

Forbes

LEERLA ES NEGOCIO | REPÚBLICA DOMINICANA | JUNIO-JULIO 2024

ALBERT MARTÍNEZ
CEO de Lantica Media

DESIREE REYES
CEO de Ebribari Audiovisual

ARCHIE LÓPEZ
CEO de Panamericana Films



ALQUIMISTAS DEL CINE

LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA EXPERIMENTA UN CRECIMIENTO
SOSTENIDO QUE LA IMPULSA A LA CONQUISTA DE NUEVOS MERCADOS

Celebre cada momento con Inclusive Collection



INCLUSIVE COLLECTION

- IMPRESSION BY SECRETS HYATT ZIVA® HYATT ZILARA® ZOETRY® RESORTS & SPA SECRETS® Resorts & Spas breathless® RESORTS & SPAS® DREAMS® Resorts & Spas HYATT Vivid® HOTEL & RESORTS ALUA® RESORTS & SPAS SUNSCAPE® RESORTS & SPAS

WORLD
OF
HYATT.



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



• **CONTENIDO** •



**IMPULSORES DEL
CINE DOMINICANO**

La industria cinematográfica crece vertiginosamente tanto en calidad de su producción como en reconocimiento internacional, siendo referente de éxito de Latinoamérica.

PÁG.
58

FOTOGRAFÍA DE PORTADA REALIZADA POR MARCO TROMBIN ACUTO EN REP. DOM. EL 01 JULIO DE 2024.

FRONTAL**8 • CIUDADES INTELIGENTES**

Los resultados del Índice IESE Cities in Motion (2024) que mide las características tecnológicas de las principales ciudades de Latinoamérica y el Caribe.

16 • EL DESPEGUE DE LA INNOVACIÓN EN LA REGIÓN

Irene Arias Hofman, CEO de BID Lab, habla sobre las iniciativas con proyección global que buscan abordar los desafíos más apremiantes de la región en diversos ámbitos.

18 • OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS EN LOGÍSTICA

En turismo, manufactura de aparatos para el cuidado de la salud y la producción agrícola, el sector logístico encuentra interesantes propuestas para expandir su crecimiento.

OPINIÓN

20 • CAMBIAR TODO LO NECESARIO/ Eduardo Valcárcel

21 • GRADO DE INVERSIÓN/ Alejandro Grisanti

22 • NUEVAS SENDAS DE DESARROLLO/ Miguel Collado

23 • BITCOIN: ABRIENDO CAMINOS/ Moris Beracha

24 • IMPULSO A LA ECONOMÍA/ Santiago Camarena

25 • EL NUEVO SÚPER PODER / Esmerarda Montero

ESPECIAL**28 • BONOS VERDES Y AZULES**

El impacto de la creciente demanda de bonos verdes y azules, que refleja el compromiso de las empresas con el desarrollo de proyectos a favor del medioambiente.



© PEDRO BONILLA, FREEPIK, FERNANDO LUNA ARCE

36 • TECNOLOGÍAS TRANSFORMAN SERVICIOS DE SALUD

Los avances tecnológicos que dan lugar a una revolución emergente en el cuidado de la salud, lo cual transformará radicalmente el acceso a la atención médica.

REPORTAJES**36 • LA RECETA DEL ROCKSTAR DEL YOGUR**

Una entrevista con el empresario de origen turco Hamdi Ulukaya, en la que nos cuenta su estrategia para expandir su marca de yogur Chobani.

**FORBES LIFE****70 • BIENESTAR INTEGRAL PARA ELLOS**

Una visión holística sobre el cuidado personal masculino y opciones para disfrutar experiencias nuevas.

74 • DECLARACION VIRTUOSA

La evolución del Jazz en República Dominicana de la mano de Fernando Rodríguez de Mondesert.



• DIRECTORIO •

Director Editorial para
República Dominicana y
Centroamérica
ELADIO GONZÁLEZ
egonzalez@forbeslatam.net

Editora
FELIVIA MEJÍA SANTOS
fmejia@forbeslatam.net

Coordinadora web
LILIAN TEJEDA
ltejeda@forbes.do

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

Editora adjunta
Forbes Life
SHEILA RAMÍREZ

Editora de video
ARIADNA CASTRO

Coordinadora Redes Sociales
ANDREA BLANCAS

Director regional de arte
ABRAHAM SOLÍS

Subdirector regional de arte
RODRIGO RUÍZ

Diseñador
JESÚS CHÁVEZ

Director de fotografía
PACO GRAMONTTI

Directora de Producción y
Circulación LATAM
LAURA VEGA

Colaboradores

ANABELLA ACOSTA, JOAN SEBASTIAN, SERGIO CID, MARCO TROMBIN, FRANCISCO RIVERA, LEONARDO SOLÍS GARMENMDIA, ISABEL DÁVILA, ALMA SOLÍS Y MANUEL GRAJALES

Chief Strategy Officer

ELISABETTA LAMPEDECCHIA
elampedecchia@forbeslatam.net

Directora Comercial
República Dominicana
CRISTINA ROVIRA
crovira@forbes.do

Ejecutiva de Ventas
República Dominicana
MERY DISLA
mdisla@forbesespanol.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, junio-julio 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@forbeslatam.net. 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.



EL RENACER DEL CINE EN LA ERA DIGITAL

En medio de una revolución tecnológica impulsada por las plataformas de streaming, la industria cinematográfica de la región se encuentra en un momento de su historia a la vez retador y lleno de potencial. La manera en que se consume cine en América Latina, gracias a Netflix, Disney+ o HBO Max ha ampliado significativamente la base de espectadores, ofreciendo un acceso sin precedentes a una inmensa biblioteca de contenido audiovisual.

Este cambio ha tenido un impacto transformador en la industria cinematográfica, ya sea a través de apoyo financiero como de una mayor visibilidad para las producciones locales. Esta tendencia no solo ha revitalizado la industria, sino que ha abierto nuevas oportunidades para cineastas emergentes y ha fomentado una mayor diversidad en las narrativas que se presentan al mundo.

La adopción de tecnologías digitales ha sido un motor clave en este proceso de cambio. La digitalización ha reducido costos y democratizado el acceso a herramientas de producción de alta calidad. Eso ha permitido que haya una mayor diversidad de voces y perspectivas, que antes quedaban silenciadas por barreras económicas, convirtiéndose en un vehículo para la reflexión y la crítica social.

Sin embargo, la competencia en el mercado de streaming es feroz y las producciones locales deben destacarse en un mar de contenido internacional, obligando a la industria a buscar un equilibrio entre la explotación comercial y la preservación de una identidad cultural única. A pesar de los avances, el acceso a los mercados internacionales y las plataformas de distribución sigue siendo un reto para muchos creadores de la región.

La colaboración internacional se ha convertido en otra estrategia fundamental para superar algunas de las limitaciones económicas de la industria, permitiendo que las producciones alcancen nuevos mercados y audiencias. Estas coproducciones no solo brindan recursos financieros adicionales, sino que también fomentan el intercambio cultural y creativo, enriqueciendo los contenidos narrativos.

En los últimos años, la cinematografía dominicana ha experimentado un crecimiento sin precedentes, transformándose en un pilar tanto cultural como económico para el país. Con un incremento del 300% en la producción local desde 2010, los números hablan por sí solos: en 2023, se filmaron 119 proyectos en el país, con un total de 32 películas dominicanas estrenadas. Estos datos reflejan no solo la vitalidad de la producción nacional, sino también la creciente atracción de producciones extranjeras.



ELADIO GONZÁLEZ

Director Editorial para
República Dominicana y
Centroamérica



egonzalez@forbeslatam.net

El impacto de esta industria no solo se mide en términos de producción cinematográfica, sino también en su contribución a la economía y al empleo. Además, el desarrollo de la cinematografía dominicana impulsa otros sectores como el turismo, al promover el país como un destino atractivo para la filmación de producciones internacionales.

En nuestra portada, reconocemos el valor actual de esta industria y plasmamos la visión de tres de sus más destacados representantes, como son: Albert Martínez, CEO de Lantica Media, quien destaca la importancia de los incentivos que han posicionado al país como un destino deseado para grandes producciones internacionales; Archie López, fundador de Panamericana Films, quien celebra el camino hacia la madurez que ha recorrido la industria local; y Desirée Reyes, productora audiovisual reconocida internacionalmente, que enfatiza la necesidad de continuar fortaleciendo la estabilidad y visibilidad del cine dominicano en el mercado global. **f**

• FRONTAL •

68.8

MILLONES DE PESOS

Ha invertido el Ministerio de Educación Superior, Ciencia y Tecnología (MESCyT) en apoyar nueve investigaciones de diversas universidades y otros centros destinadas a combatir el fenómeno del sargazo que durante los últimos cinco años ha venido afectando las costas dominicanas, impactando los diversos destinos turísticos próximo a los mares Caribe y Atlántico.



TOYOTA LEXUS
CARBON
NEUTRAL



EL CAMINO HACIA UN **FUTURO MÁS SOSTENIBLE**

CIUDADES INTELIGENTES

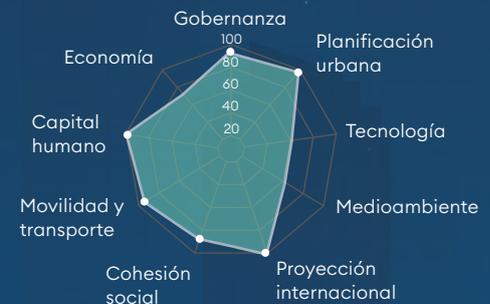
Las ciudades inteligentes generan numerosas oportunidades de negocio y posibilidades de colaboración entre el sector público y el privado, destaca la más reciente edición del *Índice IESE Cities in Motion* (2024). Que subraya que el sector empresarial “tiene mucho que ganar” en este proceso, pues puede colaborar con la Administración a largo plazo, acceder a nuevas oportunidades de negocio e incrementar su conocimiento. El Índice revisa nueve aspectos en las urbes que conducen a la promoción del espíritu empresarial, la innovación y la justicia social, y la creación de una urbe global. Sin dejar de observar que “dado que cada urbe es única”, es preciso que “diseñe un plan propio, establezca sus prioridades y sea suficientemente flexible para adaptarse a los cambios”.

EN EL MUNDO (RANKING DE 183 CIUDADES):

	Londres	Nueva York	París	Tokio	Berlín
Pos ranking	1	2	3	4	5
Capital humano	1	2	3	16	5
Cohesión social	36	112	71	50	27
Economía	4	1	11	3	68
Gobernanza	3	8	16	10	2
Medioambiente	24	105	53	34	10
Movilidad y transporte	4	3	6	49	9
Planificación urbana	1	2	13	43	4
Proyección internacional	1	3	2	16	12
Tecnología	53	10	18	9	42

1 LONDRES (Reino Unido)

Área de cobertura de rendimiento: **73.7%**



EN LATINOAMÉRICA:

	Santiago	Buenos Aires	Montevideo	CDMX	Sao Paulo	Bogotá
Pos ranking	91	115	119	120	128	131
Capital humano	76	47	131	43	127	99
Cohesión social	109	141	106	120	150	173
Economía	137	171	143	121	139	102
Gobernanza	29	35	111	90	120	109
Medioambiente	76	85	51	172	127	104
Movilidad y transporte	44	158	124	144	176	175
Planificación urbana	96	19	122	46	110	178
Proyección internacional	64	29	131	42	27	71
Tecnología	97	125	123	148	96	12

91 SANTIAGO (Chile)

Área de cobertura de rendimiento: **24,4%**



EN CENTROAMÉRICA:

	Panamá	Costa Rica	Santo Domingo	El Salvador	Guatemala
Pos Ranking	127	160	163	165	176
Capital humano	151	165	157	149	158
Cohesión social	102	146	89	180	161
Economía	108	148	166	163	162
Gobernanza	154	101	163	169	164
Medioambiente	101	125	116	109	174
Movilidad y transporte	88	182	147	139	167
Planificación urbana	140	169	183	145	151
Proyección internacional	99	123	158	160	144
Tecnología	156	146	176	163	175

127 PANAMÁ (Panamá)
 Área de cobertura de rendimiento: **14.6%**



160 SAN JOSÉ (Costa Rica)
 Área de cobertura de rendimiento: **10%**



163 SANTO DOMINGO (República Dominicana)
 Área de cobertura de rendimiento: **8.1%**



165 SAN SALVADOR (El Salvador)
 Área de cobertura de rendimiento: **7.1%**



176 GUATEMALA (Guatemala)
 Área de cobertura de rendimiento: **6.1%**



FUENTE: IESE Cities in Motion (2024), plataforma de investigación lanzada por el Centro de Globalización y Estrategia del IESE Business School y el Departamento de Estrategia del IESE.

BRUGAL

MAESTRO RESERVA



MAESTRO RESERVA
DARK AROMATIC TOASTING
RUM
alc. 41.2% vol. 700 ml

EL MOMENTO PERFECTO DE MAESTRÍA.
UN LEGADO DE CINCO GENERACIONES.

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

PRIMERA EDICIÓN PERMANENTE DE PRESTIGIO DE BRUGAL PARA DEGUSTAR A SORBOS.

Con más de 135 años de maestría en barricas y en el arte de hacer ron, el primer ron de lujo permanente de Brugal está inspirado en la inquebrantable maestría de Brugal y nuestro espíritu de excelencia. Este ron excepcional representa el legado de Brugal y su innovadora técnica de "Tostado Aromático Intenso", utilizando prestigiosas barricas de roble americano ex Jerez, para crear un ron único en su clase, elaborado para apreciar cada sorbo.



En este proceso artesanal exclusivo, denominado "Tostado Aromático Intenso", el líquido, tras haber alcanzado su plenitud en finas barricas de roble americano ex Jerez, es retirado con delicadeza y reservado meticulosamente. Posteriormente, las barricas son sometidas a un tostado preciso y experto, con el fin de extraer las sutiles perlas de caramelo natural impregnadas en la madera. Una vez tostadas, éstas mismas barricas son nuevamente llenadas con el líquido añejado, permitiendo así que absorba las efímeras perlas de caramelo antes de ser envejecido bajo el cálido sol dominicano.

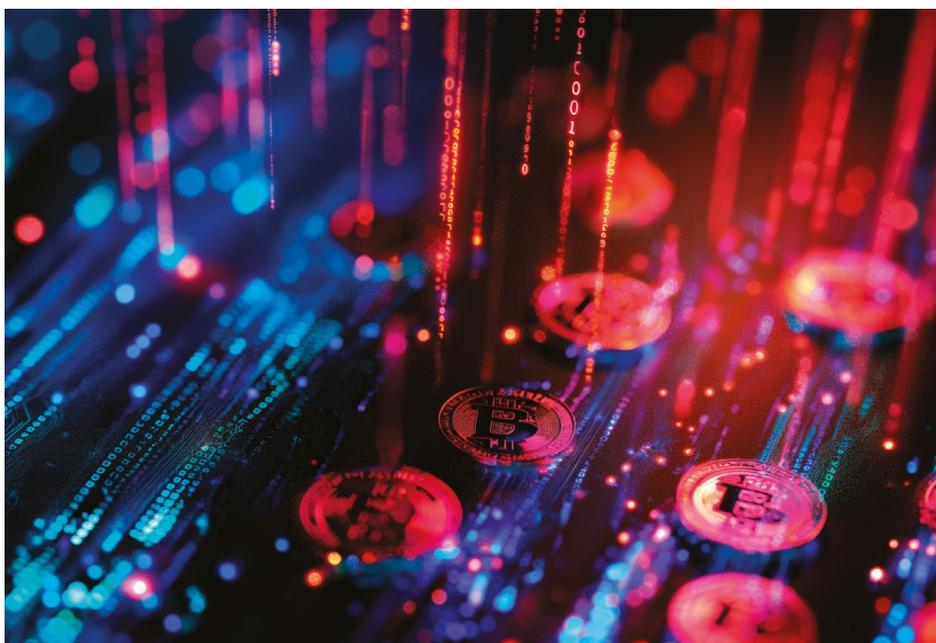
Presentado en un exquisito decantador de cristal, cada botella está valorada en USD\$200.00. Por ser una obra maestra en sí misma, está destinada a ocupar un lugar de honor en las colecciones más selectas. Desde las celebraciones más grandiosas hasta los momentos más íntimos, Maestro Reserva es la elección para aquellos que buscan la perfección.



Por Forbes Staff

CRIPTOMONEDAS E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

LAS VENTAJAS POTENCIALES DE UTILIZAR LA IA PARA MEJORAR LA SEGURIDAD, LA EFICIENCIA Y LA TRANSPARENCIA EN LAS TRANSACCIONES FINANCIERAS SON ENORMES



La integración de la inteligencia artificial (IA) con las criptomonedas puede revolucionar la industria financiera de formas nunca vistas. Al considerar el futuro de los mercados financieros, es crucial reconocer el papel fundamental de la comunicación entre pares y las tecnologías de inteligencia artificial dentro del espacio cripto, considera el CEO de Tether, Paolo Ardoino.

“Estas innovaciones eliminan a los intermediarios, colocando el control directamente en manos de los individuos. Esta descentralización promueve un entorno financiero más transparente, seguro e incluso, remodelando el

panorama para empoderar a las personas y democratizar el acceso a los servicios financieros”, explica Ardoino.

En el artículo *You Want The Next Big Trend? It's Artificial Intelligence In Crypto*, de FORBES US se analiza la integración de la IA en la criptomoneda y destaca los beneficios potenciales. Algunos de ellos son una mayor seguridad, eficiencia y transparencia en las transacciones financieras. Asimismo, los algoritmos de trading basados en IA y los sistemas contra el lavado de dinero como elementos que cambiarán las reglas del juego en el mundo de las criptomonedas.

El artículo también enfatiza la necesidad de regulación y conciencia de

los riesgos potenciales en la integración de la IA con la criptomoneda.

Otra de las preocupaciones o retos es que la IA se utilice para manipular los mercados de criptomonedas. Dado que tiene la capacidad de analizar grandes cantidades de datos e identificar patrones, podría usarse para crear órdenes de compra o venta falsas para manipular los precios del mercado.

Desde el punto de vista de Tether, el aumento sostenido en la adopción y utilización de USDT en mercados emergentes, junto con la creciente capitalización de mercado, señala un panorama cripto que es robusto y vibrante, ofreciendo amplias razones para el optimismo respecto a una tendencia alcista en 2024, explica Ardoino.

“Las tendencias históricas parecen insinuar la aparición de un mercado alcista. Sin embargo, dentro del ámbito de las criptomonedas, hemos atravesado lo que podría considerarse uno de los periodos más sombríos de nuestra breve historia entre 2022 y 2023”, aun así, en medio de la caída de prominentes actores de la industria como FTX y Terraform Labs, hemos presenciado el ascenso de tecnologías y proyectos pioneros, renovando la confianza en el futuro de la industria cripto, expone el directivo de Tether.

Asimismo, estima que las criptomonedas seguirán enfrentando desafíos de larga data como la ambigüedad regulatoria, los riesgos de seguridad, problemas de escalabilidad, la reticencia institucional y las barreras para la adopción generalizada.

“A pesar de ello, la adopción de criptomonedas solo ha aumentado globalmente, incluso durante un mercado bajista, y estamos seguros de que las innovaciones en la esfera de la tecnología blockchain ayudarán a allanar el camino para soluciones que ayuden a mitigar y resolver estos desafíos”.

Por lo que la unión entre esta tecnología y el mundo cripto se perfila como un cambio trascendental. **1**



POPULAR

60 años cumpliendo las ideas de los dominicanos

El banco de las ideas



Escanea y proyecta tus ideas



Por Forbes Staff

URBANISMO E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

TE PRESENTAMOS CUATRO TENDENCIAS QUE REDEFINEN EL QUEHACER DEL DISEÑO, LA CONSTRUCCIÓN Y EL URBANISMO A NIVEL GLOBAL.

Construcción, diseño y urbanismo es un trinomio que debe mirarse como “catalizador de soluciones tanto para los desafíos globales como para los locales”, plantea Jessica García, codirectora de Gensler Costa Rica.

Un ejemplo de lo anterior es la idea de la ciudad de 20 minutos, que cada día se vuelve “más atractiva”, al mirarse como “arquetipo de equidad y accesibilidad”. Se trata

de la conformación de vecindarios vibrantes y accesibles, donde todas las necesidades esenciales están a 20 minutos, incluidos restaurantes, espacios de comercio, instalaciones médicas, lugares educativos, y necesidades residenciales, que están redefiniendo la vida urbana. Lo que demanda crear espacios accesibles e inclusivos “que promuevan la equidad, la conectividad y la comunidad”. **F**

EN CONSONANCIA CON LO ANTERIOR, GENSLER - FIRMA DE ARQUITECTURA, DISEÑO Y PLANIFICACIÓN GLOBAL- COMPARTE ALGUNAS TENDENCIAS QUE DEFINEN EN 2024 EL ACTUAR DE ESTA INDUSTRIA:

1. La inteligencia artificial abrirá las puertas a nuevas ideas, talento y oportunidades creativas. Lejos de reemplazar a los diseñadores, la IA se convertirá en una herramienta de colaboración que los ayude a redefinir los procesos de diseño e innovación con nuevos conocimientos, ilustraciones rápidas y respuestas más inmediatas.

2. El espacio de trabajo, un destino atractivo. Las organizaciones seguirán planeando experiencias en espacios ágiles y flexibles que evolucionen con las demandas cambiantes de la fuerza laboral. La atención se centrará menos en el número de personas que acuden a la oficina y más en cómo será el futuro del trabajo.

3. El diseño sostenible no es negociable. Las industrias de la construcción y bienes raíces reconocen el valor del diseño consciente del medio ambiente y su capacidad para mitigar el riesgo. Prevalecen normas más estrictas para productos y materiales, la reutilización adaptativa de edificios existentes y principios de diseño regenerativo.

