniciativa Girls4Tech, una comunidad que impacta a 2.5 millones de niñas alrededor de 56 países, ayudándolas a desarrollar sus habilidades para la Criptología, la detección de fraude, la ciencia de datos y otros. Proyectan impactar a 5 millones de niñas en 2025.



CAROLINA SERRATA
Servidora pública

Es la titular de la Dirección General de Información y Defensa de los Afiliados a la Seguridad Social (Dida), desde donde aporta al desarrollo del Sistema Dominicano de Seguridad Social. Abogada de profesión, con máster de grado en Derecho Procesal Penal y en Ciencias Políticas, áreas en las que ha adquirido experiencia en litigios, en materia Penal, laboral, civil, comercial, derecho de familia y derecho electoral.



KARINA CORTORREAL
Filántropa

Abraza la misión de enaltecer y promover la moda y el arte dominicano. Creadora de la plataforma sin fines de lucro denominada Indó Mita, que apoya la exposición de proyectos de diseñadores emergentes y artistas de la moda, con la intención de elevar sus marcas y potenciar el desarrollo de su carrera.



RAQUEL PEÑA
Servidora pública

Académica con especialidad en educación, finanzas, negocios, emprendimiento e innovación. Desempeña su segundo periodo como vicepresidenta de la República Dominicana. Está encargada del Gabinete de Educación, a la vez que supervisa programas clave del Gobierno, como el Plan de seguridad ciudadana. En el periodo anterior fue la coordinadora del Gabinete de Salud y del Gabinete de Promoción de Inversiones.



SANTA CESARINA FABIÁN
Trabajadora social

Más de veinte años dedicada a labores filantrópica que proveen bienestar y una vida digna a personas vulnerables. Ha impactado la vida de miles de personas con su trabajo como presidenta de Hábitat para la humanidad, reuniendo recursos para proveer a personas de escasos recursos una vivienda segura.



CELESTE YANET JIMÉNEZ
Policía

Al frente de la Dirección Especializada de Atención a la Mujer y Violencia Intrafamiliar de la Policía Nacional, desde 2020, Yanet lidera programas de protección que han impactado alrededor de 30,000 mujeres que han sufrido agresiones. Ella es arquitecta, una profesión que le abrió las puertas de la uniformada como educadora y la hizo parte de sus filas desde hace tres décadas.



ROSA BONETTI DE SANTANA
Activista ambiental

Como presidenta de la Fundación Propagas impulsa acciones para la preservación del medioambiente y contribuye al mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades y el entorno natural. Desarrolla programas de educación ambiental en escuelas, que han tocado la vida de más de 15,000 jóvenes

MUJERES PODEROSAS



ELENA VILLEYA
Empresaria

Ha liderado los gremios empresariales más influyentes del país, posiciones desde donde ha impulsado acciones para el desarrollo sostenible y el fortalecimiento del sistema educativo nacional. Como presidenta de Interquímica y de otras empresas familiares, ha dejado ver su extraordinaria capacidad de estrategia y líder.



KATHLEEN MARTÍNEZ
Antropóloga

Lidera en Egipto la expedición más grande realizada nunca antes para encontrar la tumba de Cleopatra. Recientemente inició una nueva etapa de excavaciones submarinas en Taposiris Magna, de la que ya reporta hallazgos de nuevas estructuras.



LEIDY BLANCO GARCÍA
Abogada

Es la coordinadora de la Comisión de Justicia del movimiento cívico Participación Ciudadana. Levanta su voz a favor de la defensa de los derechos de los ciudadanos. Trabajó en el marco del Consejo Económico y Social, para la reforma de Ley 20-23 de Partidos Políticos, demandando el cumplimiento de la cuota de participación y procurando que la normativa fuera una herramienta que garantice la participación real de las mujeres en política.



MARIELIS RAMOS
Empresaria

Recibió de manos del presidente de la República la Medalla al Mérito de la Mujer Dominicana por el éxito de su empresa Hair Plus, a través de la cual impulsa el empoderamiento económico femenino, dando oportunidad a más de 600 mujeres en su red de ventas. Su labor filantrópica ha beneficiado a más 5,000 niños, con aportes escolares. Hair Plus cuenta con más de 30 productos, comercializados en 30 países del Caribe, Latinoamérica, Norteamérica y Europa.



YUBO FERNÁNDEZ
Artista

Actriz, productora y directora de documentales y cortometrajes, escritora, pintora. Usa el arte en diversas manifestaciones como medio para desarrollar campañas de concienciación sobre el respeto a niñez, los derechos humanos y la vida sin violencia. su propuesta “Ni una más”, que a través del arte ha encaminado un alto a la violencia de género.



MILLIZEN URIBE
Periodista

Es una de las voces jóvenes más potente del periodismo de opinión, que destaca por sus planteamientos en temas relacionados a los derechos humanos y empoderamiento femenino. Se desempeña como subdirectora del Periódico Hoy digital, a la vez que participa en programas de radio y televisión. Además, forma parte de la junta directiva de ProFamilia, una organización sin fines de lucro que trabaja por la salud integral de las mujeres.



REYNA ECHENIQUE
Abogada

Consultora legal inmobiliaria. Es la fundadora y CEO de Echenique Group Real Estate, desde donde impulsa un nuevo concepto de venta inmobiliaria que transforma el sector. Además, interesada en la educación, creó una academia especializada en formar agentes inmobiliarios con enfoque legal. Se dedica principalmente al área de segunda vivienda e inversiones turísticas inmobiliarias.



LILIANA PERELLÓ
Educadora

Directora y fundadora de LP Consultoría educativa, de un alto nivel de impacto en el sector educativo público y privado en la formación de docentes, creación de programas formativos y asesorías educativas en general. Ha coordinado e impartido más de 8 diplomados dirigidos a diversas regionales educativas con participantes de todo el territorio nacional, becados por instituciones como Inafocam y Usaid a nivel nacional.



DOMINIC ABUD
Servidora Pública

Como presidenta del Foro de Ciudades Portuarias, su influencia se extiende regionalmente, impactando en el desarrollo económico y urbano. Dominic es la única mujer en administrar el principal puerto de la República Dominicana, el Multimodal Caucedo, por más de dos años; además de haber sido administradora del Aeropuerto Internacional Las Américas, del puerto de Santo Domingo y otras áreas tradicionalmente lideradas por hombres.



YAMILY LÓPEZ
Administradora de empresas

Es la primera mujer que se desempeña como gerente general de la Refinería Dominicana de Petróleo, una de las más grandes empresas públicas del país, liderando una nueva era de inversiones en ese sector. También, ha ocupado la posición de directora ejecutiva en la Cámara Minera Petrolera de la República Dominicana y en la Asociación Dominicana de Constructores y Promotores de Viviendas.



PAOLA ALVARADO
Diseñadora de interiores

CEO de Paola Alvarado Design Group, una oficina de diseño de interiores de la que ya ha abierto oficinas en Santo Domingo y Punta Cana. Actualmente, está afinando los detalles para abrir su tercera sucursal en la ciudad de Miami, Estados Unidos. Intrépida e innovadora, creó el primer show de diseño de interiores en el país, abriendo las puertas a un nuevo concepto en ese sector.



MÓNICA DESPRADEL
Artista y Filántropa

Es una destacada bailarina clásica y contemporánea, coreógrafa, empresaria artística y filántropa. Mónica es creativa y solidaria. Inspirada en su hijo Sebastián de Jesús, creó la Fundación Nido para Ángeles, abrazando así la misión de contribuir, a través de programas especializados, con el bienestar, calidad de vida e independencia de niños, niñas y adolescentes con parálisis cerebral.



CIBELES JIMÉNEZ
Economista

Fundadora y CEO de la Compañía Ribels SRL y directora ejecutiva del Club de Gestión de Riesgos de República Dominicana, una asociación innovadora que reúne a los gestores de riesgos del sistema financiero local y regional. Cibeles posee más de 15 años de experiencia en el sector financiero, ocupando funciones directivas, logrando implementar sistemas de gestión integral de riesgos de nuevas entidades del sector.



ANDREA FIGUEROA
Empresaria

Es la fundadora y CEO de Andrea Hair Center, una red de más de 20 salones de belleza que representan fuente de empleo para cientos de mujeres en el país. Además, es la fundadora de una academia de belleza y un despacho de abogados. Andrea impulsó la creación de la Asociación de Profesionales de la Belleza (Unibella), con la misión de apoyar la capacitación y el progreso económico de las emprendedoras del sector.



YERENNA ÁLVAREZ
Estratega

Con más de 17 años de experiencia en negocios internacionales y comunicación corporativa, Yerenna acumula una vasta experiencia que le permite manejar situaciones complejas y liderar proyectos de gran envergadura para empresas multinacionales. Como parte del equipo de directores de la agencia de comunicaciones NewLink, ha liderado campañas trascendentes que recibieron premios internacionales, como Effie Awards.



CHADIA ABREU MAÑÓN
Abogada

Esta especialista en regulación energética es asesora de energías limpias y soluciones climáticas del Ministerio de Energía y Minas de República Dominicana. Es de las pocas dominicanas con licencia para ejercer el derecho en California, Estados Unidos. Este año se convirtió en la primera dominicana en moderar un foro en la Agencia Internacional de Energías Renovables (IRENA), celebrado en los Emiratos Árabes Unidos.



AMARILYS DURÁN
Abogada

Es CEO y fundadora de Durán Salas Asociados y presidenta de la Federación de Mujeres Empresarias de República Dominicana, espacios desde los cuales sirve de mentora a otras mujeres y apoya programas que aportan al desarrollo del emprendimiento femenino. Además, hace 15 años creó la Fundación Vida Sin Violencia, con el objetivo de trabajar en contra de la violencia intrafamiliar y de género.



LUISA YASIRIS GUZMÁN
Abogada y filántropa

Su pasión es el servicio social, a través de la Fundación Tócate RD, la cual creó y preside con el propósito de gerenciar una casa de acogida para pacientes de cáncer, a quienes provee todo lo necesario para que puedan recibir el tratamiento que necesitan. Además, es gerente general de Marketing y Negocios del Patronato Cibaeño contra el Cáncer.



ODIL MORILLA PUIGVERT
Empresaria

Promueve y desarrolla acciones para impulsar el progreso económico y social, en su natal provincia La Vega. Como presidenta de la Cámara de Comercio de La Vega apoya la participación femenina en los sectores productivos, a través de capacitaciones, celebraciones de ferias de empleos y comerciales. Además, se desempeña como vicepresidenta de la empresa familiar Farmacias El Sol.



YUDITH FÉLIZ PÉREZ
Abogada

Abogada especialista en derecho migratorio para Estados Unidos, Europa y Canadá. Su trabajo ha sido reconocido en escenarios internacionales, como el que recibió recientemente por parte del consulado de New Jersey. A través de los medios de comunicación y las redes sociales ofrece orientación a la ciudadanía sobre temas migratorios. También es presidenta de la Fundación Amanda Valeria, donde ayuda a bebés prematuros y a sus madres a salir adelante.



ROMMY GRULLÓN
Mercadóloga

Con más de 30 años de experiencia en el posicionamiento de productos capilares y de belleza, Rommy es un referente en ese sector. Combina su rol de directora de mercadeo y relaciones públicas del laboratorio de fórmulas capilares Star Products con el de presidenta del Clúster de la belleza, impulsando desde ambas posiciones el empoderamiento femenino.



GREICY ROMERO
Abogada

Forma parte del Pleno de Comisionados de la Comisión de Defensa Comercial y Medidas de Salvaguardia. Ha jugado un rol relevante en la regulación de prácticas comerciales justas y la implementación de medidas de salvaguardia y antidumping, impactando directamente en la protección del mercado, la producción local y la competencia leal. Influye en decisiones clave de políticas públicas, en áreas como la justicia y la calidad industrial.



ANYARLENE BERGÉS
Abogada

Vicepresidenta de Relaciones Institucionales, Comunicación y Sostenibilidad de Inicia. Tiene una participación activa y relevante en los gremios empresariales de mayor influencia del país, lo cual aprovecha para impulsar proyectos que generan empleo y desarrollo sostenible. Además, ha contribuido a la implementación de modificaciones regulatorias y de políticas públicas que apoyan el crecimiento y la estabilidad empresarial.

MUJERES PODEROSAS



YERMI DISLA
Empresaria

Gerente general de NDC Autos desde hace 20 años, siendo de las primeras mujeres pioneras en la venta de vehículos, adquiriendo así una reconocida y destacada reputación en este mercado. Ha trabajado por más de 12 años en el sector de seguros, obteniendo varios reconocimientos. que la ha convertido en punto de referencia como ejemplo para otras mujeres, que quieren contribuir en el desarrollo económico y social del país.



ELY ENCARNACIÓN
Servidora pública

En su función de subdirectora general de Migración cumple con la responsabilidad de mejorar los procesos y simplificar los trámites, ser el enlace con el sector empresarial y coordinar la escuela de formación de la Dirección General de Migración. Creó la plataforma “Política en Tacones”, con el objetivo de impulsar el empoderamiento femenino en el ámbito político, ofreciendo asesorías en comunicación para mujeres candidatas.



YESSELY LÓPEZ
Mercadóloga

Creadora de plataformas como EBE, FOA e Impacta, que contribuyen a la formación de una industria del marketing y la publicidad más innovadora, sostenible e inclusiva. Impacta es una plataforma global que no solo transforma el papel de las marcas y los medios en la sociedad, sino que también ha brindado un espacio significativo para que mujeres líderes y profesionales influyentes se unan y compartan sus perspectivas.