4. Diseño inclusivo. La esperanza de vida promedio en todo el mundo se incrementa. La población global más longeva dicta el diseño de comunidades inclusivas para todas las edades. Crece la demanda de entornos flexibles y multigeneracionales que promuevan la accesibilidad y la asequibilidad, requisitos que se vuelven prioridad universal.





BANCO CENTRAL
REPÚBLICA DOMINICANA

Por Lilian Tejada

EL DESPEGUE DE LA INNOVACIÓN EN LA REGIÓN

LOS INNOVADORES DE AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE ESTÁN CREANDO SOLUCIONES PARA ABORDAR TEMAS CRÍTICOS COMO EL CAMBIO CLIMÁTICO Y ESTÁN INCURSIONANDO EN ÁREAS COMO LAS DEEP TECH, UNA NUEVA CATEGORÍA DE STARTUP BASADA EN AVANCES CIENTÍFICOS E INNOVACIONES DE INGENIERÍA SIGNIFICATIVAS.



FOTO: FACEBOOK

La innovación en América Latina y el Caribe está en constante expansión, abarcando cada vez más países y áreas de actividad mediante el desarrollo de iniciativas con proyección global que buscan abordar los desafíos más apremiantes de la región en ámbitos como el medio ambiente, la salud, la tecnología y otros.

Esta es la perspectiva de Irene Arias Hofman, CEO de BID Lab, brazo del Grupo Banco Interamericano de Desarrollo que impulsa proyectos innovadores, quien conversó con Forbes República Dominicana durante las asambleas de gobernadores del organismo que se efectuaron en marzo pasado en este país.

“El ecosistema de innovación en la región ha despegado; ha habido un gran salto en los últimos cinco años”, asegura la ejecutiva, quien dirige el organismo hace más de seis años.

Solo en el 2023, BID Lab aprobó 71 proyectos por un valor de 93,37 millones de dólares (mdd), alineados con cambio climático, género y diversidad, según consta en su informe final del año.

Incurción en nuevos sectores

Irene destaca que los emprendedores latinoamericanos están incursionando en áreas como deep tech (tecnologías profundas), que son empresas basadas en un descubrimiento científico o en una innovación de ingeniería significativa.

El estudio Deep tech: la nueva ola, publicado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) el año pasado, registra 340 empresas emergentes de deep tech en Latinoamérica. El valor del ecosistema se estima en 8,000 mdd.

Estas startups se distribuyen en unos 14 países, principalmente en Argentina, Brasil y Chile. El estudio señala que en los próximos años México, Colombia y otros países también tendrán una participación relevante en el sector.

La mayoría de las empresas deep tech pertenecen a las ramas de

biotecnología, que representan el 61 %, e inteligencia artificial (11%). El resto se distribuye en nanotecnología, tecnología limpia, movilidad avanzada, robótica, tecnología de la salud, entre otros sectores.

“Ha habido un gran salto en este sector”, subraya Irene, quien menciona casos particulares como el desarrollo de soluciones para la detección temprana del alzhéimer, protección de la biodiversidad o mejora la productividad del sector agrícola.

“Estamos pasando de compañías que daban una respuesta muy general a un problema a soluciones mucho más precisas”, destaca.

Sin embargo, Irene precisa que todavía las innovaciones se concentran mucho en las tecnologías financieras (fintech), software como servicio o en los modelos de negocio B2B (business to business).

OPORTUNIDADES

Irene señala que en la actualidad también existe mayor diversificación geográfica de la innovación. Refiere que antes más del 90 % de los proyectos se concentraba en unos cinco países y ahora se ha expandido a toda región, incluyendo naciones pequeñas.

La CEO de BID Lab considera que todavía hay mucho espacio para la innovación en Latinoamérica. Identifica oportunidades en las áreas como educación y salud. Destaca también que el Grupo BID tiene interés en proyectos de bioeconomía que se enfoquen en la protección de la Amazonía.

Otro segmento interesante es la economía plateada, que consiste en el desarrollo de iniciativas para mejorar la calidad de vida de los adultos mayores. Irene plantea que urge desarrollar servicios innovadores que respondan a las necesidades de este segmento de la población.

En el 2022 la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) estimó que en la región viven

88.6 millones de personas mayores de 60 años, lo que representa el 13.4% de la población. Esta proporción alcanzará el 16.5% en 2030 y el 25.1% (193 millones) en el 2050, prevé el organismo.

El envejecimiento es un asunto de alta prioridad, que requiere acciones urgentes en varias esferas, señala el informe del organismo Envejecimiento en América Latina y el Caribe: Inclusión y derechos de las personas mayores.

IMPULSO A LA INNOVACIÓN

BID Lab moviliza financiamiento, conocimiento y conexiones para apoyar el emprendimiento en etapa temprana, fomentar el desarrollo de nuevas tecnologías, activar mercados innovadores y dinamizar sectores existentes.

“El Grupo BID es la única organización multilateral que cuenta con un brazo exclusivamente dedicado a la innovación en etapa temprana a nivel regional”, explica una hoja informativa del organismo.

El ticket promedio de un proyecto oscila entre los 800,000 dólares y un millón de dólares, partiendo de un monto no reembolsable de 150,000 dólares.

BID Lab utiliza una amplia gama de instrumentos (reembolsables y no reembolsables) con tolerancia al riesgo para apoyar la innovación en etapas tempranas.

En la actualidad, su cartera de venture capital incluye 53 fondos activos que llegan a más de 850 empresas dme diversos sectores y países de la región, 60 % de los cuales son de los menos desarrollados.

Hasta marzo de este año su cartera de capital directo tenía 23 inversiones activas, el 60% con mujeres cofundadoras.

Desde su creación en 1993, ha financiado cerca de 3,000 operaciones en 26 países de la región, desplegando más de 2.200 mdd de financiación directa y movilizandando cerca de 8, 000 mdd de terceros. **1**

Por Felivia Mejía

En la producción de dispositivos médicos, el sector hotelero y la exportación de frutas, sea vía marítima o aérea, la empresa logística Kuehne+Nagel identifica grandes oportunidades de negocios en República Dominicana.

El movimiento comercial que generan esos sectores los posiciona entre los principales pilares de la economía. Por ejemplo, la fabricación de equipos médicos y quirúrgicos cerró el 2023 con un crecimiento de 12 %, alcanzando 2,444 millones de dólares en exportación, de acuerdo a datos del Banco Central de la República Dominicana.

Mientras que la inversión hotelera alcanzará este año los 2,936 millones de dólares, en la construcción de 19 proyectos que sumarán más de 9,000 habitaciones, según información del Ministerio de Turismo.

Kuehne+Nagel apoya al sector hotelero en el transporte de la materia prima, los insumos y mobiliarios que requieren para equipar las nuevas habitaciones, indica Jan Trittin, director de esa empresa logística para Centroamérica y el Caribe.

Trittin apunta que también están enfocados ofrecer soluciones a los servicios que demandan las industrias y los proyectos relacionados a la generación de energía solar y eólica, donde se registra una gran inversión en el país.

“Tenemos una tecnología muy robusta que ayuda al cliente a saber donde está su carga, cuando va a llegar y la huella de cada paquete. Ofrecemos soluciones que ayudan al cliente a mitigar el impacto al medioambiente”, dice.

En el renglón de manufactura de dispositivos médicos, Kuehne+Nagel ha registrado un crecimiento de 36% en volumen marítimo y un 13% en vía aérea. Mientras que en la línea comercial Asia-República Dominicana el crecimiento ha sido de un 10% en el último año, informó Trittin, que tiene oficina en Panamá.

OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS EN EL SECTOR LOGÍSTICO

EN TURISMO, MANUFACTURA DE APARATOS PARA EL CUIDADO DE LA SALUD Y LA PRODUCCIÓN AGRÍCOLA, EL SECTOR LOGÍSTICO ENCUENTRA INTERESANTES PROPUESTAS PARA EXPANDIR SU CRECIMIENTO EN EL PAÍS



**KUEHNE+NAGEL
POR DENTRO**

+80,000

EMPLEADOS

100

PAÍSES CONECTADOS A TRAVÉS DE SU RED DE TRANSPORTE

1,300

CENTROS DE ATENCIÓN

400,000

CLIENTES

Además, señala que las exportaciones de productos perecederos, como frutas y vegetales, desde Quisqueya hacia países europeos, han aumentado en más de un 20%, en comparación con los registros de 2022. “Yo creo que República Dominicana tiene todo listo para ser el mejor hub del Caribe y distribuir hacia todas las demás islas de la región”, afirma.

No obstante, dice que hay oportunidades de mejorar las infraestructuras viales para eficiencia los tiempos de transporte. “República Dominicana para nosotros es uno de los principales

mercados de Centroamérica y el Caribe, en la industria médica, que se está desarrollando con una alta tecnología, así como el turismo”, apunta.

En cuanto a su crecimiento, la empresa está explorando oportunidades de exportación con productores de café y azúcar en Costa Rica, Honduras y Nicaragua. En Panamá, continuarán fortaleciendo su hub logístico ofreciendo servicios de distribución certificados, opciones de aviones cargueros y sus conexiones globales que le permiten ser un socio integral para sus clientes. **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



CAMBIAR TODO LO NECESARIO, TODAS LAS VECES NECESARIAS

20

La tecnología y la inteligencia artificial, en específico, están transformando el marketing, el servicio al cliente y los procesos de ventas. Pero, es apenas la punta del iceberg de muchos cambios que están sucediendo en el mercado, en los organismos gubernamentales y en nuestra condición humana.

¿Frente a todo esto, qué puede hacer una mediana empresa, un profesional, un ente gubernamental? Cambiar, evolucionar, aprender de Darwin; pero, eso sí, a toda prisa. De lo contrario, podría significar la caducidad de los profesionales, las empresas y hasta las economías nacionales.

Cambiar implica lidiar con la incertidumbre, no lo niego, no lo niegan tampoco las investigaciones. La American Psychological Association ha detectado inestabilidad entre las emociones de los profesionales estadounidenses. Un sentimiento que surge por una discordancia entre las funciones y/o las habilidades individuales y las demandas de sus empleos, a tal punto que puedan sentir amenazada la continuidad de su medio de subsistencia, si no resuelven ese desencuentro.

¿Y los gerentes la están pasando igual de mal? Parece que sí. La firma Accenture hace un análisis anual sobre los indicadores de cambio. En 2022, las transformaciones tecnológicas ocupaban el sexto lugar de importancia. En 2023 pasaron al primero.

El estudio establece, además, que 88% de los líderes ejecutivos a nivel mundial preveían un ritmo de cambio más acelerado para el 2024. Mientras que el 52% de los consultados afirmaban no estar preparados para los cambios a los que se enfrentarían en 2024.

Ahora bien, en el decálogo de este servidor, también llevo escrito que cambiar significa experimentar, no abandonar el ámbito lúdico de la vida. Permítanme aplanarlo: ¡cambiar es jugar y crear!

Ya lo vimos: desde el talento hasta la alta gerencia tienen un vilo compartido. Hay un miedo que no se verbaliza en las organizaciones.

Tenemos nuevas exigencias en el mundo empresarial: nuevos patrones de consumo, adelantos tecnológicos, hiperpersonalización del marketing, solicitudes sociales y medioambientales, competitividad múltiple, mayores deseos de bienestar de los colaboradores, etcétera.

Creo, humildemente, que ese miedo hay que ponerlo sobre la mesa — la más grande que tengamos en nuestras oficinas—, conversarlo y comenzar un proceso de transformación.

Tras 20 años de operaciones, en Newlink Dominicana hemos ido aprendiendo esto, poco a poco.

Hemos visto que la diversidad, la inclusión y la equidad han fortalecido a nuestra firma de consultoría en comunicación estratégica hacia una forma de trabajo más ágil y completa.

También nos ha servido para entender que tenemos una vocación especial: nos gusta acompañar a otras organizaciones más allá de nuestras obligaciones ordinarias, y hacer de sus metas nuestras metas.

Tenemos un gusto por el bienestar común, por eso hemos empezado a asesorar a otros sobre los primeros pasos hacia operaciones más amigables con el medio ambiente.

Hemos reparado en lo importante que es decirnos: “Somos grandes, estamos hechos para cosas grandes y las estamos alcanzado”. Eso nos ha llevado a inspirar a otros con un nuevo acompañamiento en branding.

Todos esos crecimientos nos llevan, en este nuestro vigésimo aniversario, a transformarnos en The Engagement Company de República Dominicana. Esto no es más que ser ese ente que propicia y construye nexos de valor entre actores capitales para el desarrollo nacional.

En Newlink cambiamos, no sin miedo; eso sí, administrándolo y no quedándonos quietos.

Hemos tenido como recompensa nuevos bríos y miradas y lo hemos logrado gracias al talento de nuestra gente y nuestros procesos, a nuestros fieles clientes del sector privado y público y a este maravilloso país que llamamos casa. **1**



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

2028: GRADO DE INVERSIÓN

Después de las elecciones presidenciales, y como era de esperarse, todo el debate económico se ha centrado en la reforma fiscal. La mayoría de los economistas han salido en defensa de algunos sectores, buscando una reforma que sea más eficiente o simplemente más equitativa.

Es muy importante tener una discusión profunda del país que queremos; de cómo realizar una reforma fiscal que produzca las menores distorsiones económicas posibles y que no detenga el crecimiento que ha tenido la República Dominicana en los últimos 60 años. Para dar estabilidad política, en Ecoanalítica creemos que esta reforma fiscal debe ser menos regresiva y más equitativa; haciendo al país más solidario. Pero más importante aún, es fundamental sacarla del juego suma cero y llevar esta discusión a un terreno donde todos ganan, y ese terreno no es otro que la posibilidad de que República Dominicana ingrese en ese selecto grupo de países que hoy gozan de ese sello distintivo que se denomina: Grado de Inversión.

Los países que tienen grado de inversión son percibidos como de bajo riesgo, tienen acceso a endeudamientos más baratos, son capaces de atraer más y mejores inversiones y por tener una tasa de descuento menor, sus empresas/activos adquieren más valor. Es importante destacar que el grado de inversión afecta la valoración de todos los activos de un país, tanto un gran central azucarero o un prestigioso proyecto turístico, como de un pequeño colmado. Es decir, un colmado en un país con baja percepción de riesgo, tiene mucho más valor, que el mismo comercio en un país considerado de alto riesgo. Adicionalmente, el grado de inversión ayuda a atraer más inversión extranjera directa, y es clave para la creación de trabajos formales, bien remunerados y de calidad. El grado de inversión es el ganar-ganar que debería unir tanto a sector público como al sector privado; e incluso tanto a gobierno como a la oposición.

Actualmente, tan solo existen 4 países en toda América Latina que tienen el grado de inversión por las tres principales agencias de rating: Chile, Perú, México y Uruguay. Panamá

solía estar en este selecto grupo de países, pero Fitch -a partir de finales de marzo de este año- denominó su crédito como de alto riesgo. Para el 2022, Colombia solía ser grado de inversión y lo perdió. Anteriormente incluso el Brasil del segundo gobierno de Lula (2008-2012), también tenía esta distinción. Comento esto, porque es importante no solo hacer las reformas necesarias para ganar el grado de inversión, sino adicionalmente hacer estas reformas con el consenso adecuado de manera de poder permanecer en este selecto grupo de países en el largo plazo. Analizando experiencias previas en la región, en Ecoanalítica creemos que es posible obtener el grado de inversión en el 2028. No es fácil ni está garantizado, pero otros países en una situación similar a la que se encuentra República Dominicana hoy lo han logrado.

Para ello, es necesario crear los consensos necesarios en la reforma fiscal. Desafortunadamente, siendo el segundo país de la región con menores ingresos fiscales con 14.7% del PIB, esta reforma fiscal tiene que estar orientada al incremento del ingreso. Adicionalmente, hay rigideces en el gasto que hacen difícil el ajuste por el lado del gasto, como el 4.0% del PIB que constitucionalmente se debe ir para financiar la educación y el 3.5% que fueron a pagar el pago de intereses. Estos dos rubros ya representan más del 50% de los ingresos tributarios.

Es necesario hacer una mención especial al subsidio al sector eléctrico. En 2022-2023, el gobierno dominicano transfirió a las empresas distribuidoras de electricidad (EDES) 2.7% del PIB a pesar de los incrementos en tarifas. Este déficit se debe al aumento de las pérdidas de energía de las EDES (energía que las EDES entregan a la ciudadanía pero que no facturan), las cuales se han incrementado de un 27% en el 2019 a un 36% en el 2023.

El gran legado en lo económico de los dos mandatos del presidente Luis Abinader es llevar a República Dominicana a grado de inversión, lo que implica realizar una reforma fiscal que incremente la recaudación en 2.6% del PIB, reduzca el subsidio al sector eléctrico y mantenga el dinamismo económico que la República Dominicana ha mantenido desde 1970, el mayor de América Latina. **F**

Alejandro Grizanti Capriles

PhD de Economía y CEO de Ecoanalítica

NUEVA SENDA DE DESARROLLO PARA REPÚBLICA DOMINICANA

La República Dominicana tiene, en la coyuntura actual, una oportunidad trascendental para realizar importantes transformaciones estructurales. Las autoridades electas en mayo pasado han anunciado una reforma fiscal y reformas estructurales. De producirse estas reformas, bien diseñadas y acorde con las necesidades de la economía, el país podría encaminarse por una nueva senda de desarrollo, tal y como sucedió en los años 1990.

El conjunto de reformas que inició en 1991 fue un legado de las autoridades del momento. Las transformaciones llevaron al país por una senda de desarrollo diseñada para aumentar la prosperidad por medio de mayor capacidad de ahorro, inversión, producción, empleos productivos, ingresos superiores y consumo. En adición, se produjo un cambio en el manejo de las finanzas públicas: mayores ingresos y control del gasto condujeron a la estabilidad fiscal, un sello de la década.

¿Cuáles fueron esas transformaciones? El país experimentó una reforma arancelaria, una tributaria, tuvo una ley de inversión extranjera, un nuevo código laboral, la reducción del peso del estado en la economía por medio de la capitalización de empresas públicas, entre otros avances. En adición, República Dominicana contó con adelantos en las instituciones y en el ordenamiento jurídico.

La pobreza se redujo de 52.5% en 1992 a 39.4% en 1997. En solo cinco años, sin programas de transferencias o subsidios; es decir, fruto de nuevos empleos y de mayores ingresos, la tasa de pobreza se redujo al ritmo de más de dos puntos y medio al año. El desempleo se redujo de 23.0% en 1990 a 13.9% en el año 2000. Sin embargo, luego de 23 años, ese mismo indicador de desempleo ampliado ronda 11.5%. Poco se ha avanzado.

El ingreso en términos reales creció 34% entre el año 1991 y el 2000. Luego de la implementación de la ley de inversión extranjera, el monto de inversión como porcentaje del PIB pasó de 2.53% a 6.16% en 1999. En la actualidad, esa cifra ronda entre 3.4% y 3.6%. Por otro lado, la deuda se contrajo un 28% en la década. Solo en dos años se produjeron déficits del sector público no financiero, en 1996 y en el 1999.

Replicar las reformas de los 90, con transformaciones profundas, acorde con los tiempos, sería el mejor legado que podrían dejar las autoridades del país para la sociedad actual y para las generaciones futuras. Con reformas bien diseñadas, los resultados serían visibles en pocos meses y los resultados de desarrollo serían evidentes. A futuras autoridades les sería difícil revertir dicho legado porque la ciudadanía se beneficiaría de las transformaciones y se opondría a contrarreformas. **1**

Miguel Collado Di Franco

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

BITCOIN: ABRIENDO CAMINO HACIA LA INDEPENDENCIA FINANCIERA

La llegada de Bitcoin en 2009 por el creador seudónimo Satoshi Nakamoto marcó el comienzo de una revolución financiera sin precedentes. Como la primera moneda digital descentralizada del mundo, Bitcoin ofrece un cambio profundo en los sistemas financieros tradicionales. Introduce un nuevo paradigma que promete libertad financiera, privacidad y autonomía.

En su esencia, está construido sobre los principios de descentralización y criptografía. A diferencia de las monedas convencionales emitidas por bancos centrales y sujetas a regulaciones gubernamentales, opera en una red descentralizada de computadoras conocida como blockchain.

Esta red es mantenida por un colectivo global de participantes conocidos como mineros que validan y registran las transacciones de manera segura y transparente. El libro público inmutable asegura que cada transacción permanezca verificable e inmune a manipulaciones, proporcionando un nivel de seguridad financiera sin precedentes.

La descentralización de Bitcoin interrumpe fundamentalmente la arquitectura financiera tradicional. Los sistemas financieros existentes se caracterizan típicamente por una autoridad central que controla la política monetaria, emite moneda y gestiona transacciones. Esta concentración de poder puede llevar a problemas como la inflación, la corrupción y la manipulación económica. Bitcoin, sin embargo, democratiza la participación financiera, impidiendo que cualquier entidad individual ejerza una influencia indebida sobre la moneda.

Con Bitcoin, las transacciones ocurren directamente entre las partes, eliminando intermediarios como bancos y procesadores de pagos. Este modelo financiero entre pares reduce las tarifas de transacción y acelera el tiempo de procesamiento, haciéndolo más eficiente y accesible. Para individuos en regiones subbancarizadas o no bancarizadas, proporciona una alternativa viable a los sistemas bancarios tradicionales, promoviendo así la inclusión financiera a escala global.

Una de las promesas más aclamadas de Bitcoin es la libertad financiera. Los sistemas financieros tradicionales a

menudo vienen cargadas de restricciones que pueden inhibir la autonomía financiera personal. Bitcoin, por otro lado, permite a los individuos retener el control total sobre sus activos. Con claves privadas, los usuarios tienen acceso exclusivo a sus fondos, que pueden ser almacenados de manera segura en billeteras digitales. Este control personal sobre la riqueza es transformador, ya que empodera a las personas para gestionar sus finanzas sin interferencia externa. Además, ofrece un grado de privacidad que los sistemas financieros convencionales no pueden igualar.

Históricamente, el dinero ha estado intrínsecamente vinculado al Estado. Los gobiernos ejercen un poder significativo sobre sus monedas nacionales. Este matrimonio entre el dinero y el estado puede llevar a consecuencias económicas significativas, incluyendo hiperinflación, devaluación de moneda y crisis monetarias. La naturaleza descentralizada de Bitcoin desafía este modelo tradicional abogando por una separación del dinero del estado.

Bitcoin opera independientemente de cualquier gobierno nacional. Su valor está determinado por la oferta y demanda del mercado en lugar de la influencia gubernamental. Esta separación puede actuar como un resguardo contra la inestabilidad política y económica que a menudo surge de las políticas monetarias controladas por el estado. Con Bitcoin, los individuos no están sujetos a políticas inflacionarias que erosionan los ahorros o controles de capital que restringen el movimiento de activos, preservando así su soberanía financiera.

En conclusión, Bitcoin es más que una moneda digital; es un movimiento revolucionario hacia un sistema financiero más equitativo, transparente y seguro. Proporciona la infraestructura para un ecosistema financiero que prioriza la autonomía y libertad individual. Al descentralizar el poder financiero y promover una separación entre el dinero y el Estado, Bitcoin tiene el potencial de remodelar el panorama económico. A través de la adopción de Bitcoin, la sociedad puede avanzar hacia un sistema financiero que no solo es innovador, sino también más justo e inclusivo para todos. 



Especialista en mercados emergentes de Latinoamérica e impulsor de las criptomonedas y la economía digital.

LA TRANSFORMACIÓN QUE ESTIMULA UNA ECONOMÍA

24

Si observamos los números de los países más relevantes del planeta y nos fijamos en el tamaño de su economía, llama la atención que sus niveles de deuda sobre el Producto Interno Bruto (PIB) tienden a ser bastante altos; Estados Unidos con 130%, China con 80%, Japón con 260% y Alemania con 67%.

Ahora bien, considerando que las finanzas personales, corporativas o de un país tienen las mismas bases de Activos = Pasivos + Capital, resulta más complicado que el nivel de deuda se mantenga alto y las personas, empresas y economías logren desarrollarse positivamente en el tiempo. Para el caso de una persona o compañía, tendría que estar innovando constantemente con varias actividades que logren generar valor para poder pagar las deudas, mantenerse y lograr superávits en el tiempo.

Cuando vemos los resultados anuales de los países mencionados más arriba, resulta que todos están negativos; Alemania con la más baja con -2.5%, y China con la más alta de -7%.

Para el caso de República Dominicana, el nivel de deuda ronda el 45% y el déficit por -3%.

Para entender mejor cómo funcionan las economías de los países, es vital saber que cobran impuestos a las personas y compañías para poder mantener su desarrollo, pues esto les permite trascender y perdurar más. Una medición de ingresos es la presión fiscal, donde para Estados Unidos es 27%, China 21%, Japón 34%, Alemania 42% y República Dominicana 14%. Todo pareciera indicar que necesariamente se requiere hacer cambios si queremos lograr resultados diferentes para nuestro país en las próximas décadas.

Dentro de la propuesta del Centro Regional de Estrategias Económicas Sostenibles (CREES) para RD, está la reducción de los tributos para reducir la evasión, aumentando la base y lograr subir la presión fiscal a 18.5% en los próximos años. Dentro de los beneficios que podrían traer los cambios estructurales, dentro de los cuales estaría la Reforma Fiscal,

está reducir la informalidad e incluir los perfiles de millones de personas, que a su vez llevaría una mayor capacitación en la forma de hacer las cosas y decidir cómo hacerlas mejor, permitiendo la verdadera inclusión financiera. Ya veremos cómo resulta este nuevo camino para los dominicanos.

Teniendo en cuenta que las disrupciones son cada vez más notorias, basta con recordar cómo hacíamos las cosas apenas una generación atrás; es increíble pensar que el iPhone y los teléfonos inteligentes que hoy nos conocen mejor que nosotros mismos, apenas tienen 17 años; y que hoy Chat GPT tiene año y medio y va mejorando de manera exponencial toda la industria de Inteligencia Artificial Generativa.

Pensemos cómo será la vida dentro de una o dos décadas; puede ser que no tengamos necesidad del vehículo personal, y bastante shock que podría traer eso para el sector de bienes raíces, ya que haría disponible en lugares de alto valor un 20-25% más de oferta por los estacionamientos no utilizados. Pensemos cómo nuestros gemelos digitales y agentes estarían viendo los escenarios posibles a futuro y ayudarnos a ser más efectivos. Pensemos cómo las finanzas puedan evolucionar en cuanto a crédito y débito y super apps gestionando de manera eficiente nuestras necesidades.

El hecho de formalizar una economía va más allá de recoger tributos; la data generada de los individuos y las empresas nos indicarán patrones que podrían servir para determinar la salud financiera, física, mental, entre otras cosas. Podría ser utilizada para generación de productos y servicios personalizables a cada persona, permitiendo que los emprendedores nos ayuden a resolver problemas que hoy en día tenemos.

Esa data nos ayudaría para estimular la economía de formas más sanas y precisas, convirtiéndose en conocimientos y luego en sabiduría. Y, por tanto, estos cambios que vienen podemos utilizarlos para seguir mejorando el bienestar financiero de las personas, las empresas y al país. **F**

Santiago Camarena

Vicepresidente ejecutivo de Alpha Inversiones
LinkedIn: Santiago Camarena

Seguros Reservas: liderazgo e innovación en el sector asegurador



En el dinámico mundo de los seguros, Seguros Reservas ha marcado un hito con más de dos décadas de trayectoria ascendente.

Desde el inicio de sus operaciones en marzo de 2002, la empresa ha demostrado un crecimiento sostenido y una capacidad de adaptación que la han posicionado en la 4ta posición en el ranking de aseguradoras regionales. Este crecimiento ha sido impulsado por una estrategia de expansión sostenida, mejoras en la gestión de riesgos y eficiencia operativa, así como una rápida adaptación a cambios regulatorios y tendencias del sector.

IMPACTO

El impacto de Seguros Reservas va más allá de su desempeño financiero. Sus programas y proyectos sociales

han abordado necesidades críticas en diversas áreas, contribuyendo al desarrollo económico local y al bienestar de la comunidad.

En términos financieros, Seguros Reservas ha demostrado un desempeño excepcional. Al cierre del 2023, la empresa registró un crecimiento de un 44 %, con una participación de mercado del 17.5 % en primas netas cobradas, ocupando con esto la segunda posición dentro del sector asegurador dominicano.

LOGROS

Seguros Reservas fiel a su valor de innovación, lanza al mercado su nuevo portafolio, Just Salud Local, que, con sus planes integrales e inclusivos, ofrece la flexibilidad y el respaldo que demandan los usuarios en las diferentes etapas de sus vidas.

Asimismo, a la fecha, la empresa posee 24 premios a la Excelencia otorgados por ADOCOS (Asociación Dominicana de Corredores de Seguros), los cuales reconocen su excelencia en servicio, su gestión comercial en Riesgos Generales y Salud y el desempeño de sus áreas técnicas y de reclamaciones. Estos subrayan su compromiso con la calidad y la sostenibilidad.

Recientemente, Seguros Reservas inauguró una nueva y moderna oficina en La Romana, para brindar una atención cada vez más cercana, tecnológica y personalizada a sus clientes.

Por tercer año consecutivo, ha recibido la calificación AA+ (DOM), certificación en riegos emitida por Fitch Rating. Mientras que, por dos años ha sido calificada por AM Best A- (Excelente) en

Fortaleza Financiera y A- (Excelente) en la Calificación Crediticia de Emisor de Largo Plazo, ambas con perspectiva estable.

COMPROMISO SOCIAL

Una de las características distintivas de la empresa es su firme compromiso con la sociedad. La empresa ha implementado programas y proyectos que abordan necesidades críticas en áreas como educación, salud, medio ambiente y desarrollo económico local. A través de alianzas estratégicas con entidades privadas, organizaciones no gubernamentales e instituciones gubernamentales, Seguros Reservas ha logrado amplificar su alcance y efectividad, impactando positivamente a comunidades y sectores vulnerables.

INNOVACIÓN Y FUTURO

Mirando hacia el futuro, la aseguradora se enfoca en el desarrollo de iniciativas innovadoras diseñadas para contribuir al crecimiento integral del sistema de seguros del país. En 2024, la empresa planea promover la inclusión y fortalecer los servicios de salud dentro de su oferta de seguros. Este enfoque se alinea con su compromiso continuo a favor del bienestar de sus asegurados.

Seguros Reservas ha recorrido un largo camino desde su fundación, innovando en productos y con un fuerte compromiso por la responsabilidad social. A medida que mira hacia el futuro, Seguros Reservas está bien posicionada para continuar su trayectoria ascendente, convirtiéndose en un referente en el Caribe y Centroamérica.

LA MARCA PERSONAL: EL NUEVO SUPERPODER

En la era digital, la marca personal es indispensable para las empresas. Atrás quedaron los días en los que solo los productos y servicios definían el éxito corporativo. Hoy, la percepción pública de los líderes empresariales y sus equipos juega un papel crucial en la construcción de la reputación y el crecimiento de una empresa.

El valor de la marca personal reside en que se construye una narrativa auténtica y consistente que resuena con el público. Este enfoque fortalece la imagen de la empresa a la que está vinculada la marca; como ejemplo, Elon Musk ha convertido su marca personal en una extensión de Tesla y SpaceX, creando un halo de innovación alrededor de estas empresas.

Cuando los líderes desarrollan una marca personal sólida, aportan credibilidad y confianza a la empresa, ya que la audiencia percibe a la empresa como un conjunto de individuos expertos y confiables, lo que puede ser decisivo en sectores competitivos.

“Gran parte del éxito profesional y personal depende de persuadir a los demás para que reconozcan tu valor” Jill Avery y Rachel Greenwald (Harvard Business Review, 2023).

La marca personal no solo afecta la percepción externa, sino también la interna, los colaboradores

se sienten más motivados y comprometidos cuando pueden desarrollar sus propias marcas personales dentro de la empresa. Además, una empresa conocida por sus talentos destacados atraerá a profesionales altamente cualificados, creando un ciclo virtuoso de crecimiento y éxito. Google, por ejemplo, es conocida por promover la marca personal de sus empleados, lo que contribuye a su reputación como una empresa atractiva para trabajar.

De igual forma, una marca personal bien desarrollada facilita las conexiones y el networking. Los líderes con una presencia fuerte en plataformas como LinkedIn pueden establecer alianzas estratégicas y atraer oportunidades de negocio. La interacción constante y auténtica con otros profesionales del sector también ayuda a mantener a la empresa en el radar de los actores clave del mercado.

En definitiva, la marca personal es un superpoder, al fomentar y aprovechar las marcas personales de sus empleados, las empresas no solo mejoran su imagen y credibilidad, sino que también impulsan su capacidad para atraer y retener talento, y expanden sus oportunidades de negocio.

En un mundo donde la percepción lo es todo, invertir en la marca personal es una estrategia inteligente que puede llevar a las empresas a nuevos niveles de éxito. **i**



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



**HOMS HEALTH AND
WELLNESS CENTER**
Su espacio de salud y bienestar



**Tu oportunidad de
hacer medicina de calidad**

Innovadora Torre Profesional de Especialidades Médicas

- 13 niveles, 160 consultorios con equipamiento de última generación y más de 700 estacionamientos.
- Salas de espera privadas, área de toma de muestra y salas de lactancia.
- Diseño y construcción bajos estándares internacionales, state-of-the-art por Ingeniería Estrella.
- Conexión física con el Hospital Metropolitano de Santiago (acreditado por Accreditation Canada) y miembro de la Asociación Dominicana de Turismo de Salud.

Financiamiento disponible

Contáctenos al: 829-420-5269 | consultorioshhwc@homs.com.do
[@hhwcrd](https://www.hhwcrd.com) | [homs.com.do](https://www.homs.com.do) | Santiago de los Caballeros, R.D |



Por Lilian Tejeda

EL 'BOOM' DE LOS BONOS VERDES

EXISTE UNA CRECIENTE DEMANDA POR LOS BONOS TEMÁTICOS, SOBRE TODO POR LOS QUE APUNTAN AL DESARROLLO DE PROYECTOS QUE TIENEN UN IMPACTO POSITIVO EN EL MEDIOAMBIENTE.



En 2008, el Banco Mundial emitió el primer bono verde del mundo por un monto aproximado de 440 millones de dólares (mdd) para respaldar proyectos relacionados con el cambio climático. Esto abrió el camino a un mercado que desde entonces no ha parado de crecer, atrayendo a

emisores e inversionistas que quieren mostrar su compromiso con la agenda global del cuidado del medioambiente.

Desde entonces, el mercado ha registrado un crecimiento anual promedio de alrededor de 95 % y cierra cada año con máximos históricos, llegando a alcanzar su pico más alto en

los primeros tres meses de este 2024, según documenta la Iniciativa de Bonos Climáticos (CBI, por sus siglas en inglés), una organización internacional que trabaja para movilizar capital global para la acción climática.

La CBI registra que en el primer trimestre de este año se emitieron bonos

verdes, sociales, sostenibles, vinculados a la sostenibilidad y de transición (GSS+) por un monto de 272,700 mdd, un 15 % más que en el mismo período del año anterior y un 41 % más que el cuarto trimestre de 2023. De ese volumen, los bonos verdes representaron el 64 %, alcanzando un nuevo récord trimestral con 195,900 mdd.

“Hay fuertes indicios de que este será un año récord para los bonos verdes y los mercados de deuda sostenible en general”, pronostica la CBI en su Actualización trimestral del mercado.

Incidencia de los bonos verdes

El Banco Mundial define los bonos verdes como títulos de deuda emitidos específicamente para generar capital destinado a respaldar proyectos que ofrecen beneficios ambientales o que están relacionados con el cambio climático.

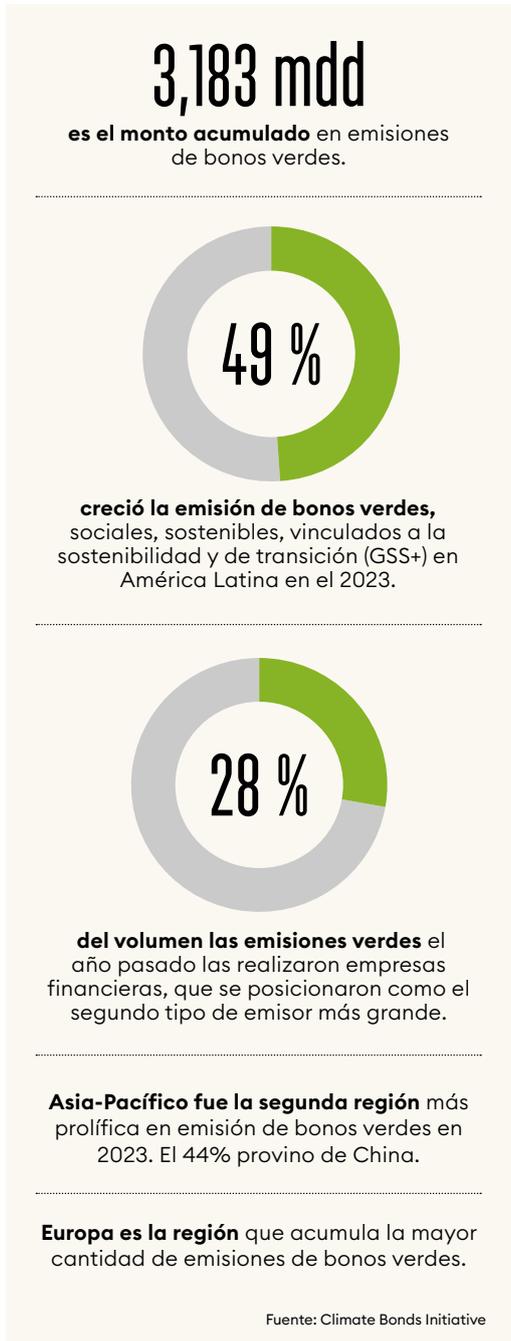
Entre las posibles iniciativas admisibles se encuentran obras de energía renovable, de eficiencia energética, como los edificios eficientes, de gestión sostenible de residuos, conservación de la biodiversidad, transporte limpio, entre otros.

Hasta el momento, el 75 % de las inversiones se concentra en tres sectores: energía, edificios y transporte, según la CBI.

Los proyectos aplicables para bonos verdes son sometidos a un riguroso proceso de evaluación por parte de expertos para determinar que cumplan con un objetivo ambiental como impulsar la transición hacia un desarrollo bajo en carbono, explica el Banco Mundial.

La entidad emisora realiza un seguimiento de la ejecución y presenta informes sobre el uso de los fondos y los impactos previstos en términos ambientales, detalla el documento explicativo titulado ¿Qué son los bonos verdes?

La emisión de bonos verdes refleja el compromiso de las personas y empresas con el medioambiente. Por esto



muchas entidades tienden a difundir en los medios de comunicación cuando realizan una operación de este tipo, explica el informe del Banco Mundial.

La especialista en sostenibilidad y resiliencia climática, María Isabel Serrano Dina, refuerza este planteamiento al afirmar que “ser ambientalmente

responsable mejora el posicionamiento de la empresa en el mercado nacional e internacional, le hace más competitivo y confiable”.

BONOS AZULES EN ASCENSO

La historia de los bonos azules, destinados a la protección de los recursos hídricos, los océanos y su biodiversidad, se remonta a diez años después del nacimiento de los verdes, específicamente al 2018, con la emisión del primer bono azul para apoyar proyectos pesqueros y marinos sostenibles en la República de Seychelles, un archipiélago de 455 kilómetros cuadrados (km²) situado en la costa oriental de África.

Aunque estos todavía están en su etapa incipiente, se espera que también tengan un importante crecimiento en los próximos años.

“Hoy, los bonos azules están donde estaban los bonos verdes hace diez años, y el mercado está preparado para ver un crecimiento igualmente rápido”, prevé Serrano, especialista en sostenibilidad y resiliencia climática.

Serrano hace énfasis en que en el Caribe existe una oportunidad de negocio “particularmente nítida” para los bonos azules debido a que hay 23 estados pequeños e insulares que dependen casi por completo de que los océanos sigan sanos a largo plazo.

El Banco Interamericano de Desarrollo (BID) proyecta que los bonos azules están posicionados para experimentar un “crecimiento impresionante”.

“Las inversiones oceánicas sostenibles están en ascenso. En una encuesta reciente, el 72 % de los inversionistas clasificó a la economía oceánica sostenible como algo en lo que se puede invertir. En todos los continentes están surgiendo miles de proyectos oceánicos sostenibles”, reseña el organismo en su informe titulado “Acelerando la emisión de bonos azules en América Latina y el Caribe”. **FB**

Por Lilian Tejeda

UN MERCADO EN EVOLUCIÓN

EN LOS ÚLTIMOS TRES AÑOS, EL MERCADO DE BONOS VERDES HA MOSTRADO GRAN DINAMISMO EN EL PAÍS. SE REALIZARON LAS TRES PRIMERAS EMISIONES, SE PUBLICÓ LA PRIMERA TAXONOMÍA VERDE DE LA REPÚBLICA DOMINICANA Y EL GOBIERNO LANZÓ EL PRIMER MARCO DE REFERENCIA DE BONOS VERDES, SOCIALES Y SOSTENIBLES.



FOTO: FREEPIK, GENERADO CON IA

La historia de los bonos verdes en República Dominicana inició hace poco, pero ha tenido una rápida evolución, sobre todo en este último año, cuando tanto el sector privado como el Gobierno han dado muestras claras de su interés por impulsar este mercado.

El primer instrumento bajo este concepto se emitió en abril del 2021. Se trató del fideicomiso de oferta pública Larimar I, de la Empresa Generadora de Electricidad Haina (EGE Haina), por un monto de 100 millones de dólares (mdd), cuya colocación ya terminó.

La finalidad de este fideicomiso es financiar o refinanciar proyectos de energía renovable de EGE Haina, una de las compañías líderes en impulsar la transición hacia fuentes más limpias en el sector eléctrico en el país.

Este año el Banco Popular Dominicano marcó un hito al convertirse en la primera entidad financiera en emitir un bono verde, por un monto de 2,500 millones de pesos, destinando al financiamiento o refinanciamiento de proyectos “con beneficios ambientales claros”.

Dicha institución se ha caracterizado por promover la sostenibilidad ambiental a través de iniciativas como Hazte Eco, un portafolio destinado a fomentar una economía baja en carbono por medio de préstamos con condiciones preferentes para la compra de vehículos híbridos y eléctricos, y paneles solares, entre otras acciones.

Ambas ofertas públicas han sido aprobadas por la Superintendencia del Mercado de Valores (SIMV) y están alineadas a los estándares internacionales que rigen este mercado.

El hito más reciente, hasta el cierre de esta edición, fue la primera emisión de bonos verdes por parte del Gobierno, través del Ministerio de Hacienda, por un monto de 750 mdd.

8,413 millones de pesos engloba la emisión de bonos verdes del sector privado en el país.