SOFIA PERAZZO
Estratega de sostenibilidad

Es la VP de Sostenibilidad de Tropicalia y preside la Fundación Tropicalia, desde donde lidera un plan de manejo de la biodiversidad, políticas de contratación y decenas de procedimientos ambientales y sociales, como la prohibición del uso de foam en la cadena alimenticia de los trabajadores de la construcción y la inclusión social y económica de las comunidades. Impulsa el empoderamiento y liderazgo de niñas de Miches, con su rol de entrenadora de fútbol.



GISSELLE LEGER
Abogada

Además de dirigir los asuntos legales de AES Dominicana, Giselle colabora con las relaciones gubernamentales. Desde su posición asiste a la alta gerencia en la planificación estratégica de los negocios del grupo. Posee una amplia experiencia en todo el ámbito de generación de energía. Dirige las áreas corporativa, litigios y regulatorio, con una participación activa. Es miembro del Consejo de Administración de AES Andes, Santiago de Chile.

Mujeres que revolucionan el mercado de valores dominicano

El sector financiero de República Dominicana, históricamente dominado por hombres, ha visto en los últimos años una transformación radical, impulsada en gran parte por mujeres que han demostrado tener las capacidades para liderar y romper los esquemas en áreas clave como tecnología, trading y auditoría.

En el mercado de valores dominicano, esta revolución es evidente, con un creciente protagonismo femenino en roles gerenciales y de alta responsabilidad, destacado por su innovación, visión estratégica y ética profesional. Otro dato relevante es que cerca del 50% de las cuentas personales en el mercado de valores registradas en CEVALDOM (Depósito Centralizado de Valores) pertenecen a mujeres, lo que refleja un cambio en los paradigmas tradicionales y un avance hacia la inclusión en esta área.

Alpha Inversiones es un ejemplo destacado de este cambio. Con un 66% de mujeres en su plantilla y un 30% de ellas en cargos gerenciales, el liderazgo femenino ha sido un motor para su crecimiento. Las mujeres en Alpha han sabido equilibrar habilidades técnicas y humanas, influyendo positivamente en su estructura interna y contribuyendo a un entorno colaborativo que promueve la excelencia y la integridad.

Tres figuras clave en esta transformación son Alejandra Bonnelly, Carol Then y Laura Del Villar, quienes han aportado desde sus distintas áreas a la evolución del mercado.





Alejandra Bonnelly,
Trader.

Alejandra Bonnelly, economista y con una maestría en Finanzas de ESADE, ingresó al mercado de valores en 2018. Su pasión por enfrentar retos la ha impulsado a contribuir en el desarrollo de un sector en constante cambio. Su motivación inicial para incursionar en el mundo bursátil fue su interés por los retos y lo desconocido. Para Alejandra, el mercado de valores en desarrollo del país representó una oportunidad única para salir de su zona de confort. A pesar de los obstáculos, cree que, con formación y perseverancia, cualquier mujer puede tener éxito en lo que se proponga, siempre y cuando se sienta capaz.

Carol Then, ingeniera en Sistemas de Computación, inició en el mercado de valores en 2007 como soporte técnico. Su dominio de sistemas tecnológicos la



Carol Then, Gerente de Tecnología.

convirtió en un referente en la evolución del sector financiero dominicano. Para ella, uno de los mayores desafíos en su rol ha sido equilibrar las exigencias de mantenerse actualizada en temas financieros y tecnológicos, sin descuidar las responsabilidades personales, como el tiempo con su familia. No obstante, ella siempre ha enfatizado la importancia de la persistencia, el enfoque y la disciplina como elementos clave del éxito. Señala que “si crees que puedes, ya habrás recorrido la parte más difícil del camino”.

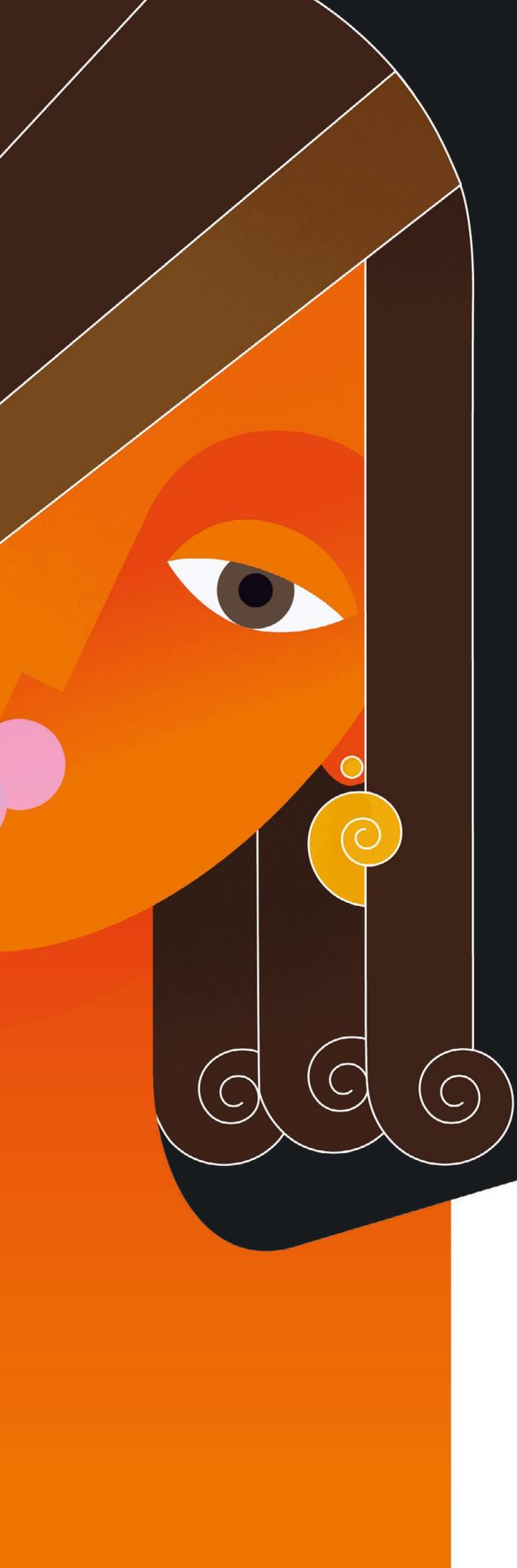
Laura Del Villar, administradora de empresas con una maestría en Dirección Financiera y certificada como Auditor Interno (CIA), se unió a Alpha Inversiones en 2010. Laura se sintió cautivada por Alpha desde su primera entrevista, con la visión innovadora y las palabras



Laura Del Villar, Gerente de Auditoría y Cumplimiento Regulatorio.

inspiradoras de los directores, que evidenciaron desde ese primer encuentro una cultura de equipo disruptiva y dinámica. Desde entonces, su motivación ha sido contribuir a la evolución del mercado a través de una gobernanza inclusiva con perspectiva de género. Para ella, es fundamental fomentar una cultura organizacional diversa y participativa, que permita a las mujeres desplegar todo su potencial en roles de liderazgo.

El liderazgo femenino en Alpha y el mercado de valores ha impulsado la inclusión en el sector, creando un entorno financiero más equitativo. La innovación y visión estratégica de mujeres como Alejandra, Carol y Laura muestran que el futuro está en manos de líderes comprometidas, capaces de romper barreras y fomentar un mercado más dinámico y diverso.



FORO

MUJERES PODEROSAS DE REPÚBLICA DOMINICANA

10 DICIEMBRE

SAVE THE DATE

REPÚBLICA DOMINICANA
Forbes

info@forbes.do



HODELPA NICOLAS DE OVANDO

EMBLEMATIC HOTEL

Calle Las Damas, Ciudad Colonial
Santo Domingo, República Dominicana

DESCUBRE EL LUJO HISTÓRICO

EN LA CIUDAD COLONIAL DE SANTO DOMINGO

T 809.685.9955 - WhatsApp: 849.455.9729

Email: resnicolasdeovando@hodelpa.com

www.hodelpanicolasdeovando.com

   @hodelpanicolasdeovando

HODELPA HOTELS
UNIQUE HOTELS - GREAT DESTINATIONS

SANTO DOMINGO • COLONIAL CITY • JUAN DOLIO BEACH • SANTIAGO • PUERTO PLATA

**ADRIANA RUANO MEDALLA DE ORO TIRO AL PLATO
PARÍS 2024**

UNA MENTE DE ORO

**NO ES SÓLO TALENTO O PREPARACIÓN FÍSICA: PARA GANAR
UNA MEDALLA OLÍMPICA ES NECESARIA MUCHA CAPACIDAD MENTAL.
ASÍ LO CONSIGUIÓ ADRIANA RUANO.**

“

Tú tenés el poder y el control de romper este plato”, se dijo a sí misma Adriana Ruano, cerrando los ojos antes del disparo que podía hacer historia para su país. Detrás de ella, en la grada, Jean Pierre Brol, medallista de bronce el día anterior en la misma disciplina, su entrenador Pedro Martín Fariza y su psicólogo deportivo Ricardo González la observaban, conscientes de la larga batalla personal y deportiva que precedía a ese momento. Segundos después, el plato se rompió en pedazos, asegurando la primera medalla de oro olímpica para Guatemala. La italiana Silvana Stanco, en segunda posición, ya no podría alcanzar esa marca.

Ruano no mostró ninguna emoción; aún le quedaban cuatro disparos y el récord olímpico estaba al alcance de su mano. Sin embargo, la presión la traicionó en los dos siguientes platos, fallando en ambas ocasiones. Había dejado atrás en la clasificación a sus principales rivales, incluida la número uno del ranking mundial, la española Fátima Gálvez. Ahora, la batalla era consigo misma.

Cerró los ojos de nuevo, repitió en silencio esa frase y disparó una vez más. El pequeño plato rojo, de 11 cm de diámetro que volaba a 120 km/h, se pulverizó en el aire. Ruano había roto el récord olímpico que hasta entonces pertenecía a la eslovaca

MENTES GANADORAS

“

LA RESILIENCIA
HA SIDO CLAVE
Y ES UN VALOR
QUE ME
ACOMPAÑARÁ
SIEMPRE EN
TODOS LOS
ASPECTOS
DE MI VIDA”



Zuzana Reháková. Todavía le quedaba un disparo para concluir su participación en la final olímpica de París 2024.

Como si fuera el primero, se preparó siguiendo su rutina: respiró hondo, repitió su mantra, cargó su escopeta calibre 12, se colocó en posición y, antes de que alcanzara una distancia de más de 70 metros, le atinó al último plato, sumando 45 aciertos sobre un total de 50. Su nombre quedaría inscrito en las páginas de la historia deportiva mundial en la disciplina de foso (trap) femenino.

En esa final olímpica del 31 de julio no hubo lugar para la suerte o el azar. El tiro deportivo exige precisión y consistencia, promoviendo habilidades como la disciplina y el autocontrol. El éxito es un proceso meticuloso que requiere no sólo habilidad física, sino una mentalidad inquebrantable y una planificación estratégica, señala Adriana Ruano, quien batió el récord establecido en Tokio 2020 al conseguir combinar estos elementos hasta el último disparo.

UNA LECCIÓN DE RESILIENCIA

A sus 29 años, los de París fueron los segundos Juegos Olímpicos en los que participó Adriana Ruano, un sueño que empezó a muy temprana edad, inspirada por la gimnasta Luisa Fernanda Portocarrero, referente del deporte olímpico para Guatemala. Aunque inició en el ballet, pronto descubrieron su talento para la acrobacia y la animaron a dedicarse a la gimnasia artística. Así, comenzó a entrenar en la Federación Nacional de Gimnasia de Guatemala y rápidamente se unió a la selección nacional, destacándose siendo aún muy joven.

Desde ese momento, su crecimiento como atleta comenzó tanto desde una perspectiva física como psicológica. Antes de cumplir los 10 años, ya ocupaba los primeros lugares en salto y all around en las Copas Panamericanas de 2004 y 2005. El deporte, siempre su gran pasión, le enseñó valiosas lecciones de vida. Sin embargo, a los 16 años, enfrentó una de las pruebas más duras para un atleta: una lesión en las



EL ÉXITO ES UN PROCESO METICULOSO QUE REQUIERE NO SOLO HABILIDAD FÍSICA, SINO UNA MENTALIDAD INQUEBRANTABLE Y UNA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA”

vértebras le impidió competir en un clasificatorio para los Juegos Olímpicos de Londres 2012, truncando su sueño por primera vez.

Este golpe también puso fin a su carrera en la gimnasia artística por recomendación médica, una adversidad de la que pocos deportistas logran recuperarse. Fue entonces cuando Rodrigo Zachrisson, tirador y amigo de su hermano, le sugirió a Ruano probar el tiro deportivo, una disciplina que podría practicar a pesar de su lesión.

Sin conocer siquiera la existencia de este deporte, al aceptarlo, Ruano tomó la decisión más importante de su carrera: dedicarse a una disciplina



EL TRABAJO CON MI PSICÓLOGO FUE ESCENCIAL PARA MI CRECIMIENTO”

A pesar de todo, tuvo la determinación de cumplir el sueño que había compartido con su familia desde la infancia y debutó en los Juegos Olímpicos el 27 de julio de 2021. Sin embargo, después de dos días de competencia, finalizó en el puesto 26, lejos de sus expectativas. Su rendimiento fue irregular, y al terminar Tokio se sintió vacía y desmotivada: “No me reconocía anímicamente. Ha sido de mis peores etapas. Pensé en abandonar el tiro”, confiesa en esta entrevista con FORBES.

No lo hizo. El camino hacia París 2024 apenas comenzaba.