Mercado en América Latina y el Caribe 2023

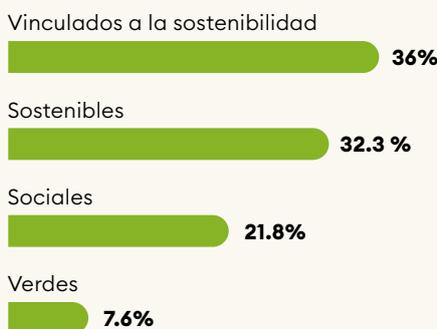
31,145 mdd

alcanzó la emisión de bonos verdes, sociales, sostenibles y vinculados a la sostenibilidad (GSSS) en la región.

52%

creció la emisión de bonos GSSS en Latinoamérica y el Caribe en el 2023.

Distribución de los GSSS en la región (2023)



Fuente: CEPAL

MÁS IMPULSO

Un paso significativo para el desarrollo de este mercado en el sistema financiero es la reciente publicación de la Taxonomía Verde de la República Dominicana, elaborada por la SIMV y el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales (MMARN), con la asistencia técnica de la Corporación Financiera Internacional (IFC, por sus siglas en inglés).

Este documento busca desarrollar definiciones claras de actividades o inversiones que incorporen objetivos ambientales nacionales, como abordar el cambio climático o reducir la

deforestación; y tiene como objetivo ayudar a los actores financieros y otros a determinar qué inversiones pueden etiquetarse como “verdes” para sus jurisdicciones, explica el superintendente del Mercado de Valores, Ernesto Bournigal Read.

“La taxonomía es sin duda un apoyo sustancial para el desarrollo de un mercado de valores verde y para todo el sistema financiero nacional”, apunta Bournigal.

Este instrumento, que se irá implementando de manera voluntaria y gradual, tiene como objetivos prioritarios la adaptación y mitigación del cambio climático, precisa el superintendente.

La Taxonomía Verde de la República Dominicana es la primera en América que contempla el criterio de no hacer daño significativo al agua y los recursos hídricos. Este es un capítulo nuevo, para el cual no se tenía referencia a nivel global, subraya Bournigal.

OTRO PASO DE AVANCE

En junio pasado el Gobierno publicó, a través del Ministerio de Hacienda, el primer “Marco de Referencia de Bonos Verdes, Sociales y Sostenibles de la República Dominicana”, un documento, también alineado a estándares internacionales, que regirá las emisiones de estos instrumentos financieros por parte del sector público.

“Este hito refleja el compromiso del Gobierno con la protección del medioambiente, las necesidades sociales y el desarrollo sostenible”, destaca el comunicado oficial difundido en esa ocasión.

Pocos días después, esta declaración fue reforzada con su primera emisión de bonos verdes.

En este contexto, el superintendente de Mercado de Valores anticipa que, en un corto plazo, habrá varios emisores adicionales de bonos temáticos y un auge en el desarrollo de productos verdes en todo el sistema financiero en el país. **FB**

Por Lilian Tejeda

EMISIONES QUE ABREN EL CAMINO EN EL SISTEMA FINANCIERO

ESPECIAL • BONOS VERDES Y AZULES | 32

SE ESPERA A QUE HAYA UN AUGE EN TODO EL SECTOR FINANCIERO EN EL DESARROLLO DE PRODUCTOS TEMÁTICOS RELACIONADOS CON LA SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL EN EL PAÍS, LUEGO DE QUE BANCO POPULAR DOMINICANO ESTE AÑO SE LLEVARA EL TÍTULO DE SER LA PRIMERA EMPRESA EN EMITIR UN BONO VERDE.

Este año, el Banco Popular Dominicano se consagró como la primera entidad financiera en emitir un bono verde en el país, despertando así el interés de otras entidades que también contemplan incursionar en este mercado.

A partir de este hito, se espera que haya un auge en todo el sector financiero en el desarrollo de productos temáticos relacionados con la sostenibilidad ambiental en República Dominicana.



FOTO: © FREEPIK, GENERADO CON IA

“Tenemos una oferta pública de una entidad de intermediación financiera que emitirá bonos sostenibles, el cual será el tercer bono temático que se emite en el país y el primero etiquetado como bono sostenible. En adición, sabemos que existen otras dos entidades de intermediación financiera que están en proceso de estructuración”, adelantó en junio a FORBES República Dominicana el superintendente demmm Mercado de Valores, Ernesto Bournigal Read.

Bournigal afirma que en el mercado local existe un alto apetito por estos instrumentos temáticos tanto de inversionistas institucionales como de personas físicas. Destaca, además, que República Dominicana está siendo foco de atención de inversores internacionales que buscan invertir en países que emitan instrumentos verdes, sociales y sostenibles.

De igual manera, la Bolsa de Valores de la República Dominicana (BVRD) apunta que esta iniciativa del Banco Popular es un reflejo del compromiso del sector financiero y empresarial con la sostenibilidad y la lucha contra el cambio climático, un tema prioritario en esta nación caribeña que con frecuencia siente los embates de los fenómenos naturales.

“Este evento no solo es un testimonio del crecimiento del mercado de bonos verdes en el país, sino que también representa un avance significativo hacia un futuro más sostenible”, señala la BVRD en un artículo publicado en su página web.

VISIÓN DEL EMISOR

Una de las razones que motivó al Banco Popular a emitir este primer bono verde, por un monto de 2,500 millones de pesos (mdp), es fortalecer su liderazgo como promotor del desarrollo sostenible y contribuir con la transición hacia una economía baja en emisiones de carbono, dice el vicepresidente ejecutivo de Negocios Empresariales y de Inversión de la entidad, Luis E. Espínola.

Los proyectos elegibles para ser financiados con estos fondos, cuya primera colocación ascendió a 300 mdp, son aquellos que beneficien el medioambiente, como obras relacionadas al transporte, energía, agua, construcción, residuos y control de contaminantes, agricultura, entre otros, explica Espínola.

“Esta emisión verde fortalecerá el liderazgo del Banco Popular Dominicano para seguir promoviendo el desarrollo sostenible en la nación, con todo el reconocimiento nacional e internacional que conlleva asumir esta responsabilidad”, destaca el ejecutivo.

Espínola subraya que este es un paso importante hacia la sostenibilidad financiera y ambiental, que beneficia tanto al país como a la entidad en términos de reputación, oportunidades de inversión y desarrollo del mercado de valores.

“Esto demuestra que la República Dominicana está adoptando prácticas financieras más responsables y alineadas con los estándares internacionales de sostenibilidad, fomenta el desarrollo de inversiones en proyectos verdes y sostenibles, lo que puede contribuir a la transición hacia una economía más limpia y resiliente al cambio climático”, afirma el ejecutivo.

Espínola sostiene que la institución financiera tiene muy clara la importancia del financiamiento sostenible para el planeta, las personas y la oportunidad de negocios que representa.

Resalta que esta emisión es una motivación para continuar aumentando la incidencia del banco, cuya cartera verde supera los 40,000 mdp en créditos, en la oferta y volumen del financiamiento sostenible en el país.

“Reconocemos que nuestro éxito y capacidad para continuar siendo rentables en el futuro depende de la prosperidad a largo plazo de la sociedad dominicana”, concluye Espínola, quien transmite este mensaje a los futuros emisores. 

440 mdd

monto de financiamientos aprobados por el Banco Popular para proyectos de energía renovable al cierre del 2023

73%

se ha destinado a proyectos de solar

13%

se apartó para parques eólicos

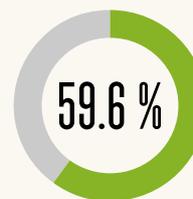
14%

se destinan a proyectos de biomasa

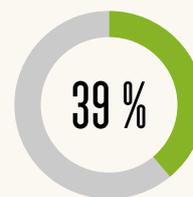
CRÉDITO VERDE

12,000 mdp

Monto acumulado en crédito verde destinado a empresas entre 2017 y 2022.



aumentó el crédito verde en el país entre 2017 y 2022



del crédito verde se ha destinado a plantas de generación eléctrica; 34 % a paneles fotovoltaicos; 26 % a molinos de viento y 1 % a otras áreas.

Fuente: Asociación de Bancos Múltiples (ABA)

CITY PLACE

LUXURY  CONDOS

— enjoy the ride —



 www.cityplace.com.do

 +1 829-520-8219



CITY PLACE

BIKE

Por Joan Sebastian

ALTA TECNOLOGÍA TRANSFORMA EL SERVICIO DE SALUD

LOS AVANCES TECNOLÓGICOS QUE ESTÁN IMPACTANDO EL MUNDO NO SOLO CAMBIAN LA FORMA EN QUE LAS PERSONAS INTERACTÚAN Y FACILITAN LA VIDA EN GENERAL, SINO QUE TAMBIÉN ESTÁN DANDO LUGAR A UNA REVOLUCIÓN EMERGENTE EN EL CUIDADO DE LA SALUD, LO CUAL TRANSFORMARÁ RADICALMENTE EL ACCESO A LA ATENCIÓN MÉDICA.



FOTO: © FREEPIK

D

Desde aumentar las posibilidades de curar enfermedades complejas hasta mejorar las condiciones físicas que postran a pacientes, las tecnologías digitales de salud, o e-Salud, están revolucionando el panorama médico de manera significativa.

Estas tecnologías no solo facilitan el diagnóstico temprano y preciso, sino que también permiten un monitoreo continuo y personalizado de la salud, mejorando así la calidad de vida de los pacientes y optimizando los recursos sanitarios disponibles.

República Dominicana no es ajena a esa realidad. “En el tema de diagnósticos y tratamientos a nivel de nuevas tecnologías, el país está a la vanguardia”, sostiene Fedor Vidal, CEO de Arium Salud Digital y experto internacional en tecnología y negocios de la salud.

El sector salud ha experimentado avances significativos en el diagnóstico por imagen, explica Mirna Santiago, cirujana oncóloga y gerente de cirugía del Instituto de Oncología Dr. Heriberto Pieter. La especialista explicó a Forbes cómo la inteligencia artificial (IA) y nuevas tecnologías están mejorando

la precisión y eficiencia de los diagnósticos médicos en el país.

“Actualmente contamos con instituciones que utilizan inteligencia artificial para el diagnóstico mediante sonografía”, afirmó Santiago. La IA facilita comparativas con bases de datos históricas, permitiendo a los médicos identificar enfermedades sospechosas con mayor rapidez y precisión. A pesar de la sofisticación de esta tecnología, el costo no ha aumentado, haciendo que estas herramientas sean accesibles para un mayor número de pacientes.

Estas herramientas tecnológicas benefician al paciente y al sistema de salud. “Ahora bien todo debe ser llevado por una clara visión integral de cada uno de los actores, y creemos que vamos por el camino correcto”, agregó el doctor Héctor Sánchez Navarro, subdirector general y miembro del Consejo de Administración del Hospital Metropolitano de Santiago (HOMS).

INNOVACIONES

El HOMS es un claro ejemplo del avance en términos de innovaciones tecnológicas aplicadas a la salud en

República Dominicana. De hecho, se considera como pionero en cirugía robótica en a nivel nacional con la certificación internacional de Accreditation Canada (ACI) como garantía de la seguridad y calidad asistencial.

Los beneficios de la cirugía robótica son bastantes, según Sánchez Navarro. Una cirugía tecnológica, considerablemente más segura, le da al cirujano condiciones para operar con más capacidad visual, así como visión tridimensional full HD. “La cirugía robótica tiene ventajas que son incuestionables sobre la cirugía convencional, con amplios beneficios para los pacientes que sean tratados con este sistema”, dijo.

Algunos de los beneficios que proporciona son menos tiempo de hospitalización, pronta recuperación, menor trauma y dolor. Además, tienen mejores resultados estéticos, rápido retorno a las actividades rutinarias, mayor seguridad y menos complicaciones.

En ese sentido, entre los procedimientos robóticos que se realizan en el país incluye cirugía torácica, urológicas, oncológicas, de obesidad, ginecológicas, colorrectal, de reflujo gastroesofágico, de hernia y digestivas en general. En el caso de las sonografías, en República Dominicana se ha incorporado tomógrafos con cortes axiales de alta resolución, capaces de detectar imágenes de tan solo 3 a 5 milímetros. “Anteriormente, algunas imágenes pequeñas podían pasar desapercibidas, pero ahora, con estos cortes tan finos, podemos detectar anomalías con una sensibilidad mucho mayor”, explicó Santiago.

Los avances en el sector salud son una realidad que respalda Vidal, quien destacó el crecimiento notable de la tecnología robótica y los métodos diagnósticos inteligentes, especialmente en imágenes como resonancia magnética. Según él, muchos proveedores están implementando protocolos de inteligencia artificial para mejorar la precisión diagnóstica en este ámbito.

EXÁMENES EN 3D

La cirujana oncológica Mirna Santiago destaca los avances logrados en la realización de mamografías. En el país se ha adoptado la tecnología de mamógrafos 3D, reduciendo el dolor y mejorando la detección de lesiones pequeñas. “Anteriormente, las mamografías 2D eran incómodas para las pacientes debido a la compresión necesaria. Hoy en día, con mamógrafos 3D, la compresión es mínima y podemos detectar lesiones sospechosas sin necesidad de sintomatología visible”, agregó Santiago.

De hecho, también se ha avanzado en técnicas oncoplásticas para el tratamiento del cáncer de mama. Estas técnicas permiten conservar la mama y realizar reconstrucciones en caso de mastectomía, todo ello accesible a través de la Seguridad Social. “Hoy día, no necesariamente se debe extirpar la mama debido al cáncer. Podemos utilizar moléculas que atacan directamente al tumor y técnicas quirúrgicas especializadas que hemos traído al país”, señaló.

En el caso de las patologías tiroideas, el país ha introducido técnicas avanzadas que permiten realizar tiroidectomías a través de la cavidad oral, una opción que minimiza las cicatrices visibles y acelera la recuperación del paciente. “Estas herramientas, que no son comunes en toda Latinoamérica, están disponibles en República Dominicana, lo que nos coloca a la vanguardia en cirugía tiroidea”, explicó Santiago.



Además, resaltó los avances locales en cirugía guiada de neurocirugía, equiparables a estándares internacionales avanzados, reflejando un progreso notable en métodos de tratamiento especializados.

Por otro lado, Vidal también mencionó un incremento en la realización de trasplantes en centros de salud, junto con el uso creciente de análisis especializados para diagnósticos de laboratorio. Estos desarrollos indican una tendencia hacia la mejora continua de la atención médica en el país.

AVANCES EN ONCOLOGÍA

Otro avance significativo en el territorio dominicano es el uso de tomografía por Emisión de Positrones (PET scan, por sus siglas en inglés), una tecnología que utiliza radioactivos similares a la glucosa para identificar células cancerosas con alta precisión. “En República Dominicana, contamos con cuatro PET scans, lo cual es considerablemente alto para nuestra población”, mencionó la gerente de cirugía del Instituto de Oncología Dr. Heriberto Pieter. Esta herramienta es crucial para detectar lesiones sospechosas de hasta 3 milímetros en etapas muy tempranas, mejorando así las posibilidades de tratamiento efectivo.

Según un informe del Instituto Nacional del Cáncer Rosa Emilia Sánchez Pérez de Tavares (INCART), tanto hombres como mujeres con una edad entre 60-69 años se ven más afectados por las patologías oncológicas y dando especificidad según sexo, las mujeres tienen cáncer con mayor frecuencia.

Para ambos sexos, el cáncer de mama es el que más afecta con una media porcentual de 18.59% para los casos de 2019-2021, y a su vez es el que presenta mayor morbilidad, generando más defunciones. Según las estimaciones del INCART, para el 2020, en República Dominicana se reportaron 19,816 casos nuevos

de cáncer y se registraron 12,107 defunciones relacionadas con esta enfermedad.

“Los avances en diagnóstico por imagen están permitiendo que hoy en día podamos realmente diagnosticar en etapas muy tempranas”, sostuvo Santiago. En los hombres el cáncer de próstata representa la principal amenaza con una media de 127 casos para el periodo 2019-2021, mientras que en las mujeres el cáncer de mama es el más predominante con una media de 207 casos que respecto a la morfología, el cáncer más frecuente fue el adenocarcinoma con una media porcentual de 32.81%.

En ese sentido, la especialista destacó los avances en el manejo del cáncer de mama, así como diagnóstico y tratamiento de enfermedades oncológicas, especialmente en el uso de tecnologías endoscópicas y métodos avanzados de imagen, destacando que, en cuanto a estudios diagnósticos endoscópicos para la detección de tumores digestivos, República Dominicana se encuentra bien posicionada.

Gracias a la disponibilidad de moléculas dirigidas que atacan específicamente a los tumores, y a las técnicas oncoplásticas, ahora es posible conservar la mama en muchos casos. “Anteriormente, un diagnóstico de cáncer de mama significaba la pérdida de la mama. Hoy en día, eso no es necesariamente el caso. Podemos utilizar tratamientos que reducen el tumor y aplicar técnicas quirúrgicas especializadas que permiten conservar la mama”, señaló Santiago.

La introducción de endoscopios avanzados, que pueden identificar lesiones en la pared intestinal con cambios de luz, permite detectar anomalías potencialmente malignas antes de que se conviertan en masas evidentes. Esta capacidad ha mejorado notablemente la precisión en el diagnóstico temprano de enfermedades gastrointestinales.



FOTO: © HOSPITAL METROPOLITANO DE SANTIAGO

Además, Santiago explicó que se han logrado avances en biopsias difíciles de alcanzar, como las del páncreas, gracias a la ultrasonografía endoscópica. “Antes era extremadamente complejo diagnosticar tumores pancreáticos debido a su difícil acceso. Ahora, con la ultrasonografía endoscópica, podemos realizar biopsias en áreas de localización compleja”, indicó.

RETOS EN LA ADOPCIÓN DE NUEVAS TECNOLOGÍAS

República Dominicana enfrenta desafíos significativos en la adopción de nuevas tecnologías en salud. La digitalización es crucial para la competitividad de los proveedores de servicios de salud, pero se enfrenta a obstáculos como altos costos y complejidades en la implementación. El marco normativo actual tapara el expediente de salud electrónico, el rol de profesionales y usuarios, y la protección de datos. A pesar de estos desafíos, la inacción presenta un riesgo mayor, destacando la necesidad urgente de superar estos obstáculos para avanzar en la salud digital.

INTELIGENCIA ARTIFICIAL

El experto en innovación en salud, Vidal, aunque sostiene que ha habido un notable aumento en los casos de uso de Inteligencia Artificial para diagnósticos, entiende que es demasiado pronto para su implementación generalizada debido a la complejidad involucrada. “La inteligencia artificial en su fase inicial en el área de salud no está lista para el diagnóstico y tratamiento de enfermedades”, afirmó.

Vidal señaló que, a nivel mundial, varias empresas están desarrollando programas específicos para el prediagnóstico y diagnóstico inicial. Sin embargo, advirtió que estos proyectos aún necesitan al menos dos a tres años más para ser viables para el público, dada su complejidad técnica y regulatoria.

En términos de aplicaciones prácticas, la IA en salud actualmente se concentra principalmente en mejorar la eficiencia operativa. “Estamos viendo un enfoque significativo en áreas operativas como la gestión de citas, asignación de recursos médicos, y eficiencia en los procesos administrativos y financieros”, explicó Vidal. Esto incluye iniciativas como la gestión digital de pacientes y la optimización de unidades quirúrgicas y consultorios.

En el contexto específico de la República Dominicana, Vidal mencionó que hay algunos esfuerzos incipientes en el uso de IA en salud. Por ejemplo, Arium Salud Digital está desarrollando proyectos para mejorar la eficiencia hospitalaria y la precisión diagnóstica inicial mediante estructuras de preguntas automatizadas. Otros ejemplos incluyen el uso de registros electrónicos inteligentes y procesos automatizados en sus operaciones. Sin embargo, Vidal enfatizó que el país aún enfrenta desafíos significativos, como la falta de datos estructurados y la ausencia de una codificación clínica estandarizada que pueda soportar desarrollos avanzados en IA.

Vidal destacó la importancia de

utilizar la tecnología para eficientizar los procesos de atención médica, así como para mejorar aspectos relacionados con la facturación y la agenda inteligente en colaboración con las Administradoras de Riesgos de Salud (ARS) y otros pagadores. “Es aquí donde la República Dominicana puede empezar a ver grandes impactos, especialmente en los centros de atención interconectados”, añadió.

El especialista identificó tres grandes áreas clave: la optimización de las operaciones en todos los niveles del sector salud, desde prestadores hasta farmacias, laboratorios y centros de imágenes; la eficientización de los procesos de pago a través de tecnología avanzada; y la promoción de la interoperabilidad para compartir información relevante y agilizar los procesos de atención en el país.

De manera particular, en el HOMS destaca por su avanzada gestión clínica y la integración de tecnologías de vanguardia. Según Sánchez Navarro, el centro ha implementado un sistema digital de gestión de pacientes y planea incorporar tecnología diagnóstica no invasiva en

especialidades como urología y oftalmología. Entre sus innovaciones destacan el uso del sistema quirúrgico Da Vinci Xi de Intuitive Surgical, considerado el más avanzado a nivel mundial.

Además, el hospital está adoptando inteligencia artificial y Big Data en medicina, especialmente en cirugía, posicionándola como una disciplina médica líder en aplicaciones tecnológicas. Se prevé que la cirugía robótica se democratice en los próximos años, no solo en República Dominicana, sino en toda Latinoamérica.