CONSTRUIR UNA MENTALIDAD GANADORA

Tras su participación en los Juegos Olímpicos de Tokio, Adriana Ruano sabía que clasificar para París 2024 requeriría un esfuerzo monumental, especialmente en el aspecto psicológico. Sus metas estaban desdibujadas y necesitaba reencontrar su propósito. “Tuvimos que empezar paso a paso”, recuerda. Su psicólogo deportivo le planteó preguntas fundamentales: “¿Por qué estás aquí? ¿Qué te motiva? ¿Por qué tienes ese sueño? ¿Quién eres?”

Dos meses antes de Tokio, Ruano había comenzado a trabajar con el chileno Ricardo González. Su enfoque iba más allá de la activación cognitiva, el trabajo visual y la coordinación oculomotora; se centraba en la psicología clínica, integrando el crecimiento personal con el deportivo. “Es un trabajo que los atletas suelen comenzar desde muy jóvenes. A mí me tocó empezar en ese momento. Esa fue la clave para

nueva por la que desarrollaría una pasión igual de profunda que la que tenía por la gimnasia.

El pequeño plato al que disparaba durante los entrenamientos se convirtió en su terapia para superar la depresión. Al romperlo, veía su propia frustración hacerse pedazos, lo que la motivaba a seguir adelante. Con la disciplina que la caracteriza y un talento excepcional, según sus entrenadores, en pocos años Ruano ya competía en un Campeonato Mundial de Tiro y comenzaba a ganar medallas internacionales para Guatemala. En algo más de cinco años, logró clasificar para los Juegos Olímpicos, asegurando su

participación en Tokio 2020. Su sueño se iba a hacer realidad.

La pandemia de Covid-19 llevó al Comité Olímpico Internacional y al Comité Organizador de Tokio 2020 a aplazar la competencia un año, un hecho sin precedentes que afectó profundamente la preparación física y mental de los atletas. Unas semanas antes de la inauguración de los Juegos, Adriana Ruano sufrió una pérdida personal devastadora: la muerte de su padre, un golpe que la afectó profundamente. Su familia siempre había sido su mayor apoyo, y este suceso puso a prueba su fortaleza emocional. “Fue un sube y baja de emociones”, recuerda.

mi crecimiento en el ámbito deportivo. Los años siguientes fueron muy complicados”, confiesa Ruano.

Con sólo tres años para prepararse para París 2024, la planificación era de crucial importancia. Sin embargo, nuevos obstáculos se presentaron en su camino. En 2023, la Federación Deportiva Nacional de Tiro de Guatemala dejó a sus atletas sin entrenador y con recursos limitados. Durante este difícil periodo, Ruano encontró apoyo en sus compañeros, Jean-Pierre Brol y sus hermanos, quienes también enfrentaban la misma situación. “El trabajo en equipo fue clave; entre los cuatro nos apoyamos mutuamente. Tuvimos que ser creativos y buscar maneras de salir adelante”, explica.

El apoyo a distancia de su entrenador, el español Pedro Martín Fariza, también fue fundamental. “Tengo mucho que agradecerle, porque, a pesar de la distancia, nos daba indicaciones y una programación de trabajo. No era lo mismo que tenerlo presente, pero nos ayudó mucho”.

Poco antes de los Juegos Panamericanos 2023 en Santiago de Chile, el equipo de tiro recuperó a su entrenador. En esta competencia, dos tiradoras guatemaltecas, Adriana Ruano y Ana Waleska Soto, alcanzaron por primera vez el oro y la plata, respectivamente. Sin embargo, no ondeó la bandera de Guatemala ni se escuchó su himno, debido a una sanción impuesta en 2022 por el Comité Olímpico Internacional al Comité Nacional. Los atletas guatemaltecos participaron como deportistas independientes bajo la bandera neutral de Panam Sports. La sanción fue levantada pocos meses antes de los Juegos Olímpicos.

Sin embargo, la clasificación de Adriana Ruano para París 2024 estaba asegurada. Sus posibilidades de una medalla olímpica iban en aumento.

“Lo que ha definido este último año, fundamental para que se diera este resultado, ha sido la planificación. Una semana después de ganar los Juegos Panamericanos, nuestro entrenador se



CRISTIAN MONTEROSO

reunió con nosotros para planificar los meses previos a los Juegos Olímpicos”, comenta Ruano. Su entrenamiento se dividió en fases: la primera, centrada en los detalles de su preparación, incluida la mental; la segunda, enfocada en obtener buenos resultados en competencias estratégicas; y la tercera, para mantenerse en condiciones óptimas sin llegar sobrecargada a París. Esta planificación detallada permitió a Ruano tocar la capital francesa en su mejor momento, lista para competir por una medalla.

Ruano llegó a la final en el campo de tiro de Châteauroux con una estrategia clara. Su enfoque era seguir las recomendaciones de su entrenador: “Entrar con todo desde el inicio para evitar la presión de depender de los errores de las demás competidoras”. Partió en buena posición tras una ronda clasificatoria cerrada, pero en la final no había margen de error. Una a una, sus cinco oponentes quedaron detrás de ella hasta que alcanzó los 43 puntos que le dieron la victoria.

Cuando llegó el momento de romper el récord, a pesar de un par de errores, Ruano cerró su participación con 45 puntos, asegurando no sólo la medalla de oro, sino escribiendo un nuevo capítulo en la historia olímpica. Su hazaña dejó una poderosa lección sobre la importancia de la preparación mental en el deporte de alto rendimiento. Su capacidad para superar la adversidad, mantenerse enfocada y apoyarse en su equipo y en sus propios recursos internos la llevó a lograr lo que ningún otro atleta guatemalteco había alcanzado antes.

UNA CARRERA DE OBSTÁCULOS

Adriana Ruano ha alcanzado el sueño de muchos deportistas: ganar una medalla de oro y batir un récord olímpico en su disciplina. Sin embargo, detrás de ese triunfo se esconde una carrera llena de desafíos que van más allá de la competencia deportiva. La tiradora revela las dificultades económicas y los sacrificios personales que ha enfrentado en su camino a la cima.

Respiró hondo, repitió su mantra, cargó su escopeta calibre 12, se colocó en posición y, antes de que alcanzara una distancia de más de 70 metros, le atinó al último plato, sumando 45 aciertos sobre un total de 50. Su nombre quedaría inscrito en las páginas de la historia deportiva mundial en la disciplina de foso (trap) femenino.

A menudo, los logros de los atletas se miden en medallas, récords y títulos. Pero, como señala Ruano, el éxito en el deporte de élite también es una carrera económica. En Guatemala, los recursos financieros para los deportistas no siempre son suficientes ni están bien gestionados.



EL TRABAJO EN EQUIPO FUE CLAVE. TUVIMOS QUE SER CREATIVOS Y BUSCAR MANERAS DE SALIR ADELANTE”

Adriana menciona que en varios momentos la falta de apoyo no sólo afectó su rendimiento deportivo, sino que también le impuso una carga financiera significativa al verse obligada a costear, con sus propios recursos, servicios esenciales, como un psicólogo deportivo.