Es así como los avances en la adopción de nuevas tecnologías para diagnósticos en imágenes y procedimientos guiados están marcando un nuevo despertar en el sector de la salud en República Dominicana. Con progresos destacables en tecnologías de imágenes, laboratorio y protocolos especializados, el país está posicionándose como líder regional en innovación médica. Sin embargo, para capitalizar completamente el potencial de estas tecnologías, es crucial abordar los desafíos operativos pendientes y fortalecer la infraestructura necesaria. **fb**

SERVICIO NACIONAL DE SALUD EN CIFRAS

Datos de 2023

TOTAL DE CONSULTAS EXTERNAS	6,631,359	
Primera vez	2,183,949	32.93%
Subsecuentes	4,447,410	67.07%
TOTAL DE PRUEBAS DE IMÁGENES	3,345,134	
Ambulatorias	1,914,607	57.24%
Emergencias	1,056,453	31.58%
Hospitalizaciones	374,074	11.18%
TOTAL DE CIRUGÍAS	394,835	
Cirugía mayor	156,002	39.51%
Cirugía menor	238,833	60.49%

Fuente: Repositorio de Información y Estadísticas de Servicios de Salud

SALUD 4.0: LA INCIDENCIA DE LA IA

La capacidad de los algoritmos de aprendizaje profundo y otras técnicas de IA para analizar grandes conjuntos de datos permite el avance del desarrollo de numerosas disciplinas, especialmente la salud.

El impacto de la Inteligencia Artificial (IA) en la atención médica es innegable, y su papel se intensifica en el ámbito del diagnóstico. La capacidad de los algoritmos de aprendizaje profundo y otras técnicas de IA para analizar grandes conjuntos de datos clínicos, imágenes médicas y datos genómicos ha revolucionado la forma en que los profesionales de la salud abordan la identificación y predicción de enfermedades.

La IA permite una detección más temprana y precisa de patologías, contribuyendo así a mejorar las tasas de éxito en tratamientos y procedimientos médicos. La IA tiene el potencial de transformar el sector pero los tomadores de decisión tienen el reto de hacer una aproximación asertiva y responsable.

Una visión de la Organización Mundial de la Salud (OMS) refuerza la perspectiva del poder de la IA en la salud: “La IA puede utilizarse para facilitar la atención clínica; reforzar la investigación en el ámbito de la salud y el desarrollo de medicamentos, y apoyar diversas intervenciones de salud pública, como la vigilancia de la morbilidad, la respuesta a los brotes y la gestión de los sistemas de salud”.

Desde la perspectiva de la innovación, la IA no solo optimiza la precisión diagnóstica, sino que también revoluciona la gestión de la información en los sistemas de salud. La capacidad de la IA para procesar grandes volúmenes de datos administrativos agiliza los procesos e impulsa nuevas formas de diagnosticar y atender los padecimientos.

La capacitación continua es esencial para garantizar que los médicos y el personal de atención médica comprendan y confíen en las herramientas de IA y propongan nuevas y mejores formas de atender a los pacientes. La implementación exitosa requiere una transición suave, donde la tecnología se integre de manera natural en la rutina diaria de los profesionales de la salud.

La innovación en el campo de la salud ya no ve a la IA como una herramienta futurista, sino como un aliado presente. En lugar de reemplazar a los profesionales de la salud, la IA complementa su experiencia, permitiéndoles tomar decisiones fundamentadas respaldadas por análisis de datos exhaustivos. Esto no solo mejora la calidad de la atención, sino que también libera tiempo para una interacción más significativa entre médicos y pacientes.

Ejemplos de esta revolución en el ámbito de la Salud 4.0 son los dispositivos como los monitores de glucosa continuos para pacientes con diabetes. Estos dispositivos están conectados a través de la nube, recopilando datos en tiempo real sobre los niveles de glucosa y enviando alertas automáticas en caso de fluctuaciones anómalas. La IA analiza estos datos para prever patrones, permitiendo al médico ajustar los planes de tratamiento de manera más personalizada y proactiva.

Otro ejemplo es el uso de la telemedicina y la IA en la detección temprana de enfermedades. Plataformas de salud digital ofrecen consultas virtuales respaldadas por algoritmos inteligentes que analizan síntomas y datos médicos del paciente. Estos algoritmos pueden ayudar a los médicos a realizar diagnósticos más rápidos y precisos, optimizando el tiempo de respuesta en situaciones críticas. Puntualmente en el ámbito de la innovación, se han desarrollado aplicaciones móviles que utilizan la realidad virtual para proporcionar terapia a pacientes con trastornos de ansiedad o fobias.

El diagnóstico asistido por IA abarca la identificación temprana de patrones en datos clínicos, lo que puede prever la progresión de enfermedades y permitir intervenciones preventivas. Esto no solo es beneficioso para los pacientes, sino que también reduce los costos asociados con tratamientos más prolongados y complejos.

La revolución de la IA en la salud desde la perspectiva de un innovador se trata de transformar la forma en que entendemos y ofrecemos atención médica. El diagnóstico asistido por IA es solo el comienzo; la sinergia entre la tecnología y la experiencia humana está allanando el camino para un futuro donde la salud personalizada y eficiente es la norma. **F**

Leonardo Solís Garmendia

Empresario, conferencista y articulista en temas de transformación digital, datos e inteligencia artificial. Fundador y director general de Mobiik.

Amadita apuesta por la excelencia reforzando su liderazgo con nuevas designaciones ejecutivas

Han sido 65 años donde el laboratorio clínico de República Dominicana ha logrado una expansión y modernización de sus servicios para transformar experiencias en soluciones de vida.



Giancarlo Sanguinetti Durand, director ejecutivo general (CEO).

El laboratorio clínico líder de República Dominicana anunció recientemente la culminación de la tercera fase del fortalecimiento de su gobernanza corporativa, con la designación de Alberto Bergés González como nuevo presidente del Consejo de Administración de Amadita y de Giancarlo Sanguinetti Durand como director ejecutivo general (CEO).

Estos nombramientos son parte de un plan estratégico de Amadita a largo plazo que inició en el año 2019, y cuyo objetivo es fortalecer el posicionamiento de la empresa como líder en el sector salud en el país.

A partir de dichos nombramientos, el rumbo estratégico y visión de negocio estará liderada por un Consejo de Administración bajo la presidencia

de Bergés y con un mix de directores que incluye accionistas, externos e independientes y que fortalecen la gobernabilidad del laboratorio clínico siguiendo las mejores prácticas a nivel internacional.

Las riendas directivas y operativas de la empresa, a nivel ejecutivo, estarán dirigidas por Giancarlo Sanguinetti Durand quien, desde su cargo como CEO, buscará seguir consolidando la marca.

Amadita fue fundada en 1959 por Amada Pittaluga de González, por lo que este año cumple 65 siendo el laboratorio clínico líder, con más de 60 sucursales ubicadas estratégicamente en lo largo y ancho del país. La empresa está certificada ISO 9001 y su acreditación ISO 15189, lo que se convierte en un garante de calidad.

Amadita Laboratorio Clínico es monitoreada por organismos internacionales para la validación del cumplimiento de los procesos, asegurando así resultados clínicamente confiables. Además, desde sus inicios, ha sido un aliado en salud y bienestar de República Dominicana, no solo por ofrecer un servicio de calidad, sino también por su gran aporte altruista y social.

NUEVAS DESIGNACIONES

“Velar porque el legado de Amadita prevalezca será esencial en esta nueva etapa de gobernanza corporativa. Ese legado es el reflejo de que cuando se trabaja con pasión, compromiso, respeto y sentido de servicio, todos los objetivos se pueden lograr”, señala Alberto Bergés González, quien ocupará el sillón presidencial del Consejo de Administración.



Alberto Bergés González, presidente del Consejo de Administración de Amadita.

Bergés es abogado con un máster en Derecho Bancario y Regulación Financiera de la Universidad de Boston. Su experiencia ejecutiva y corporativa en el ámbito legal de más de 15 años, han consolidado su carrera con un gran éxito en su carrera directiva.

Desde 2019, ha desempeñado roles claves dentro de Amadita dentro del ámbito de la gobernabilidad. Fue secretario en los Consejo de Administración y en 2021, fue designado miembro del Comité de Estrategia y Gobernabilidad del grupo empresarial familiar, desde donde realizó

aportes significativos para el desarrollo y crecimiento de las diferentes empresas y negocios del mismo.

Siguiendo esta línea, al año siguiente fue nombrado vocal del Consejo de Administración y luego, en 2023, designado miembro del Comité Ejecutivo, demostrando su compromiso y liderazgo en el desarrollo y dirección estratégica de la compañía.

“En este nuevo capítulo de la empresa, como presidente del Consejo de Administración, seguiré sumando a ese legado como parte de un magnífico

equipo de trabajo compuesto por directivos de la empresa y miembros de los órganos de gobierno, y gracias a todo el talento de la organización que nos acompaña desde hace años. Nuestra visión es que Amadita siga siendo un referente internacionalmente. Que nuestros servicios sigan siendo un ejemplo de excelencia y calidad”, añade.

Por su lado, Giancarlo Sanguinetti, llega a transformarse en el nuevo CEO de la empresa dominicana. Cuenta con más de 25 años de experiencia en el sector salud, desempeñando roles de liderazgo y alta gerencia en países como Perú, Ecuador, Colombia y Chile; así como asesor y miembro de directorios en otras latitudes.

Su amplia formación incluye haber completado dos carreras universitarias, una en Administración de Negocios y otra en Comunicaciones con especialidad en Psicología del Consumidor, respaldadas por un MBA con mención en Finanzas de la Universidad Ricardo Palma, y una maestría en Gestión Empresarial. Siendo su alma mater el IESE de la Universidad de Navarra, refrendada por la Universidad de Piura, en Lima, Perú.

“Sin duda alguna, Amadita ha forjado un legado invaluable en el sector salud de República Dominicana. Nuestro objetivo de negocio ahora estará enfocado en seguir invirtiendo en la profesionalización de nuestro talento humano y en nuevas tecnologías, para mantenernos a la vanguardia y seguir ofreciendo un servicio de calidad y confiable a todos los pacientes que nos visitan día a día”, asegura Sanguinetti.

Y el director ejecutivo general concluye: “Durante estos 65 años, Amadita ha logrado estar presente en todos los rincones de la República Dominicana. Seguiremos transitando en ese camino de expansión, modernización y tecnificación de nuestros servicios, para seguir honrando nuestra filosofía empresarial, que es transformar experiencias en soluciones de vida”.

Por Vanessa Arenas

LA RUTA GAMER DE SAMSUNG

EL 14 DE MAYO, SAMSUNG LANZÓ UN ESPACIO VIRTUAL EN LA ISLA MÁS NUEVA DEL ESTUDIO MATILHA INC., EN FORTNITE. NO ES LA PRIMERA VEZ QUE LO HACE. DE HECHO, EN 2022, EMPEZÓ A EXPLORAR CON ESTE VIDEOJUEGO QUE MUEVE A NIÑOS Y ADULTOS POR IGUAL. DESDE ENTONCES, MÁS DE 1,5 MILLONES DE PERSONAS HAN JUGADO EN SUS ESPACIOS. LA TECNOLÓGICA SURCOREANA SE PREPARA PARA INTEGRAR INTELIGENCIA ARTIFICIAL A SUS ACCIONES EN EL SEGMENTO GAMER.

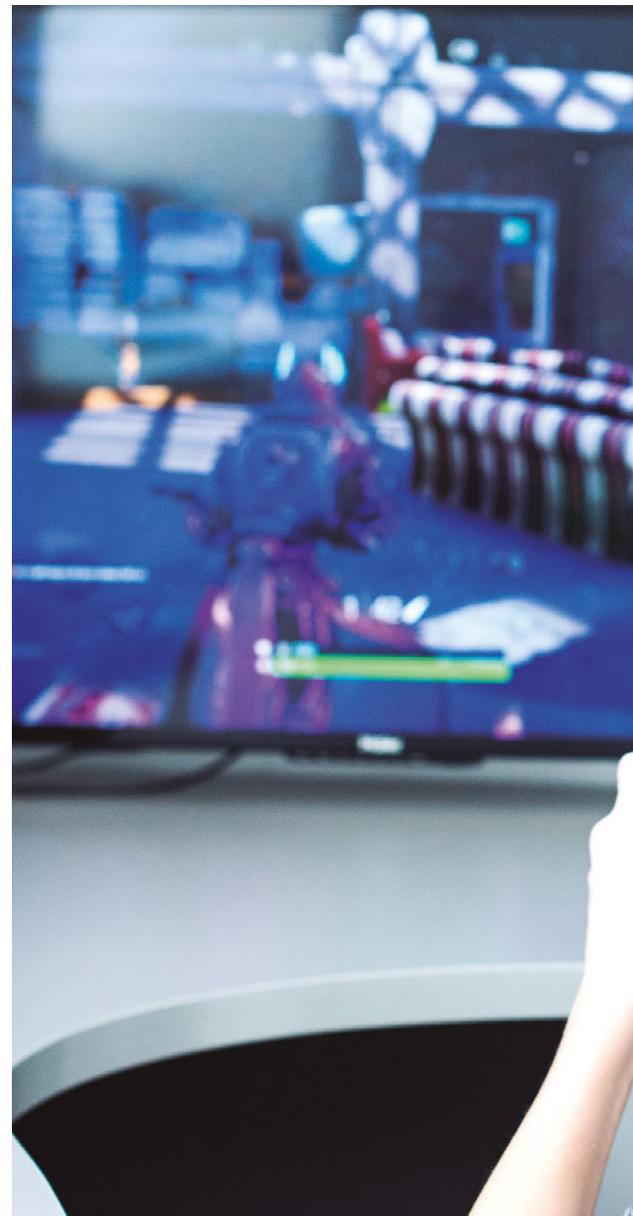
Hasta marzo de 2024, se contabilizaban más de 221 millones de jugadores Fortnite a escala mundial. De hecho, solo el domingo 9 de junio de 2024, a las 2:20 de la tarde, estaban conectados 1,7 millones de personas en todas sus modalidades de juego y 346.538 en la modalidad Battle Royale, de acuerdo con datos de su sitio oficial. Sin embargo, esta cifra se queda corta al encontrar que este videojuego, creado en 2017, tiene una base de usuarios registrados que supera los 600 millones.

Fortnite fue desarrollado por Epic

Games y, según el portal Games Champions, le ha generado casi 6.000 millones de dólares de ingresos a la empresa.

En el top cinco de los países donde más se juega Fortnite se encuentran dos latinoamericanos: Brasil en el tercer puesto y México en el quinto. Estados Unidos es el número uno con una estimación aproximada de casi 108,2 millones de jugadores. Esto lo tuvo muy presente la tecnológica multinacional Samsung a la hora de buscar una comunicación directa y una experiencia inmersiva para el público *gamer* que abarca casi todas las generaciones.

“La generación Z está muy fuerte en



el público *gamer*, pero hay que entender que en todas las generaciones hay personas *gamers*, incluyendo generación X e, incluso, los llamados *baby boomers*. Yo diría que entre los 15 años y los 45 años está el público sobresaliente”, dice en entrevista con **Forbes**, Thomaz Leopoldo, *senior marketing manager* de Samsung Latam.

El ejecutivo agrega que las personas que eran *gamers* de niños lo



siguen siendo cuando crecen y, ahora, sus hijos también lo son. “Con las nuevas tecnologías como la inteligencia artificial (IA) y la gamificación, entendemos que el *gaming* estará cada vez más en la vida de las personas, porque no es solo entretenimiento. Para muchas personas es un trabajo, un deporte con campeonatos profesionales, es una industria cada vez más completa”.

SAMSUNG Y FORTNITE

El pasado 14 de mayo, Samsung amplió su presencia en este universo con el lanzamiento de un espacio virtual en la isla más nueva del estudio Matilha Inc. en Fortnite, Sunset RP. Allí los jugadores pueden acceder a la Mansión de Aventuras de SAM, una casa exclusiva con productos conectados de la marca, que promueve misiones y aventuras con derecho a diferentes recompensas.

Sunset RP es un espacio donde los jugadores pueden interactuar entre sí. La isla tiene cuatro cuadrantes en su mapa y es en el residencial donde los jugadores encontrarán la mansión de aventuras. Los visitantes serán recibidos por SAM, el *influencer* digital de Samsung, que entregará a los jugadores un objeto del juego para activar las misiones.

La mansión está equipada con



diferentes productos conectados a través de SmartThings: aire acondicionado y TV en el salón, refrigerador en la cocina, un Jetbot en el dormitorio, además de luces interactivas en la pista de baile Sunset Stage. Cada uno de estos productos ofrece al jugador una misión especial, hasta un total de cinco misiones. Al completar cada una de ellas, el jugador tendrá una recompensa: un ítem de juego para toda la vida por cada etapa completada.

“Estamos creando un espacio de Samsung en una isla de un juego que ya existe y donde ya hay muchos jugadores. Ahora estamos yendo hacia los jugadores. Es muy importante hacer algo que sea entretenido para ellos, entonces no tiene sentido hacer algo solo para mostrar el producto. Creamos un juego donde puedes disfrutar mientras los conoces”, resalta Leopoldo.

Pero no es la primera vez que Samsung Latinoamérica trabaja con Fortnite. En 2022, creó su primer espacio en este videojuego para generar interacción con productos y servicios. Así fue con el lanzamiento del Galaxy Flip 3 y después con el del Galaxy S23.

Desde el inicio de esta alianza entre la empresa y el videojuego, ya han jugado cerca de 1,5 millones de personas solo en los espacios que Samsung ha creado especialmente en Fortnite., por lo que la oportunidad es cada vez más amplia.

“La comunidad *gamer* es muy grande y para nosotros es muy importante estar cerca, crear una relación profunda. Estamos creando nuevos productos con tecnologías innovadoras muy interesantes para los videojuegos”, agrega.

IA EN VIDEOJUEGOS

A inicios de junio, Samsung tenía programado lanzar un nuevo espacio también en

Fortnite. Se trata de una arena creada con inteligencia artificial, con funcionalidades que también incorporan esta tecnología mientras juegan los competidores y se enfrentan unos contra otros para ganar activaciones.

“La inteligencia artificial que tenemos dentro de nuestros productos permite una mejor experiencia. Por ejemplo, estás jugando y viene alguien o algo detrás que, por lo general, no podrías escuchar. La IA permite aislar los sonidos para poder percibir mejor otros y eso no lo tienen todos los dispositivos”, explica el ejecutivo.

“Mi visión es que está creciendo cada vez más esta industria y tiene cada vez más marcas y compañías hablando con el público, relacionándose o queriéndose relacionar. Pero, para nosotros, es importante hacerlo de una manera que sea significativa para el *gamer*”, finaliza Leopoldo. **fb**



**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

Por Forbes Staff

TURISMO EN CENTROAMÉRICA

REPÚBLICA DOMINICANA HA SALIDO EXITOSA EN LA RECUPERACIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA. PERO, ¿CÓMO HAN ENFRENTADO LOS RETOS OTROS PAÍSES CERCANOS? AQUÍ UNA MIRADA A LA ESTRATEGIA DE CENTROAMÉRICA.

Los países de Centroamérica muestran un músculo poderoso en la industria turística, que ya da cuenta de la recuperación con más de 24 millones de visitantes en 2023.

LA industria del turismo fue una de las más perjudicadas en Centroamérica a raíz de la pandemia del COVID-19, debido a que desde marzo de 2020 puso freno a una actividad que es clave para el crecimiento y desarrollo regional.

No obstante, el istmo está cerca de recuperar los niveles de atracción de turismo previo a la pandemia, estiman expertos relacionados con la industria. A pesar de esta perspectiva positiva, la recuperación del

turismo en la región centroamericana ha sido acelerada, pero desigual. En 2022, Centroamérica alcanzó un nivel de visitas que fue 93% del que tenía previo a la pandemia, superior al reportado a nivel mundial (80%) y continental (86%), de acuerdo con datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT) en 2023.

Esta recuperación ha sido liderada por El Salvador y Guatemala, estos países incluso superaron las llegadas de turistas en 2019, pues alcanzaron un nivel de recuperación de un 111%, un 107% y un 105% en 2022, respectivamente.

La evolución para alcanzar las cifras de 2019 ha sido más desafiante para Panamá (85%), Honduras (83%),



FREPIK

Costa Rica (74,8%) y Belice (74,5%), según datos de la OMT y del Programa Estado de la Nación.

“Centroamérica está viviendo un momento importante a nivel internacional en cuanto a turismo se refiere. Creo que después de la pandemia, la región es una de las partes más visitadas en la actualidad”, explica Boris Iraheta, secretario general de Central America Tourism Agency (CATA).

Una muestra de que la industria turística es importante en la región centroamericana es el proyecto de NYA, ubicado en Guanacaste, Costa Rica. Dicho proyecto contará con dos torres residenciales con 182 unidades, una laguna, un centro de deportes y bienestar, así como un área comercial y de restaurantes. Se espera que esté listo para este 2024.

“Hemos venido avanzando también en la pavimentación de la entrada principal de NYA, siendo así, el primer proyecto en Guanacaste en utilizar ecoadoquines en un área inicial de más de 5,000 m² y los cuales contienen 7,500 kg de residuos plásticos, equivalentes a 423,600 botellas de plástico”, ha explicado John Scheman, presidente de NYA.

Este tipo de proyectos muestran que el futuro del turismo en Centroamérica es prometedor, pero el istmo debe de hacer frente a una reconfiguración del entorno turístico, ya que

el turismo local ha tomado gran relevancia, de acuerdo con artículo ‘De la recuperación a la resiliencia: desafíos para el turismo en Centroamérica y República Dominicana después de la pandemia’. Además, el 8% de la biodiversidad del planeta se encuentra en Centroamérica, según la OMT.

Iraheta menciona que parte del éxito de la recuperación del turismo en la región es el interés de los gobiernos por impulsar la marca país. “Los gobiernos tienen que impulsar la presencia de sus países a nivel internacional. Además, la promoción de la marca centroamericana es importante en el plano global, debido a que los países cuentan con los recursos técnicos para potenciar sus industrias turísticas”.

Señala que los retos a los que debe enfrentarse la región son el tema de la sostenibilidad, debido a que los recursos naturales deben protegerse y usarse de mejor forma para su preservación. “La principal característica de Centroamérica es que es una región natural que alberga una gran biodiversidad y tiene un gran contacto con la naturaleza”, añade.

La OMT menciona que el principal factor que pesa sobre la recuperación efectiva del turismo internacional en 2024 es la situación económica, ya que la elevada inflación y la subida de los precios del petróleo aumentan los costes del transporte y el alojamiento.

Por ende, es de esperar que los turistas procuren cada vez más encontrar una buena relación calidad-precio y viajar a lugares más cercanos.

4.7% DE PIB REGIONAL

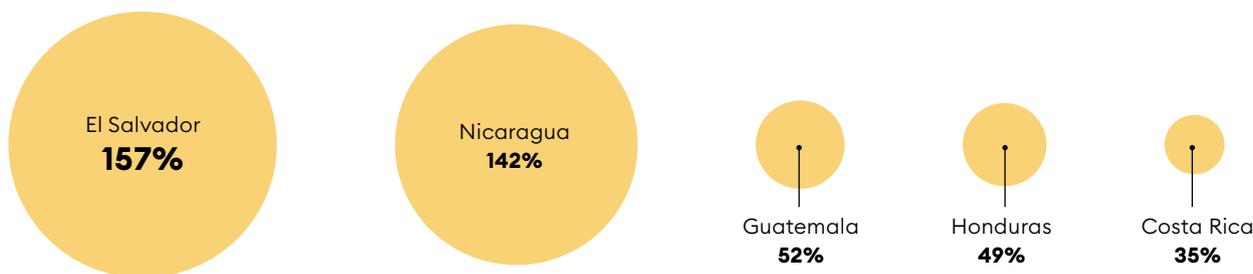
El turismo, como sector productivo, ha generado diversos beneficios para las economías centroamericanas; es responsable de aproximadamente 9,320 millones de dólares (MDD) de ingresos, contribuye en promedio con el 4.7% del PIB regional y una de cada 8 personas trabaja en el sector, indica la Secretaría de Integración Económica Centroamericana en su estudio *El papel económico del turismo en Centroamérica*.

El Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC, por sus siglas en inglés) y la firma ForwardKey señalaron en un análisis en el marco de la Feria Internacional de Turismo (Fitur) 2024 que Centroamérica tendrá un panorama alentador para este 2024. El 2023 fue un año clave para la reactivación turística de Centroamérica, la región recibió más de 24 millones de visitantes, superando en un 16%, a los 21.2 de 2022, indicaron ambos organismos.

En el análisis hecho por los organismos se devela que los principales destinos de la región incluyen a El Salvador, con un crecimiento estimado de 157% en arribos para este primer semestre, con relación al mismo periodo de 2019; Nicaragua (142%), Guatemala (52%),

LOS PRINCIPALES DESTINOS DE LATINOAMÉRICA EN 2024

DE ACUERDO CON EL CONSEJO MUNDIAL DE VIAJES Y TURISMO (WTTC, POR SUS SIGLAS EN INGLÉS) Y LA FIRMA FORWARDKEY, ESTOS SON LOS PAÍSES DE AMÉRICA LATINA QUE REGISTRARÁN EL MAYOR CRECIMIENTO TURÍSTICO PARA EL PRIMER SEMESTRE DE 2024



Honduras (49%), Costa Rica (35%), México (31%) y Colombia (23%).

Para el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el efecto multiplicador del turismo en muchos países de Centroamérica es importante para impulsar la economía y volver a generar riqueza tras la pandemia.

El Índice de Dependencia del Turismo desarrollado por Mooney en colaboración por el BID muestra cómo el aporte de esta industria en la economía de los países de Centroamérica es importante, tanto para el Producto Interno Bruto (PIB), como en las divisas generadas por la llegada de visitantes extranjeros y el empleo.

El alto nivel de dependencia de esta actividad hace que cuando se genera una caída del turismo toda la cadena que depende de esta actividad se resienta, al igual que el resto de la economía, señala el informe *Preparar el terreno macroeconómico para un crecimiento renovado*.

Este índice señala que el país más dependiente del turismo es Belice, con un puntaje de 42 sobre 100 de su economía soportada en este sector. Le sigue Panamá con 20 puntos de dependencia del turismo en la economía.

Asimismo, en la posición tres está Costa Rica, con 18 puntos; Nicaragua con 15 puntos, Honduras y El Salvador, con un puntaje de 13 y Guatemala con 9 puntos.

En el informe *Oportunidades para impulsar la producción, el empleo y las cadenas de valor*, elaborado por el BID se indica que el sector turismo tiene un efecto multiplicador. Un ejemplo es que el turismo en Costa Rica puede generar 1.69 veces más en la producción del país y aporta alrededor de 4.2% del Producto Interno Bruto. Mientras que en El Salvador el efecto multiplicador del turismo en la economía puede alcanzar 1.74. En Costa Rica el turismo puede generar 1.69 veces más en la producción del país.

“Se podría trabajar en políticas de apoyo impulsadas de manera regional y con las cuales se podrían lograr sinergias, por ejemplo, en construcción, en infraestructura regional o turismo complementario regional —como tours turísticos regionales: arqueológicos, ecológicos— y de playa entre diferentes países”, indica el BID en su informe.

LAS AEROLÍNEAS CLAVES EN LA RECUPERACIÓN

El aumento en la demanda de los turistas por destinos centroamericanos se refleja también en la capacidad de pasajeros de las aerolíneas que operan en la región, superando en un 16% los niveles prepandémicos de 2019, alcanzando la cifra de 62.3 millones de asientos durante el mismo periodo, según la WTTC.

Estas positivas proyecciones coinciden con las previsiones de la ONU Turismo, que estima una completa recuperación del turismo internacional en 2024, superando los niveles prepandémicos de 2019 con un crecimiento estimado del 2%.

Para la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA), la aviación en Centroamérica ha demostrado una fortaleza y adaptabilidad impresionante tras la pandemia.

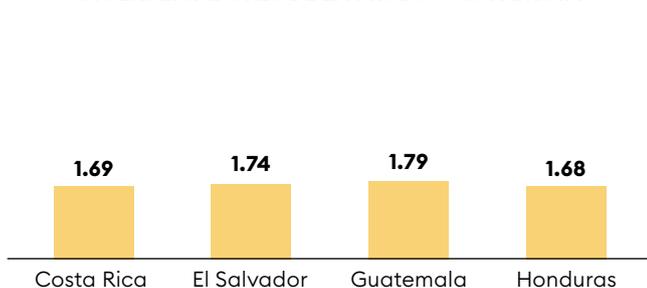
En una entrevista Peter Cerdá, vicepresidente regional de la IATA señaló que un claro ejemplo de resiliencia es Costa Rica, donde ya se han recuperado los niveles de tráfico aéreo previos a la pandemia. Además, las líneas aéreas han aumentado su conectividad internacional desde y hacia Centroamérica, ofreciendo más opciones para los pasajeros y democratizando aún más el transporte aéreo.

Marcela Toriello, presidenta y CEO de TagAirlines, señala que la iniciativa privada juega un papel central en el desarrollo de la actividad turística. “Creemos firmemente que el trabajo conjunto entre la iniciativa privada y las autoridades es fundamental para impulsar los viajes y el turismo.

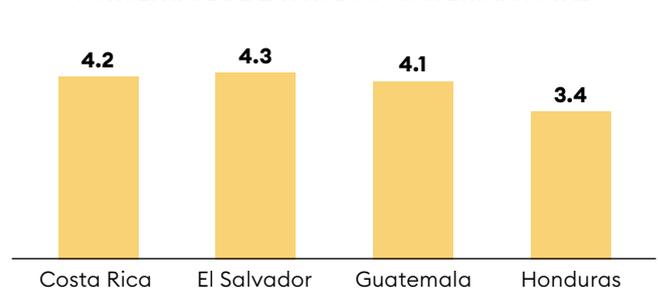
El trabajo en equipo resulta clave para los temas de promoción de los destinos, y para impulsar el turismo como una verdadera palanca para el desarrollo”, destaca la directiva.

MULTIPLICADORES DE LA PRODUCCIÓN BRUTA Y PESO DEL SECTOR TURISMO

MULTIPLICADORES DE LA PRODUCCIÓN BRUTA



PORCENTAJE DE LA PRODUCCIÓN BRUTA TOTAL



*Elaboración propia con datos del BID



La aviación comercial es un importante motor para la economía global, ya que genera el 4% de la economía en la región de Centroamérica y alrededor de 400,000 empleos en el sector, según datos de la IATA, indica la CEO de TagAirlines.

La aviación comercial es un elemento decisivo para impulsar la industria de viajes y turismo en la región, subraya Toriello.

TagAirlines transportó 365,000 pasajeros al cierre de 2023, 26% más en comparación con el año previo. Otras empresas que están apostando por la región son Lufthansa, Air France y KLM. Durante toda la semana hay vuelos, algunos diarios hacia Panamá y



LA PROMOCIÓN DE LA MARCA CENTROAMERICANA ES IMPORTANTE EN EL PLANO GLOBAL PORQUE LOS PAÍSES CUENTAN CON LOS RECURSOS TÉCNICOS PARA POTENCIAR SUS INDUSTRIAS TURÍSTICAS ”

BORIS IRAHETA
SECRETARIO GENERAL DE CENTRAL AMERICA TOURISM AGENCY (CATA).

Costa Rica. Además, la aerolínea Iberia vuela a casi todos los países de la región todos los días.

Costa Rica e Iberia renovaron su apuesta por la conectividad al firmar un acuerdo para un turismo de alto rendimiento, una apuesta por promover la calidad del servicio y la singularidad de su patrimonio natural de flora y fauna del país centroamericano, abriendo de esta manera una puerta de entrada directa entre Europa y la región.

Mientras que Guatemala renovó su acuerdo con línea aérea española para seguir promocionando el ‘Corazón del Mundo Maya’ en las más de 90 rutas que ofrece la aerolínea entre España y Europa. **F**



**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



HAMDI ULUKAYA

LA RECETA DEL ROCKSTAR DEL YOGUR

CHOBANI TIENE EL 20% DE PARTICIPACIÓN DE MERCADO EN LA CATEGORÍA DE YOGUR EN ESTADOS UNIDOS Y SUS PRODUCTOS SE VENDEN EN 95,000 ESTABLECIMIENTOS MINORISTAS. HOY, EL EMPRESARIO QUIERE IMPULSAR EL DESARROLLO DE SU NEGOCIO DESDE MÉXICO HACIA AMÉRICA LATINA, PERO SUS PLANES VAN MÁS ALLÁ DE LAS GANANCIAS.

MHamdi Ulukaya se enfrentó a la prisión y, posteriormente, al temor de emigrar a un país desconocido. Sin entender el idioma inglés, el activista de origen turco se abrió paso en Estados Unidos y se ha convertido en un empresario que ha conquistado el valor máspreciado del ser humano: compartir. Así es el hombre considerado como un *rockstar* del yogur.

A mediados de la primera década del siglo XXI, Ulukaya compró una vieja fábrica de alimentos en Nueva York. Ahí nació el negocio de yogur que hoy le genera alrededor de 2,000 millones de dólares (MDD) de ventas anuales. Su receta se basó en tres ideas claras: pintar la desgastada fachada del inmueble adquirido, ofrecer

un alimento de calidad y ayudar a la comunidad.

“Hoy, todavía tengo que pellizcarme para darme cuenta de que no es un sueño. Me fui de Turquía a los 22 años, cuando estaba estudiando en la Universidad de Ankara”, dice, en entrevista con FORBES MÉXICO, el fundador de Chobani.

La firma Chobani tiene el 20% de participación de mercado en la categoría de yogur en Estados Unidos, emplea a más de 2,000 personas en ese país y sus productos se venden en aproximadamente 95,000 establecimientos minoristas.

Además de yogur griego, Chobani también ofrece leche de avena y cremas de origen lácteo y vegetal, alimentos que elabora en sus plantas de

Nueva York, Idaho y Australia, país desde donde exporta algunos productos a China, Singapur, Tailandia, Malasia, Nueva Zelandia, Bangladesh y las Maldivas.

La marca, cuyo nombre significa “pastor” en turco, entró a México en 2016 y, en 2020, abrió su primera oficina en el territorio nacional, con el fin de impulsar los mercados de exportación para América Latina.

En nuestro país operan equipos de marketing, ejecución minorista, ventas y finanzas, entre otros, y es el tercer mercado en importancia para Chobani, sólo detrás de Estados Unidos y Australia. La Country Manager de la firma en México, Samantha Guzmán, refiere crecimientos de, al menos, 70%.



UN ACTIVISTA

La fortuna de Hamdi, de 51 años, esta calculada en 1,600 MDD, de acuerdo con estimaciones de FORBES. Nada mal para una persona que, en su juventud, no quería saber nada del mundo empresarial porque consideraba que ese sector era el “demonio”.

“Yo era activista; incluso publicaba mi propio periódico en la universidad, donde estudiaba Ciencias Políticas, y escribía sobre derechos humanos y, en particular, sobre los derechos de los kurdos”, recuerda Hamdi, quien proviene de una familia perteneciente a

este grupo étnico de Medio Oriente. “Casi siempre, en mis escritos, culpaba a las empresas de los problemas. Pensaba que el egoísmo de los empresarios era la razón por la que estábamos sufriendo”, comenta.

Su activismo político lo llevó a prisión. Al salir, una persona le sugirió que se fuera a Estados Unidos en busca de libertades y oportunidades, cosa que descartó inmediatamente: “¿Cómo podría ir a la cuna del capitalismo y al origen de muchos de los problemas que vivimos?”. Pero Europa es fascista y racista, reviró su

interlocutor. Hamdi no cedió, aunque, más adelante, lo buscó para preguntarle cómo ir al imperio capitalista.

Tras obtener el permiso de su universidad, Hamdi llegó al estado de Nueva York, en 1994, con una maleta pequeña, una suma de 3,000 dólares y un nulo conocimiento del inglés: “No tenía idea de qué haría”.

Su experiencia en las montañas de Turquía, en el pastoreo de ovejas y en la creación de quesos le facilitaron redactar un artículo, para una clase de inglés, sobre la elaboración de este lácteo. Tras leerlo, su profesor lo

invitó a visitar su granja. Esa visita lo revitalizó y lo llevó a mudarse al centro del estado para trabajar de tiempo completo en una granja lechera y continuar su educación en la Universidad de Albany: “Sentí que estaba en mi hogar, y es la razón por la que me quedé en Estados Unidos, en realidad”.

Se le ocurrió empezar a importar el queso feta que elaboraba su familia y venderlo en la ciudad de Johnstown, en Pensilvania.

El trabajo en la granja modificó su percepción sobre las empresas. Conoció a productores que hacían labor en beneficio de los empleados y de las comunidades, y quiso hacer lo mismo.

Hamdi vio un anuncio donde se ponía a la venta una fábrica de yogur, totalmente equipada, en Nueva Berlín, y fue a verla. La encontró prácticamente en calidad de chatarra. La firma se había desprendido de esa planta para sanear sus finanzas, dejando a muchas personas sin sus fuentes de ingresos. Eso lo enojó mucho.

Con un préstamo de la Small Business Administration, en 2005, se hizo de la fábrica y contrató a cinco personas, elegidas entre la media centena de colaboradores que trabajaban en la antigua planta.

Lo primero que pensó fue comprar pintura blanca para “revivir” una fachada que no había recibido mantenimiento en años.

“Ese verano empezamos a pintar los muros [...] y, cinco años después, estábamos vendiendo 1,000 MDD, y no tuve que recaudar ni un solo centavo para lograrlo”, destaca el afable empresario.

En 2007, Hamdi vendió su primera taza de yogur Chobani, una empresa que formó sin seguir los pasos de alguien más, por la simple y sencilla razón de que desconocía la administración de negocios.

“Estaba enojado con la empresa que había vendido la planta. No sabía qué haría, pero sí sabía que no quería



hacer lo mismo que ellos, así que me enfoqué en la gente, y en hacer el producto natural más delicioso para todos y, con eso, impactar al mundo. Después tuve que ir descifrando, en el camino, cómo hacerlo; pero, definitivamente, es el mejor viaje que he emprendido en mi vida”, comparte.

“NO SABER ESTÁ BIEN”

Hamdi se sentía cómodo respondiendo “no sé”, pero se autoimpuso una regla: “No saber está bien, pero debes hacer tu mejor esfuerzo para saber lo que no sabes”.

Además, eliminó la idea de que debía tener muchos conocimientos del ámbito empresarial para tener éxito en su nuevo emprendimiento. Se convenció de que lo más importante era conducirse con los valores con los que

creció en Turquía, y el tanteo se encargaría del resto.

“Mis primeras reuniones se hicieron con un equipo de 10 personas en una cafetería, y estaba bañado en sudor. Hoy aún tengo ciertos huecos de conocimientos, pero, para eso contratas personas, para que te ayuden con lo que tú no sabes”, señala.

No fue sino hasta hace un par de años que leyó su primer libro sobre cómo hacer negocios, “y me he negado a escribir uno”, suelta, entre risas, el llamado “rey del yogur”.

LA CLAVES PARA ENFRENTAR A LA COMPETENCIA

Estados Unidos está entre los 10 principales consumidores de yogur en el mundo. En particular, el yogur griego representa aproximadamente el 51%

de las ventas de yogur en ese país, según Statista.

“Es muy difícil hacer crecer una compañía, sobre todo de alimentos frescos, como el yogur. Tuve que volverme rápido y asertivo. Yo pensaba que mi competencia sería lenta, y tuve que ser muy bueno en marketing”, explica Hamdi.

Afirma que el éxito de una empresa descansa en la atención que le pone a sus productos, sus empleados, la comunidad, los consumidores y en la humanidad en general, y no sólo en las ganancias: “Entonces te vuelve poderoso, y de ahí es de donde viene el éxito de Chobani”.

Dice que el mercado de alimentos, y el del yogur en particular, ha cambiado mucho de 2007 a la fecha: “En aquel año, una taza de yogur en Estados Unidos tenía 30 o 35 gramos de azúcar; hoy en día tiene menos de 12 gramos. Tal es el efecto Chobani”.

En 2016, Hamdi rechazó una oferta por una participación mayoritaria por parte de PepsiCo, bajo el argumento de que quería mantener la independencia de su empresa, y hace unos cuatro años recibió una oferta de miles de MDD por la compañía, pero la rechazó.

“El dinero es a lo que menos tiempo le dedico. Si se tratara de eso, me habría ido en los primeros tres años, pero amo lo que hago”, destaca.

En 2018, Chobani anunció como inversionista minoritario a la firma canadiense de pensiones Healthcare of Ontario Pension Plan, la cual tiene el 20% de participación.

En 2021, la compañía intentó cotizar en el Nasdaq Exchange para financiarse y expandirse, pero, un año después, desistió, al sostener que no había condiciones para salir a bolsa.

“Las condiciones se complicaron un poco con la cadena de suministros y la crisis de mercado, y consideré que aquél no era el mejor momento”, comenta Hamdi.

A finales del año pasado, la compañía compró a la firma de café La Colombe por 900 MDD.

“Generamos efectivo y tenemos buen crecimiento. No tenemos razones financieras para salir a bolsa, pero tampoco es algo que podamos descartar”, dice el CEO.

MÉXICO, DE LOS MEJORES MERCADOS PARA NEGOCIOS

El futuro de México es muy brillante y se percibe como uno de los mejores mercados para iniciar un negocio; es “el mercado perfecto”, afirma Hamdi.

“México es y será uno de los mercados de consumidores más poderosos”, argumenta el empresario, al explicar una de las razones por las que trajo su marca al país.

Dice que, a medida que la economía crece, los consumidores buscan mejores alimentos: “Es algo que ya observamos. La gente ahora pide mejores ingredientes, que se hagan a consciencia. El problema es que [aún] no son accesibles”.

Afirma que el equipo liderado por Samantha Guzmán ha demostrado que México puede ser un hogar para Chobani, y han conversado sobre la posibilidad de trasladar una parte de la empresa al país. “Estamos considerando traer algunos de nuestros creativos globales”.

No precisa cuándo se concretaría, pero “es algo que está vivo y activo”.

El primer gran reto para la Country Manager de Chobani México fue cómo hacer propia la visión de la empresa fundada por Hamdi.

“Pensamos en lo que había hecho distinto a Chobani en Estados Unidos, y analizamos cómo podríamos llevar eso a México, qué queríamos hacer diferente respecto de lo que estaba haciendo la industria y la competencia en México, y por qué nosotros éramos diferentes”, comparte Samantha.

“Tratamos de generar impacto con la gente, empezando por las personas

que traíamos al equipo. Era el modo como podíamos ser responsables con esa gente. [Debíamos] encontrar misiones propias para impactar en las comunidades locales; cómo seguir el tema de la seguridad alimentaria a través de instituciones”, explica.

Agrega que la firma sigue en su proceso de expansión de su distribución para ganarse el lugar que la firma merece en el mercado mexicano.

“Hemos crecido a un ritmo de 70 u 80% contra el año pasado y nuestra expectativa es seguir en ese ritmo de crecimiento”, asegura.

LA AYUDA A LOS MÁS VULNERABLES

Cuando su empresa comenzó a operar, Hamdi se prometió aplicar lo que hacen los pastores en el campo cuando encuentran a un desconocido: compartir lo que se tiene.

Chobani y Hamdi también han destacado por ayudar a migrantes y refugiados. A principios de febrero de este año fue lanzado el Capítulo México de Tent, una red global de firmas creada en 2016 por el empresario, donde se comprometen a darle trabajo a refugiados.