El acceso a patrocinadores para los atletas en Guatemala es un desafío considerable. Desde antes de su participación en los Juegos Olímpicos de Tokio, Ruano tuvo que enfrentarse a la ardua tarea de buscar patrocinios. Aunque logró asegurar el apoyo de una empresa, el proceso fue extremadamente complicado. El patrocinio hacia los atletas es escaso, especialmente en disciplinas menos populares como el tiro deportivo.

A pesar de las dificultades, su reciente medalla de oro ha comenzado a cambiar el panorama. Algunas empresas han empezado a acercarse reconociendo su talento y potencial. Aunque este interés es bienvenido, Ruano reflexiona sobre la necesidad de un apoyo más consistente y temprano en las carreras de los atletas. “Sería muy bonito que esto se pudiera hacer desde la juventud”, expresa.

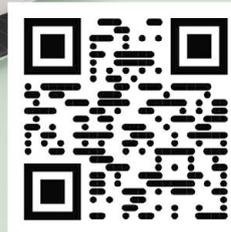
La situación actual en el tiro deportivo es un ejemplo claro de las limitaciones que enfrentan: una cancha mal ubicada que limita los horarios de entrenamiento es solo uno de los muchos problemas que requieren atención. Ruano no se ve a sí misma únicamente como atleta, sino ahora también como un agente de cambio para el deporte en Guatemala, y junto a su compañero Jean-Pierre Brol, han comenzado a abogar por mejoras en la infraestructura deportiva del país.

Además, le preocupa que muchos atletas se vean obligados a abandonar sus sueños deportivos debido a la necesidad de trabajar o estudiar: “Me gustaría apoyar a más atletas para que no tengan que pasar por lo que me ha tocado vivir”, comenta.

Al final, Adriana Ruano lo resume todo en una anécdota: “Justo después de ganar la medalla abracé a mi entrenador. Entonces, me dijo: ‘¿Recuerdas que hace dos años me preguntabas si realmente servías para esto?’ Este proceso, para mí, ha sido como salir de un hoyo profundo hasta alcanzar esta medalla. La resiliencia ha sido clave y es un valor que me acompañará siempre en todos los aspectos de mi vida”.

LEERLA ES NEGOCIO. SUSCRIBIRTE TAMBIÉN.

30% OFF



¡ESCANEA EL CÓDIGO
Y SUSCRÍBETE
EN NUESTRA WEB!

PRECIO NORMAL ~~\$948~~ | 12 EDICIONES \$ **665**

PROMOCIÓN VÁLIDA AL 15 DE OCTUBRE

Teléfono: 5520.0044 ext. 102 suscripciones@forbes.com.mx /  55.2560.7892

BLM BUSINESS LUXURY MEDIA
Forbes | RoboReport | FOOD & WINE | TRAVEL & LIFESTYLE | InStyle | ELLE

 @business_luxury_media

 business-luxury-media

Forbes

life

LIENZO PRÍSTINO

MICHES EMERGE COMO EL
NUEVO DESTINO TURÍSTICO
DE REPÚBLICA DOMINICANA,
CON PAISAJES QUE DIBUJAN
LAS ILUSIONES DE VIAJEROS
EN BUSCA DE UN LUJO
SOSTENIBLE

Por Manuel Grajales

HEREDERO NATURAL

LA BAHÍA DE SAMANÁ RESGUARDA UN DESTINO QUE PARECIERA BAJARLE EL RITMO A LA VIDA, PARA ADMIRAR CON CALMA TODO SU ENCANTO. MICHES APUNTA, ASÍ, A FORJARSE COMO EL NUEVO DESTINO TURÍSTICO DE REPÚBLICA DOMINICANA.



Los sinuosos caminos que se deslizan entre maravillosas colinas y montañas conducen hacia un paraíso que, hasta hace poco tiempo, era una auténtica gema escondida de República Dominicana: Playa Esmeralda. Este refugio natural, oculto entre infinitos cocotales,

envuelve a quienes se atreven a mirarlo y se aventuran a caminar descalzos por su arena dorada.

Aquí nace el próximo gran destino de la isla, un lugar que ya comienza a atraer todas las miradas: Miches, el heredero natural de Bávaro-Punta Cana. Éste es bordeado por kilómetros de playas vírgenes, las serenas lagunas

Redonda y Limón, y la imponente Montaña Redonda, un escenario desde donde el amanecer y el ocaso se tornan casi irreales, teñidos por tonalidades que sólo la naturaleza más pura puede ofrecer.

Las firmas hoteleras más prestigiosas ya han descubierto el futuro prometedor del rincón caribeño. Pero

más allá del lujo y la exclusividad, éste se ha convertido en el destino soñado para quienes buscan experiencias auténticas: sobrevolar sus paisajes en parapente o *parasailing*; adentrarse en comunidades que comparten sus historias con orgullo o probar los sabores locales al realizar un recorrido que involucra cacao, tabaco y ron. Todo ello, mientras descubren cascadas, como el Salto de Jalda, El Cocuyo, Salto Grande, Los Marrones, El Jobo, Los Prietos, y el Yabón.

Este pequeño paraíso costero, donde de la tierra, el mar y el viento se entrelazan, es todavía un pueblito vibrante y acogedor, en el cual las experiencias genuinas con la naturaleza se descubren al doblar la esquina. Sin embargo, sin perder su esencia, empieza a transformarse en un enclave de lujo, donde cada detalle está pensado para quienes buscan un retiro exclusivo.

“Miches es una gran apuesta de República Dominicana y va muy bien”, asegura David Collado, ministro de Turismo de aquel país. Su visión es clara: “Queremos posicionarlo como un destino sostenible, amigable con el medioambiente y que sea el más organizado en planeación territorial que tenemos.”

ELEMENTOS DISTINTIVOS

Por ello, se perfila como la nueva joya turística de la isla caribeña. Grandes cadenas hoteleras ya han puesto su mirada ahí y, para finales de 2024, se espera la apertura de nuevos complejos, entre ellos, Viva Wyndham Resort, que será el sexto hotel de este sello en República Dominicana. Además, figuras clave, como Frank Rainieri, pionero en Punta Cana, y Hyatt, con dos nuevos desarrollos, se suman al auge de este destino.

El primer Four Seasons en el territorio dominicano aportará un toque de distinción sin precedentes a Miches, afirma el ministro de Turismo. El complejo de la prestigiosa cadena



“Queremos posicionar a Miches como un destino sostenible, amigable con el medioambiente y que sea el más organizado en planeación territorial que tenemos”

DAVID COLLADO

MINISTRO DE TURISMO DE REPÚBLICA DOMINICANA



canadiense contará con 95 habitaciones y 25 elegantes residencias privadas; todas, ubicadas a unos pasos de la playa, rodeadas de un ecosistema diverso de aguas cristalinas, arrecifes de coral, manglares, lagunas, plantaciones de coco y granjas orgánicas.