Tent México es la primera iniciativa que Chobani lanza en América Latina, sumándose a las ya existentes en Canadá, Francia, España y Estados Unidos.

“Aprendí que los negocios pueden ser un gran agente de cambios. Estoy convencido de eso”, comenta.

Hay quienes le llaman el Steve Jobs del yogur, y otros lo consideran un rockstar de los negocios. Hamdi prefiere que le digan “narrador de historias”.

“Me da mucha felicidad cuando la gente abre su yogur y lo disfruta, y me pongo mi gorra [estampada con la marca Chobani] y ando por la calle y me dicen que aman lo que nosotros producimos y lo que hacemos. Ése es el mejor regalo de todos. Cómo nos digan, eso no importa”, asegura. **1**

UN NEGOCIO TAQUILLERO

LA ACTIVIDAD CINEMATOGRAFICA DOMINICANA ESTÁ EN SU MEJOR MOMENTO Y PROLIFERA AL RITMO DE LA TECNOLOGÍA, DE ACUERDO A LA PERSPECTIVA QUE COMPARTEN A FORBES TRES PERSONAJES CLAVE QUE IMPULSAN SU CRECIMIENTO DESDE DISTINTAS ÁREAS.

Son las nueve de la noche. En una lujosa casa familiar de Arroyo Hondo, en Santo Domingo, está listo el set de grabación de una película. Dos diseñadoras de interiores se encargaron de transformar una habitación en una sala en la que van a grabar una escena de “Me caso con tu ex”.

Afuera de la casona, un furgón estacionado sirve como clóset a unas especialistas en vestuario que organizan las prendas que van a vestir los actores. Mientras, en un ala del jardín, tres cocineros calientan las hornillas para prepararle la cena a las más de 150 personas que participan de la labor filmica que ese lunes se extenderá por doce horas seguidas.

Esas son algunas estampas de la cinematografía dominicana, una industria que en 2023 generó al Estado 10,197 millones de pesos, provenientes de la filmación de 120 producciones, de las cuales 75 fueron nacionales y 45 extranjeras, de acuerdo a datos de la Dirección General de Cine de la República Dominicana (DGCine).

En los últimos cinco años, la producción local ha experimentado un crecimiento

sostenido de alrededor 300%, convirtiéndola en una fuerza emergente en el panorama cinematográfico latinoamericano.

Para analizar los desafíos que esta evolución presenta a la industria del cine local, Albert Martínez, CEO de Lantica Media; Archie López, fundador de Panamericana Films, y Desiree Reyes, CEO de Ebribari Audiovisual, hablan con FORBES en exclusiva

Estadísticas de la DGCine revelan que desde 1922 hasta 2010 solo se habían filmado 101 películas en el país, un total que actualmente se supera en el periodo de un año.

La relevancia de esa industria tiene su raíz en la creación de la Ley 108-10 para el fomento de la actividad cinematográfica, promulgada en el año 2010 con el propósito de “propiciar y promover el desarrollo progresivo, armónico y equitativo de esa actividad”.

Como resultado de ese empuje, se cuentan más de 400 películas realizadas solo entre 2020 y 2024, que han aportado alrededor de 50,000 millones de pesos al Estado, según datos oficiales.

La abundancia del entusiasmo creativo se evidencia en números. Sólo en el primer



FOTO: SET DE "ME CASO CON TU EX"; CORTESÍA DE PANAMERICANA FILMS.

REGISTROS CINEMATOGRÁFICOS EMITIDOS EN SEIS AÑOS

Año	Cantidad
2018	1,265
2019	1,543
2020	1,278
2021	2,128
2022	3,091
2023	3,362

FUENTE: OFICINA NACIONAL DE ESTADÍSTICAS

trimestre de 2024 se registraron 12 guiones cinematográficos y cuatro cortometrajes, de acuerdo a la Oficina Nacional de Estadísticas.

López, que dirige el proyecto “Me caso con tu ex”, una obra de teatro que ahora pasará a la pantalla grande, asegura que el cine local está en su mejor momento, y enumera para FORBES las ventajas y los desafíos.

A su lado, una veinteañera está en labores de rodaje. Se le escucha repetir frecuente: “Silencio... se filma”. Una orden que todos acatan en la gran casa de Arroyo Hondo convertida

INCIDENCIA EN EL TURISMO

La actividad cinematográfica impacta de manera importante en el turismo de varias formas, como la ocupación hotelera y la promoción del país como destino atractivo para vacacionistas.

El monto estimado de promoción generada por las publicaciones de las estrellas en 2021 fue de 13 millones de dólares, mayormente por las publicaciones realizadas por Jennifer López (que tiene más de 200 millones de seguidores) durante la filmación de Shotgun Wedding.

El monto alcanzado por esa ‘publicidad gratuita’ es prácticamente un 50% el presupuesto en publicidad y propaganda destinado por el Ministerio de Turismo en esa año, se especifica en el informe titulado “Impacto del sector cinematográfico en la economía dominicana”, publicado el año pasado por la DGCine.

en set de grabación. A esas horas de la noche, solo se escucha el diálogo aprendido de los actores.

Como ella, muchos otros veinteañeros están atentos a la iluminación del set, algunos se observan pendientes a las cámaras que graban y un par de ellos está creando música para apoyar la excelencia del trabajo.

Y es que la industria del cine representa una fuente de primer empleo para cientos de jóvenes que desde que funciona la ley se están formando profesionalmente con mayor interés en universidades locales y extranjeras.

Hay otro segmento joven que aunque no se capacitó directamente en cine, incursiona en ese universo aportando desde su formación de médico, estilista, chef, abogado o diseño de interiores. Se han ido especializando sobre la marcha, en la práctica laboral. En este medio no se contrata a nadie que

INDICADORES DE LA CINEMATOGRAFÍA

119

proyectos rodados en 2023

45

producciones audiovisuales extranjeras

32

películas dominicanas estrenadas

27

Exhibidores cinematográficos

178

pantallas existentes

234

películas nacionales y extranjeras exhibidas

+4

MILLONES de visitas al cine

+MIL

MILLONES de pesos en ingresos recaudados



no esté formalizado. Eso representa un aporte económico importante para el Estado a través del pago de impuestos.

Estimaciones de esa industria que incluyen los efectos directos, indirectos e inducidos muestran un aporte a la economía superior al 0.35% del PIB, la generación de más de 20,000 empleos y cientos de micro, pequeñas y medianas empresas beneficiadas, como consta en el informe titulado “Impacto del sector cinematográfico en la economía dominicana”, publicado el año pasado por la DGCine.

A fin de continuar posicionando el país como referente regional, ese informe enfatiza que como varios países tienen también esquemas de incentivos fiscales muy favorables, el atractivo diferenciador de la República Dominicana como destino de inversión y de grabación debe enfocarse en el desarrollo del ecosistema de servicios especializados.

Para lograrlo, es de gran importancia el desarrollo de las capacidades técnicas de la mano de obra, sobre todo mediante acuerdos con entidades de formación y capacitación técnica.

MARCO LEGAL Y ESTRUCTURA DE INCENTIVOS

Uno de los pilares de la Ley de Cine es su régimen de incentivos fiscales, diseñado para atraer inversiones tanto nacionales como internacionales. Estos son:

- **Estímulo a la inversión:** inversores pueden deducir el 100% de su monto en largometrajes dominicanos del Impuesto Sobre la Renta, hasta un máximo del 25% del impuesto a pagar.

- **Crédito fiscal transferible:** Un atractivo crédito fiscal del 25% sobre el total invertido, aplicable cuando la inversión supera los US\$500,000.

- **Exenciones para exhibidores y constructores de salas de cine:** Significativas reducciones fiscales para fomentar la construcción de infraestructura cinematográfica.

FUENTE: OFICINA NACIONAL DE ESTADÍSTICAS

ALBERT MARTÍNEZ
CEO de Lantica Media

“LA INDUSTRIA TIENE QUE SER MÁS EFICIENTE”

Albert Martínez destaca el impulso que ha recibido la industria del cine local con los incentivos que contempla la Ley 108-10, por lo cual, dice que el país percibe alrededor de 250 millones de dólares (mdd) cada año derivados de las producciones internacionales. No obstante, señala que una tarea importante es fortalecer la seguridad jurídica, de manera que se cumplan los tiempos previstos para que los inversionistas reciban los incentivos.

“La industria de por sí tiene que ser más eficiente. Y después, que el proceso del incentivo también sea más eficiente por parte de la industria y por parte de las instituciones. Que no sea que un expediente tarde un tiempo y el otro mucho más y el otro mucho menos, sino que haya un proceso que sea previsible. Es lo más importante para el cliente extranjero, que todo sea muy aburrido y predecible”, expone.

Indica que se necesita formar colaboradores más especializados. Para eso, es vital que se cumpla lo que establece el artículo 34 de la ley, sobre el estímulo tributario a la inversión en la cinematografía, que indica que tienen derecho a deducir el 100% del valor real invertido del Impuesto Sobre la Renta a su cargo, correspondiente al periodo gravable en que se realice la inversión.

“Necesitamos que la industria esté muy sana, sea vibrante, que se haga mucho cine local, que haya gente nueva incursionando, para poder seguir sirviendo a los proyectos extranjeros”, dice el CEO de Lantica Media, la plataforma de estudios para servicios audiovisuales más grande del país, en cuanto a infraestructura y producción.

Martínez narra que en principio realizaban tres o cuatro proyectos independientes pequeños, de una inversión



de 5 o 6 millones de dólares. Pero, desde hace alrededor de cuatro años, en Lantica desarrollan al menos 10 propuestas al año de gran envergadura.

En los estudios Lantica se han filmado las producciones internacionales más costosas, como la película *The Lost City*, protagonizada por Sandra Bullock, con un presupuesto de más de 105 mdd, de los cuales se gastaron en el país 75.3 mdd.

Asimismo, sus instalaciones fueron set de la filmación del largometraje *Shotgun Wedding*, que contó con la actuación de Jennifer López, la cual

representó una inversión local de 50 mdd y *Arthur The King*, de 40 mdd. “El servicio que nosotros damos, que exportamos básicamente a las producciones extranjeras, ha mejorado sustancialmente. Ahora mismo, yo diría que los servicios de nuestra industria son extraordinarios y comparables con muchos otros lugares. El nivel de mejora y de excelencia de los crew dominicanos es impresionante”, asegura Martínez.

Lantica genera unos 100 empleos en el área administrativa y de oficina y unas 2000 personas son contratadas para el servicio audiovisual cada año. Su actividad representa una inversión extranjera anual que ronda los 200 mdd, lo cual también incide en la ocupación de 150,000 noches de hotel al año, detalla el ejecutivo.

“En Lantica hemos crecido con la industria, aunque estamos intentando hacer énfasis en la institucionalidad, en que todos los procesos del incentivo funcionen perfectamente y a tiempo y que los créditos fiscales transferibles se vendan a tiempo”, dice.

Ese estudio empezó sus operaciones en 2015, de la mano de Pinewood Group, una multinacional británica con la cual este año cerró el acuerdo de consultoría, marca y ventas que llevaban desde 2010.

De República Dominicana afirma que lo que la hace atractiva para destino de cine es que tiene una amplia variedad de locaciones, que van desde espacios históricos, playas, montañas, ecosistemas desérticos, como las dunas de Baní, entre otros.

Además, destaca la institucionalidad, la seguridad jurídica y la seguridad en términos generales del país. “Hemos crecido muchísimo en 10 años, ahora tenemos que madurar”, concluye.

ARCHIE LÓPEZ

Fundador de Panamericana Films

“NUESTRA INDUSTRIA ESTÁ EN EL CAMINO DE LA MADUREZ”

Con 36 años desarrollando proyectos en su propia productora de audiovisuales, Panamericana Films, Archie López conoce de primera mano la evolución de la industria cinematográfica dominicana durante ese periodo.

Desde su experiencia, pronostica un futuro luminoso porque considera que se cuenta con la mano de obra especializada, las locaciones y el marco jurídico idóneo para que continúe el desarrollo del cine.

“Cada día estamos mejorando. Como en todos los países de la industria, Argentina, México y demás, toma tiempo llegar a la madurez, nosotros estamos en ese proceso. Vamos por el camino perfecto. No podemos pretender hoy ser el mismo cine que esos países que nos llevan muchos años, ya que estamos en pleno desarrollo, cada vez vemos mejor calidad de cine y de actuaciones. El cine de nosotros trasciende”, opina.

Panamericana films empezó con la producción de videoclips y anuncios publicitarios. Antes de que se promulgara la Ley de Cine, en agosto de 2010, ya habían filmado sus primeras películas. Con la entrada de esa norma se fortaleció su presencia en la industria.

López lidera la productora que ha creado las películas dominicanas más taquilleras hasta hoy. Estableció un récord en 2011, que aún no ha sido superado, con Lotoman, un filme que atrajo a más de 600,000 personas al cine, recaudando casi 100 millones de pesos (mdp).

López destaca que las producciones locales arrastran más público a las salas de cine que las internacionales, un fenómeno que considera no ocurre en



otros países. Una muestra de eso son sus propias historias. Cinco años después de proyectar Lotoman, Panamericana films también fue la creadora de la segunda película más vista en salas de cine, Tubérculo Gourmet, que contó

con más de 538,000 espectadores y recaudó alrededor de 100 mdp, representando el 33.2% de la recaudación total de ese año, según registros de la DGCine.

En esa ocasión, se posicionaron en segundo y tercer lugar las propuestas extranjeras “Rápido y Furioso 7” y “The Avengers: Age of Ultron”, que recaudaron 77.4 mdp y 47.5 mdp, respectivamente.

“Yo entiendo que estamos perfectos como vamos y estamos muy bien. Veo mucha tecnificación, los colaboradores están especializados en sus áreas, estamos exportando. Hay talento, no solo de la parte actuarial. Vamos por muy buen camino. Yo estoy muy contento porque ha tomado un tiempo, pero estamos en el mejor momento, creo”, reflexiona el director de cine.

El creativo afirma, además, que República Dominicana tiene una industria robusta en la parte técnica, por lo que no hay necesidad de importar nada y que quienes vienen a filmar aquí encuentran todo lo que necesitan. Asimismo, destaca el aumento de la creación de guiones cada año.

Resalta que cada vez hay más propuestas ganando festivales de cine internacionales y presentes en plataformas como Netflix y Cine Latino.

“Estamos ofreciendo ese servicio para afuera, eso es parte del desarrollo. Al principio no teníamos personal para poder hacer servicios de producciones internacionales, pero ya sí. Vemos que hoy pueden estar rodando tres o cuatro películas extranjeras con 80% de personal dominicano. Todas las universidades tienen carrera de cine, antes eso no existía”, apunta.

DESIREE REYES

CEO de Ebribari Audiovisual

Más de 20 películas producidas le han otorgado a Desiree Reyes una distinción en el cine dominicano y le han abierto las puertas para jugar otros roles prestigiosos, como cuando hace poco fue seleccionada para presidir el jurado de la edición 48 del Festiva de Huelva de Cine Iberoamericano.

Entre los largometrajes que ha trabajado como productora ejecutiva se cuentan “Lotoman”, “Lotoman 2.0”, “Lotoman 003” y “Los Paracaidistas”, dirigidos por Archie López, así como “Jean Gentil” y “Dólares de Arena”, dirigidos por Laura Amelia Guzmán e Israel Cárdenas, respectivamente.

Otros largometrajes que han contado con Reyes en su equipo de producción son “Cristiano de la secreta”, “Mi novia está de madre”, “The good shepherd”, “Viajeros”, “La fiesta del chivo”, “Los locos también piensan”, “La cárcel de La Victoria”, “Blancas mentiras” y “Amores”.

A pesar de que ofreció a FORBES una extensa entrevista, Desiree sentía que se quedaba corta cuando se refería al impacto económico de la producción audiovisual en el país. “Esta actividad lo toca todo, porque cuando rodamos un largometraje participan diversos profesionales como administradores, contadores, choferes, gente de servicio, de cocina, de vestuario, de todo”, dice.

Defiende que permanezca el incentivo a ese sector, al considerar que el país recibe “una ganancia redonda”, porque además de la generación de empleos de calidad, remunerados por encima de los pagos promedios, regularmente, hay una recepción fiscal para el Estado en tres partidas.

Pero, más allá de los empleos que pueda generar la industria, Desiree resalta que la actividad cinematográfica impulsa el emprendimiento joven. Dice que es muy común que cuando un joven vive su primer empleo, identifique

“HAY QUE SEGUIR TRABAJANDO EN LA ESTABILIDAD DE NUESTRO CINE”



nichos que le permiten crear su propia empresa; por ejemplo, de producción de podcast, estudios de grabación audiovisual u otro tipo de servicio relacionado.

“Está la tarea de seguir trabajando en la visibilización del cine dominicano y la estabilidad de la industria, para poder seguir forjando relaciones internacionales. Debe existir la producción local porque un productor internacional no va a invertir millones de dólares en un país donde no se hace cine”, opina Desiree, quien es la presidenta de Ebribari Audiovisuales, a la par que se desempeña como productora ejecutiva de Panamericana Films.

Ella se expresa con optimismo: “Yo veo muy bien el desarrollo de la industria local y tengo mucha fe en el futuro sobre todo porque nosotros vivimos en un contexto donde las barreras del idioma y la tecnología son cada vez menores. Tú puedes ahora mismo subir una película a YouTube y eso te puede generar un dinero, las posibilidades de la tecnología nos abren unos públicos cada vez más grandes”, indica.

Explica que el sector local ha enfrentado adecuadamente el reto de solidificar el aparato de producción, aunque todavía se está haciendo un cine muy joven. Por lo tanto, considera que aún falta vivir etapas de experiencias que tienen que ver con la distribución internacional, con la ampliación de mercados para la oferta, porque, dice, la realidad es que se compite internacionalmente con productos de industrias muy poderosas que tienen aparatos mediáticos muy fuertes detrás.

Aun así las historias de Quisqueya ganan espacios importantes. Por ejemplo, Desiree estrenó el año pasado la película “Canta y no llores”, la cual vendió a Disney y se estrenó en cines mexicanos.

Ella resalta que hay un mensaje de valor en que compañías como Disney, que tienen la opción de comprar películas en cualquier parte del mundo, estén tomando en cuenta los niveles de calidad de la producción dominicana.

“Yo veo con fe ese camino de comercialización y de negocios para lo que se hace de nuestro país creo que es una cuestión de tiempo, porque se ha trabajado exitosamente y aceleradamente para que eso sea posible y hay muy buenos augurios”, concluye. **B**

Por Sergio Cid

DINERO EN JUEGO • TURISMO DEPORTIVO

EL DEPORTE COMO PALANCA DEL TURISMO

EL DESARROLLO DE UNA ESTRATEGIA NACIONAL PARA IMPULSAR EL TURISMO DEPORTIVO ABRE LAS PUERTAS PARA LA RECEPCIÓN DE NUEVOS VISITANTES, A LA VEZ QUE PRESENTA EL RETO DE GENERAR GRANDES INVERSIONES PARA LEVANTAR LA INFRAESTRUCTURA ADECUADA QUE DEMANDA EL DESARROLLO DE ESE NICHOS.



República Dominicana está expandiendo su horizonte turístico para posicionarse como un destino de primer nivel para eventos deportivos. Así lo demuestra la agenda de eventos que cada año abarca desde torneos de golf hasta competiciones de fútbol de nivel internacional, ubicando a este país como un destino vibrante del turismo deportivo.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), el turismo deportivo representa el 10% del gasto total en turismo a nivel global, integrando tanto a los viajeros que asisten a eventos como a aquellos que buscan realizar actividades físicas. Tiene una tasa de crecimiento estimada del 17.5% entre 2023 y 2030, y desplaza masas a nivel intra e intercontinental.

Aprovechando esta tendencia, República Dominicana no solo está diversificando su oferta, sino también impulsando su economía local y fortaleciendo su presencia en el escenario global.



Asimismo, a nivel de Estado, ha trazado un ambicioso camino para alcanzar el reconocimiento mundial como destino deportivo de élite. En la reciente edición de la Feria Internacional de Turismo de Madrid, España (FITUR), el Ministerio de Turismo presentó una “Estrategia nacional de turismo deportivo”, marcando un hito crucial en su compromiso por captar eventos de renombre mundial.

Hasta el momento, la infraestructura deportiva más robusta se ubica en

FOTO: PUNTA CANA RESORT & CLUB



campos de golf, que suman unos 30, de los que 10 cumplen con todos los requisitos internacionales para la práctica profesional.

Precisamente de esa disciplina es que se registran datos oficiales más puntuales sobre el impacto económico del turismo deportivo en país. Cifras del Banco Central de la República Dominicana (BCRD) indican que entre 250,000 y 300,000 golfistas visitan el país anualmente, lo cual representa para el Estado ingresos que rondan los

400 millones de dólares. Además, el visitante que llega atraído por las actividades de los campos golf gasta en promedio 500 dólares, mientras que los que vienen decididos por la oferta de sol y playa tiene un consumo promedio de 133 dólares.

Que se celebren torneos de golf como el PGA TOUR en infraestructuras de Quisqueya fortalece su posicionamiento ante los ojos del mundo. Ser anfitriones en el país del primer PGA TOUR Event, a través del Corales

Punta Cana Championship, ha traído un nivel de exposición y visibilidad específicamente del destino Punta Cana y de todo el país a nivel global, ya que los torneos del PGA TOUR se transmiten en 153 países y 28 idiomas.