Se trata de Four Season Resort and Residences Dominican Republic at Tropicalia, un complejo cuya apertura está programada para el año 2026. Este recinto promete llevar el concepto de elegancia sostenible a un nivel superior, con un diseño tropical cautivador y la mejor hospitalidad.

Estas próximas aperturas confirman que Miches está destinado a convertirse en el epicentro turístico del Caribe. “Es un nuevo destino que está creciendo con fuerza”, atestigua David Collado. **fb**

Por Manuel Grajales

Una pareja de adolescentes varones comparte audífonos mientras viaja en el metro. Esa fue una imagen que se le quedó guardada en la memoria a Alberto Fuguet, y que habría de convertirse en el punto de partida de un relato en el cual el escritor chileno se desnuda emocionalmente para mostrar el corazón y sus sentimientos.

En *Ciertos chicos*, editada bajo el sello Tusquets editores, Tomás y Clemente caminan, cada uno por su lado, por las calles de un Santiago oprimido bajo la dictadura de Pinochet, mientras sus destinos se enfilan a encontrarse. “No quería que el sexo, el acoso o la violencia fueran los únicos temas. Quería contar una historia con la que cualquiera pudiera identificarse, porque la novela no es [sobre] una relación, sino una fantasía de dos chicos que andan buscándose y ojalá se conozcan”, comenta a FORBES LIFE.

El autor confiesa que éste es el libro con el cual le hubiera gustado debutar en la literatura. “Es como si mis novelas anteriores surgieran de ésta”, reflexiona, una tranquila mañana durante la pasada edición de Hay Festival Querétaro, en México.

“¿Te conozco?”, me pregunta. “Sólo de la conferencia de prensa”, le respondo rápidamente; y agrego: “Estuve ahí”, antes de cuestionarlo sobre por qué le llevó casi seis años escribir este libro y dar forma a su final.

El proceso creativo fue, para Fuguet, una experiencia profunda, casi catártica. “Quizá viajé muy atrás en mí, en el tiempo, y volví con demasiadas maletas”, reflexiona. No fue hasta que encontró el título cuando la historia realmente tomó forma en su mente. Aunque no es una obra autobiográfica, el escritor chileno busca que el lector crea que es verdad, “es lo que llaman suspensión de la realidad. Mi meta es que sientas y recuerdes cosas”. Eso lo consigue a través de una

SIN TEMOR A LA FRAGILIDAD

EN SU NUEVA NOVELA, *CIERTOS CHICOS*, ALBERTO FUGUET SE ADENTRA EN UN VIAJE ÍNTIMO, DONDE LOS AFECTOS Y LAS EMOCIONES SE EXPRESAN SIN LIMITACIONES, EN MEDIO DE LAS SOMBRAS DE UNA DICTADURA.



“Lo que me importa es que crean que la novela es verdad; es lo que llaman suspensión de la realidad”

ALBERTO FUGUET / ESCRITOR

narrativa inundada por referentes de la cultura pop de los 80.

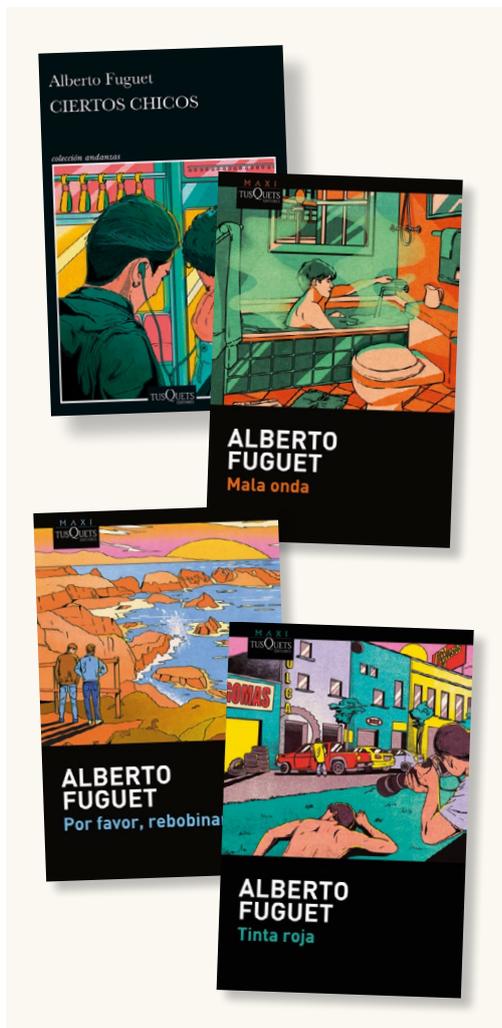
De esta forma, construyó un relato que no le teme a expresar sentimientos. Incluso, pudiera pensarse que es una historia “para chicas”, algo que al mismo autor no le molesta aceptar. “Es la primera vez que pienso en un público de lectores como: ‘Ojalá a una chica le guste’, porque, a la larga, creo que llama la atención que haya corazón. Después de vivir una época como la pandemia y el estallido social en Chile, sentí que era el momento para no tener miedo a los afectos, a la fragilidad, a las emociones”.

La novela es también un relato de los *outsiders*, los *freaks*, los *losers*, los que siempre han estado al margen. Se habla del pasado, pero mirando hacia adelante. Probablemente, agrega el entrevistado, es para que alguien le dijera a Clemente y Tomás que tenían la razón: que comprar discos de vinilo no es tan mala inversión; que a Stephen King, considerado el peor escritor de la historia (según los críticos chilenos), no le iba a ir tan mal; que películas como *Cuenta conmigo* no era una cinta desechable de fin de semana y, a pesar de que actúan puros chicos de 12 años, podía ser un clásico; y que la dictadura de Pinochet se acabaría un año después.

DE LA CRÓNICA ROJA A LA LITERATURA

Antes de ser novelista, Alberto Fuguet ejerció el periodismo y, al inicio de su carrera, estaba en la peor de las secciones, según comenta él mismo: la policiaca. Cubría asesinatos todos los días. Sin embargo, incluso en ese contexto, se esforzaba por hacer bien su trabajo, pues pensaba que algún día alguien descubriría sus artículos.

La literatura llegó a su vida por casualidad. Él quería ser el mejor periodista chileno, pero las clases en la universidad lo decepcionaron porque ahí no se leía a Truman Capote y las



“Estoy cansado de los libros que explotan las tragedias de cada país para vender”

notas sólo cubrían accidentes. Fue un maestro quien le recomendó dedicarse a escribir ficción.

“Todos mis compañeros de clase querían ser escritores... y a mí me caían mal. Pero, de pronto, sin quererlo, este profesor me salva la vida y al mes estaba en un taller de literatura”, confiesa.

Además de haber experimentado con la crítica de cine, música y cultura pop, ha publicado una

serie de libros de ficción y no ficción que incluye *Sudor*, *Sobredosis*, *Tinta roja* y *Mala onda*, entre otras, los cuales lo han situado entre los escritores latinoamericanos más influyentes en la actualidad, logrando, con ello, trascender las fronteras chilenas.

EL POP NO TIENE FRONTERAS

“Me gusta pensar que estoy rompiendo esquemas”, asegura. Y aclara que aunque *Ciertos chicos* se sitúa concretamente en Chile y en la época de Pinochet, no es un libro que interese sólo a chilenos. Critica, además, cómo algunos autores explotan las tragedias de cada país para vender libros. “Si cuentas la tragedia porque es algo que realmente viviste o sentiste, te respeto mucho; pero creo que cada país sabe lo que puede explotar”.

Afortunadamente, en las últimas décadas, los lectores de la región han vuelto a valorar más la literatura en español y Fuguet quiere aprovechar ese cambio para llegar a más públicos. Sin embargo, se resiste a escribir en un “español neutro”, como si estuviera hecho con Inteligencia Artificial. “Tampoco quiero escribir en un chileno tan atroz que nadie me entienda [más que en Chile]. No me gustaría tener algo tan neutro. Lo bueno de la literatura mexicana es que tenga algo de México”, ejemplifica.

El pop, en cambio, trasciende las fronteras. “Mi impresión es que no hay nada más mexicano que Taylor Swift... o nada más chileno que Pandora, porque, al final, el pop se vuelve parte de la identidad del país en donde se recibe”.

Antes de despedirse, el autor confiesa que no tiene claro si *Ciertos chicos* se convertirá en una saga, aunque en la historia hay un capítulo dedicado a la dislexia de los afectos, misma que, en el mediano plazo, podría ser parte de una nueva novela. Una reflexión profunda sobre la madurez y el encuentro de dos generaciones. **1**

Por Manuel Grajales

BIENESTAR A LA MANO

HUAWEI TRUSENSE SYSTEM IMPULSA HÁBITOS DE VIDA MÁS SALUDABLES, ASÍ COMO LA POSIBILIDAD DE DETECTAR CUÁNTAS EMOCIONES DESAGRADABLES SE SINTIERON DURANTE EL DÍA.

78

LIFE • TECNOLOGÍA

La inmensa e impresionante fachada de la Sagrada Familia remata el final de un largo día en Barcelona. Más de 14,000 pasos, hasta ese momento de la noche, son el indicador perfecto de una apuesta por la salud que cada vez adquiere matices de mayor preocupación por distintas personas alrededor del mundo.

Eso ya lo han percibido sellos de tecnología, como Huawei, la cual seleccionó a este destino español para mostrar sus más recientes innovaciones en smartwatches, los primeros en incorporar TruSense System, sensor capaz de medir más de 60 indicadores de salud, *fitness* y componentes de bienestar emocional.

Ahí, en la montaña de Montjuic, desde donde se aprecia la inmensidad de una ciudad que resguarda con recelo el legado de Antoni Gaudí y sus icónicas obras arquitectónicas, resonaron las palabras de Rico Zhang, presidente de Smart Wearables and Health Product Line, Huawei Consumer GB, quien aseguró que, gracias a este desarrollo, es posible detectar, de manera temprana, alguna condición que pueda afectar la salud.

“Desde mi experiencia, los indicadores de hipoxemia (bajos niveles de oxígeno en la sangre) cuando se está en áreas muy elevadas sobre el nivel del mar, pueden ser peligrosos. Por eso es importante medir la oxigenación en la sangre rápidamente, de forma que puedas identificar un riesgo y tomes alguna medida”, afirmó.



“La innovación puede ayudar a todas las personas a llevar una vida más saludable”

RICO ZHANG

PRESIDENTE DE SMART WEARABLES AND HEALTH PRODUCT LINE, HUAWEI CONSUMER GB

Son este tipo de mediciones donde la marca de origen chino está poniendo gran énfasis. Se trata no solamente de motivar a la gente a mantener un estilo de vida saludable, sino de ser capaz de monitorear los distintos sistemas del

cuerpo, como el nervioso autónomo, para determinar el ritmo cardiaco o la presión arterial.

Hasta hace poco tiempo, era complejo medir la presión arterial a través de un reloj inteligente, pues se necesita de un sustento físico para realizar esta labor. Ahora, el Watch D2 es el primer *wearable* de Monitoreo Ambulatorio de la Presión Arterial (MAPA), con lo cual se puede hacer esta medición las 24 horas del día. Con ello, la firma busca atender a otros grupos etarios, no necesariamente los más jóvenes, sino, particularmente, aquellos mayores de 40 años con problemas de hipertensión.

Por otra parte, a decir de Zhang, la nueva familia de la serie GT tiene múltiples sensores gracias a los cuales son capaces de medir la oxigenación en la sangre de forma tan exacta como un dispositivo médico. “TruSense es un vibrante sistema inteligente con el que estamos innovando constantemente, y expandiendo capacidades con la intención de tener una mejor comprensión de los sistemas del cuerpo e impulsar hábitos más saludables”.

Entre las más recientes aportaciones que pueden medirse con el Watch GT 5 destaca el “bienestar emocional”. Se trata de identificar los niveles de estrés y tres diferentes tipos de emociones que se presentan durante el día: agradable, neutra y desagradable. Así, el reloj puede recomendarles diferentes ejercicios de respiración para ayudarlos a mejorar el manejo de esas emociones. **15**

HUAWEI



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

Lo que podemos lograr
al permitirnos ser su aliado
de logística sostenible
de última milla:
**UN MUNDO MEJOR
EN CADA ENTREGA**

www.ecomensajeria.com.do
809-363-8732
@ecomensajeriard





ELEGANTE SIMPLICIDAD

La pulsera de madera dura japonesa, pulida hasta lograr un reflejo esplendoroso, destaca por sus sugerentes curvas matizadas con laca roja y negra. Elsa Peretti la diseñó para Tiffany & Co en 1986 y la convirtió en una de sus tantas piezas emblemáticas que hoy forman parte de las colecciones permanentes del Museo Británico en Londres, y otros recintos en el mundo dedicados a las bellas artes. Para entonces, Peretti ya era la leyenda que revolucionó el diseño de joyas con formas orgánicas y sensuales; debutó en el corazón de la Casa neoyorkina el 24 de septiembre de 1974 con un éxito rotundo. A 50 años de aquel hito, Tiffany & Co honra su legado con diseños de aniversario que encarnan la maestría y visión artística de quien hizo de las joyas una osada representación del genio creativo y la libertad de la mujer. **F**

Nuestra pizza

Auténtica excelencia artesanal Italiana

Producto artesanal
Fácil de preparar
No aditivos
Producto natural

ERFOOD
BY EDEN ROC

EDEN ROC FOOD



+1 (829) 259-4367



admin@er-foods.com



@edenrocfood

50 AÑOS CONTIGO AL VOLANTE



Contáctanos
www.magna.com.do
809-544-1500

magna®