Manuel Sajour, director ejecutivo de Mercadeo de Grupo Punta Cana y director del Corales Punta Cana Championship, en la edición de 2024 el evento tuvo 7.1 mil millones de impresiones digitales distribuidas de la siguiente manera: 63 millones en alcance de video a nivel digital, 585 millones en alcance de redes sociales, 7 millones de televidentes en Norteamérica y 4 millones de televidentes en Europa, y 10.7 millones de visitas a la aplicación y el sitio web oficiales, lo que evidencia el impacto en la imagen y posicionamiento del país.

Sajour explica que en sus últimas cinco ediciones (2019 hasta 2023), el evento ha atraído a 103,466 espectadores locales e internacionales al campo de golf Corales, en Punta Cana Resort. El 15% de esos 103,466 son de nacionalidad extranjera. Asimismo, la ocupación promedio anual durante la semana del torneo aumenta un 2%.

Ese tipo de eventos no solo impacta de manera internacional, sino que permea a la zona en donde se desarrollan sus actividades. Muestra de eso es que las ganancias del Corales Punta Cana Championship benefician a los proyectos sociales y medioambientales de la Fundación Punta Cana. El año pasado, 225 mil dólares fueron destinados a la restauración de corales, el Centro de Innovación Marino, Centro de la Diversidad Infantil (CEDI), el Centro Pediátrico Oscar de la Renta, Centro de Lucha Contra la Ceguera Dr. Zato, entre otros.

“Prácticamente todos los torneos del PGA Tour se organizan sin fines de lucro, para maximizar las donaciones caritativas y, hasta la fecha, los torneos en todos los Tours han generado más de 3,200 millones de dólares”, destaca.



EL IMPACTO DEL BÉISBOL

Otro ejemplo notable es que el país ha sido sede de los Juegos Centroamericanos y del Caribe, los cuales ha acogido en dos ocasiones y nuevamente lo hará en 2026. En el ámbito del béisbol profesional, es un referente en la región desde que se incorporó a la Confederación de Béisbol Profesional del Caribe en 1970, a través de la Liga Dominicana de Béisbol Profesional (LIDOM). Desde entonces, ha sido anfitriona de la prestigiosa Serie del Caribe en 11 ocasiones.

En una entrevista para FORBES, Juan Francisco Puello Herrera, comisionado de la Confederación de Béisbol Profesional del Caribe (CBPC), destaca que este tipo de eventos es un motor de turismo nacional.

De todos los países que han sido sede de este evento, Puello Herrera asegura que República Dominicana es una de las sedes que más turismo extranjero atrae en torno a la Serie del Caribe.

Más allá del flujo turístico que generan estas actividades, el país se

beneficia en términos de infraestructuras, pues una Serie del Caribe, y ha si ha sido demostrado en los eventos realizados en nuestro país, obliga a que el estadio sede sea remozado y mejorado, lo que garantiza a los visitantes una mejorada experiencia.

Si bien hay beneficios tangibles, también lo es que el país enfrenta algunos desafíos para seguir su camino hacia ser líder como destino deportivo. Puello Herrera considera que hay que mejorar no solo la estructura deportiva, sino además la seguridad. Por otra

parte, indica que, a nivel de la capital, no hay una adecuada planificación de las vías públicas, como tampoco una buena limpieza y mantenimiento de las calles y espacios públicos.

COMPROMISO

La reciente creación de la Comisión Público-Privada de Turismo Deportivo, que busca fortalecer la infraestructura y promover el país como un destino ideal para eventos deportivos de alto nivel, representa un enfoque estratégico para que no solo se aprovechen las espectaculares playas y el entorno natural privilegiado de la isla, sino que también posiciona a la República Dominicana como anfitriona de eventos significativos, como la Copa Mundial de Fútbol Femenino Sub-17 y los Juegos Centroamericanos y del Caribe 2026.

En ese sentido, el presidente de la Asociación de Hoteles y Turismo de República Dominicana, (Asonahores), David Llibre, destaca que el turismo deportivo es un valor agregado a la Marca País y considera que ese tipo de torneos fortalecen a la República Dominicana como destino permitiendo a nuestros visitantes no solo disfrutar de nuestras playas, sino también que pueden combinar su estadía y disfrutar de eventos deportivos de primer nivel.

De su lado, Manuel Luna, director ejecutivo de Creando Sueños Olímpicos (CRESO), explica que el país tiene una sólida imagen en materia de turismo, pero aún está en fase de construcción en lo relativo a turismo deportivo.

“Hay ciertos deportes en los que estamos muy bien calificados como béisbol o golf. Otros donde vamos subiendo, como atletismo, fútbol, tenis, volley, deportes de olas y viento. Pero muchos otros donde hay que hacer un gran trabajo”, manifiesta.

GRANDES EVENTOS

La Copa Mundial Femenina Sub-17 de la FIFA y los Juegos Centroamericanos

y del Caribe 2026 emergen como catalizadores clave para República Dominicana en su ascenso como destino deportivo de renombre.

La celebración de la Copa Mundial Femenina Sub-17 de la FIFA traerá consigo beneficios sobre todo para el Distrito Nacional y Santiago, pues un total de cinco terrenos de fútbol serán adecuados de manera directa e indirecta.

Por otro lado, los Juegos Centroamericanos y del Caribe 2026 ofrecen una plataforma única para mostrar las instalaciones deportivas del país y su capacidad para albergar un evento multidisciplinario de gran envergadura.

De acuerdo con declaraciones para Forbes del presidente del Comité Organizador de los XXV Juegos Centroamericanos y del Caribe Santo Domingo 2026, José Monegro, estos eventos no solo promueven el turismo deportivo, sino que también tienen el potencial de dejar un legado duradero en términos de infraestructura, promoción turística y desarrollo económico local.

Monegro revela que el impacto económico proyectado de

aproximadamente 300 millones de dólares que recibirá República Dominicana debido a la celebración de los Juegos Centroamericanos y del Caribe 2026 subraya no solo la importancia del evento en términos de gasto directo de los visitantes, sino también el significativo movimiento económico generado en sectores clave como hospedaje, transporte y alimentación. Este impacto económico excluye aún el valor adicional que representa la promoción del país como destino deportivo ante una audiencia global.

“Esos juegos traerán entre 15,000 y 20,000 mil turistas; mientras que el Mundial de FIFA sub 17 femenino puede representar entre 5,000 y 10,000 turistas. Pero, a veces, lo más importante no es cuántos turistas llegan al país, sino cuántos millones de personas ven a República Dominicana en televisión o en medios durante estos eventos”, indica.

Estos eventos atraen a atletas y espectadores de todo el mundo, a la vez que generan un impacto económico positivo y fortalecen la reputación internacional del país como un destino deportivo de primer nivel en toda la región. **fb**

MIRADA INTERNACIONAL

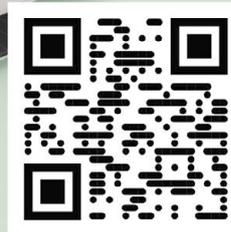
Sports ETA, la asociación comercial para la industria de eventos deportivos y turismo, en su informe anual sobre el estado de la industria para 2023 subraya la fortaleza del sector del turismo deportivo, mostrando un impacto de gasto directo de 52 mmd, que generó un impacto económico total de 128 mmd. Esta contribución monumental respaldó 757,600 empleos de tiempo completo y parcial, y contribuyó con 20 mmd en impuestos a varios sectores de la economía de Estados Unidos, una de las principales potencias en estas actividades.

El informe “Mercado del turismo deportivo en 2024: descripción general y predicciones para 2031”, realizado por la firma 360 Research Reports, plantea que los ingresos del mercado de turismo deportivo fueron de millones de dólares en 2016, crecieron a millones de dólares en 2020 y alcanzarán varios millones de dólares en 2026, con un retorno de inversión impresionante durante 2020-2026.

Se visualiza que América del Norte, especialmente Estados Unidos, seguirá desempeñando un papel importante que no se puede ignorar. Cualquier cambio de Estados Unidos podría afectar la tendencia de desarrollo de turismo deportivo. Se espera que el mercado en América del Norte crezca considerablemente durante el período previsto. Es probable que la alta adopción de tecnología avanzada y la presencia de grandes actores en esta región creen amplias oportunidades de crecimiento para el mercado.

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 & ESCAPES | InStyle | ELLE

 @business_luxury_media  business-luxury-media



PASIÓN POR EL JAZZ

Uno de los géneros musicales más libres aviva los atardeceres de República Dominicana y el entusiasmo de sus artífices inspira historias rítmicas sin fronteras.

BIENESTAR INTEGRAL PARA ELLOS

UNA MAYOR CONSCIENCIA DE LOS HOMBRES SOBRE EL BIENESTAR HA IMPULSADO UN CAMBIO DE ACTITUDES QUE EMPUJA LA EVOLUCIÓN DEL CUIDADO PERSONAL Y LA INDUSTRIA WELLNESS.

Lo lograr el bienestar pleno se ha convertido en una prioridad para los hombres y reivindica una visión más holística sobre el cuidado personal y las experiencias que buscan para cumplir ese objetivo en todos los aspectos de su vida.

Es decir, monitorean su salud y, al mismo tiempo, prestan suma atención a su estilo de vida: cuidan lo que comen y toman, el deporte es parte esencial de su día a día y profundizan en el cuidado de su piel facial y corporal, cabello y barba.

De ahí que han incorporado, entre otros productos, sueros faciales, cremas para contorno de ojos y tratamientos completos. En respuesta a este interés, la industria cosmética cada vez centra mayores esfuerzos en la investigación y desarrollo de soluciones especialmente diseñadas para la piel del hombre con la promesa de mejorar su aspecto y prevenir las señales de envejecimiento.

LOZANÍA AL DESCUBIERTO

Las tendencias de Google muestran un aumento destacado del interés por las búsquedas de “skincare de hombre” con un crecimiento de 61 puntos porcentuales en los últimos 12 meses. Dado que la piel masculina suele ser más grasa y propensa a la acumulación de impurezas, la higiene facial es esencial para mantenerla sana. Es por esa razón que la limpieza facial ha



“Las rutinas corporales y de baño tendrán un papel clave en el cuidado personal de los hombres”

CONSULTORA WGSN

adquirido un estatus especializado en el ámbito de la medicina estética.

El tratamiento incluye una limpieza profunda y exfoliación de las capas superficiales de la piel, logrando así una tez limpia, uniforme y luminosa. Dermatólogos coinciden que este procedimiento

no solo mejora la apariencia, también previene problemas cutáneos como el acné y la irritación, proporcionando una piel fresca y revitalizada.

La caída del cabello es una preocupación frecuente entre los hombres, y la medicina estética ha avanzado notablemente en el desarrollo de tratamientos capilares. Las terapias con células madre y la tecnología de vanguardia en estimulación capilar, brindan soluciones eficaces para combatir la calvicie.

La rinomodelación con ácido hialurónico (remodelación no quirúrgica de la nariz) y la depilación corporal láser son tratamientos que continúan ganando relevancia entre los hombres.

RUTINAS FUNCIONALES

Por otra parte, la reciente encuesta The Benchmarking Company reveló que el 44% de los hombres estadounidenses adquieren más productos de cuidado corporal que hace cinco años, mientras que el 77% compró algún producto de cuidado corporal en los últimos seis meses. Analistas de mercado prevén que esta preferencia se extenderá en el corto plazo a otras regiones del mundo.

La consultora global WGSN pronostica que las rutinas corporales y de baño tendrán un papel clave para el cuidado personal cotidiano de los hombres. Los consumidores, además, optarán por productos y líneas que muestren empatía, persigan un



“La industria del bienestar está respondiendo con una nueva ola de soluciones diseñadas para ayudar a los hombres a reconectar con sí mismos”.

GLOBAL WELLNESS SUMMIT

cuando se les incluye, las ofertas han reforzado una visión cliché de la masculinidad centrada únicamente en el físico”.

Sin embargo, destaca que hay un cambio cultural importante: “A medida que se exponen las terribles consecuencias de la creciente soledad masculina, la industria *wellness* está respondiendo con una nueva ola de soluciones diseñadas para que los hombres se reconecten con sí mismos”. Estas soluciones van desde apps enfocadas a la salud mental, hasta plataformas (como EVRYMAN) que ofrecen programas de desarrollo emocional y retiros.

Anticipa que las ofertas de bienestar social y emocional para los hombres tendrán más matices, se distribuirán de manera uniforme en todas las etapas de la vida y serán más globales. **F**



propósito y fomenten el bienestar físico y mental.

En este sentido, estima que se popularizarán los kits de baño con cepillos corporales, sales de baño, ropa y velas. La funcionalidad será un factor importante para la decisión de compra de estos productos al brindar resultados específicos, como la mejora del sueño, la recuperación muscular y la relajación.

RECONEXIÓN

Los hombres están adoptando rutinas de cuidado personal que van más allá

de lo básico; y reconocen la importancia de celebrar la individualidad, dedicar tiempo y esfuerzo a su apariencia y bienestar en general. Esta tendencia influye notablemente en otras esferas de vital importancia.

El Global Wellness Summit Trends Report 2024 es categórico al señalar que la industria del bienestar ha brindado, durante mucho tiempo, un espacio para que las mujeres se abran, exploren sus emociones y construyan una comunidad, pero no se puede decir lo mismo de los hombres. “Ellos han quedado fuera de la ecuación o,

Festival Food and Wine de Casa de Campo regresa con cuatro chefs icónicos nacionales e internacionales

La segunda edición de este festival gastronómico estará liderada por Hubert Keller, Scott Conant, Shawn McClain y la dominicana Inés Páez del 10 al 13 de octubre.



Tras el éxito rotundo del primer año, el aclamado Festival de Comida y Vino de Casa de Campo Resort & Villas vuelve con una celebración internacional y nacional, liderada por reconocidos chefs que darán que hablar en esta segunda edición que se llevará a cabo el próximo 10 al 13 de octubre de 2024.

Los invitados para este evento culinario son de lujo. Hablamos de los chefs Hubert Keller, Scott Conant, Shawn McClain e Inés Páez, conocida como Chef Tita, quien será la representante destacada de la nueva entrega de Food & Wine que celebra lo mejor de la cocina regional e internacional, uniendo a estos grandes talentos.

En asociación con Invited Clubs, una compañía con más de 200 campos de golf y clubes privados en todo el mundo, el festival promete ser una experiencia gastronómica única al combinar actores

destacados de la cocina local con expertos de renombre mundial.

“Nuestro festival inaugural fue un éxito rotundo el año pasado y estamos emocionados de llevarlo a un nuevo nivel en su segundo año,” afirmó Jason Kycek, vicepresidente senior de Ventas y Marketing de Casa de Campo Resort & Villas. “Este evento no solo destaca el excepcional talento culinario de la República Dominicana, sino que también ofrece a los asistentes una experiencia completa con demostraciones culinarias, maridajes de comida y vino, y la oportunidad de disfrutar de las comodidades de lujo que Casa de Campo ofrece”, agregó.

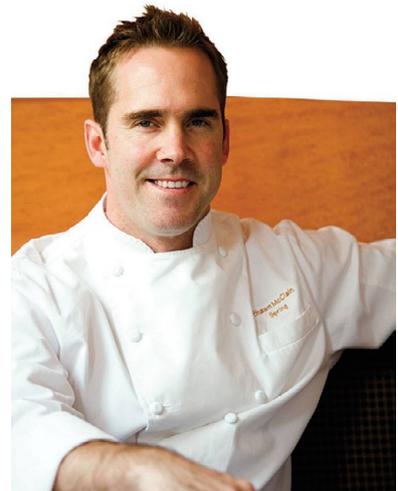
Durante los tres días que dura el evento, los asistentes tendrán la oportunidad de disfrutar degustaciones exclusivas, exhibiciones en directo y combinaciones culinarias con vino. El evento contará con la participación del presentador de

Univisión, Raúl de Molina. Además, podrán explorar las instalaciones de primera categoría del resort, como el Premier Club y The Spa Casa de Campo, clasificado con 4 estrellas por revista Forbes.

CHEFS INVITADOS

Los chefs invitados y que serán el alma del festival son tres estadounidenses y una dominicana. Hubert Keller fue entrenado por los mejores chefs de Francia y actualmente es uno de los más reconocidos y aclamados. Fundó y operó “Fleur de Lys” en San Francisco y “Fleur by Hubert Keller”, además del aclamado “Burger Bar” ubicado en Las Vegas.

Por su lado, Shawn McClain fue ganador del premio James Beard y es reconocido por abrir seis restaurantes de renombre en Chicago y Las Vegas incluyendo “Spring” especializado en comida de mar innovadora, “Salvia Restaurante”



de estilo americano, “Verde Cebra” totalmente vegetariano, “Five50 Pizza Bar” y “Libertine Social”.

El tercer invitado de lujo, Scott Conant, aportará una tecnología impecable y una pasión inquebrantable para crear comida con alma. Con una carrera que abarca más de 35 años,

destaca su portafolio de restaurantes aclamados, libros de cocina, participación en diversos programas de televisión y una marca en constante expansión, Conanthas, estableciéndose como uno de los principales chefs del mundo.

Y la última que se sumó a esta fiesta gastronómica, la Chef Tita, jefa de cocina del restaurante Morisoñando y autora del libro “La Nueva Cocina Dominicana”, ha sido reconocida por su dedicación al rescate y la valorización de la gastronomía dominicana.

Con una sólida formación en Hotelería y Turismo y un diplomado en Artes Culinarias, Chef Tita ha llevado la cocina dominicana a escenarios internacionales en países como Alemania, España, Estados Unidos e India, entre otros.

Su enfoque en resaltar el patrimonio gastronómico dominicano y en promover los productos locales la ha convertido en una embajadora destacada de la cocina nacional.

PROGRAMA DEL EVENTO

Para los interesados en ser parte de esta segunda edición, el 10 de octubre se realizará una competencia del Chef del Año, además de juegos de golf nocturnos. Al día siguiente, se vivirá el primer día del Festival de Comida & Vino de Casa de Campo en el Grand Tasting Pavilion, en La Marina Riverside Center.

En lo que refiere al sábado 12 de octubre, la segunda jornada se celebrará en el Grand Tasting Pavilion, en el Marina Riverside Center y Showcase de Chefs Celebridades Bajo Las Estrellas en Minatas Beach. Los boletos y paquetes para el 2º Festival Anual de Comida y Vino de Casa de Campo están disponibles para su compra en línea. <https://uepatickets.com/tickets/es-entradas-entradas-evento-casa-de-campo-food-wine-festival>.

Para más información sobre Casa de Campo Resort & Villas, visite nuestro sitio web en: www.casadecampo.com.do/es/vacation-packages-offers/food-and-wine-festival/
www.casadecampo.com.do

Por Sheila Ramírez

Declaración virtuosa

.....
EN LA REPÚBLICA DOMINICANA EL JAZZ ESTÁ EN PLENO AUGE. MÚSICOS EXPERIMENTADOS CONVERGEN CON TALENTOS EMERGENTES PARA EL DELEITE DE UN PÚBLICO QUE APLAUDE ESTA VIBRANTE EXPRESIÓN DE UNIDAD.
.....



El jazz es un puente que une culturas porque promueve la integración de ritmos autóctonos y el folclor, enriqueciendo con ello el léxico musical.

También es una declaración íntegra de la libertad de expresión y un símbolo de paz, tal como lo ha afirmado la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco).

“Cuando la milicia estadounidense comenzó la ocupación de República Dominicana, en 1916, este género unió a músicos de ambos países, dejando atrás las diferencias y centrándose en disfrutar de la improvisación, de aquello que les dictaba el corazón para expresarlo a través de sus instrumentos”, narra Fernando Rodríguez De Mondesert, con relación al capítulo inicial de la historia de esta manifestación cultural en el país.

Él es un entusiasta del jazz en la isla. Tanto, que durante casi dos décadas ha investigado, difundido y posicionado este tema, además de seguir muy de cerca los pasos de exponentes dominicanos en el mundo.

Así, a lo largo de estos años ha visto, tras bambalinas y en primera fila, el crecimiento del jazz en República Dominicana como un movimiento de innovación artística impulsado en gran medida por la apertura de todos



los actores inmersos en este universo musical, así como por el desarrollo de nuevos talentos.

También ha sido testigo del papel fundamental que desempeña en esta cultura el Conservatorio Nacional de Música, con sede en Santo Domingo. Él ha visto cómo los jóvenes artistas crecen con la práctica autodidacta, maduran y encuentran su sonido al participar en sesiones con pioneros del jazz y músicos experimentados dispuestos a compartir sus conocimientos.

Uno de ellos es el pianista Michel Camilo, embajador del jazz latino más galardonado a nivel internacional, quien tiene una fundación a través de la cual imparte clases magistrales gratuitas. Además, el programa emprendido por el prestigioso Berklee College of Music, en el que participó como maestro invitado, ha favorecido a cientos de jóvenes con cursos en distintas áreas musicales y becas para la formación profesional.

Rodríguez De Mondesert destaca que la Universidad Nacional Pedro Henríquez Ureña creó la primera Escuela de Música Contemporánea en este país; y esto, para los nóveles instrumentistas, representa una puerta hacia el mundo.



Pasión sin fronteras

El pianista, compositor, arreglista y educador Josean Jacobo, junto con el grupo Tumbao, es uno de los principales exponentes del "Afro dominican jazz" a escala internacional.

LABOR INCANSABLE

La evolución del jazz dominicano ha sido virtuosa, y la lista de los exponentes que han contribuido a su proyección es extensa. “El género ha pasado por diversas etapas, pero si nos situamos en las últimas décadas podemos mencionar a Alex Díaz, radicado en Nueva York, que ha hecho un trabajo tremendo para posicionar al merengue jazz; Yasser Tejeda & Palotré, el primer grupo que hizo fusiones profundas y estudiadas de la herencia folclórica y ritmos contemporáneos; Josean Jacobo, quien logró crear una propuesta que defiende la postura del mestizaje. Y los jóvenes que apuestan por una diversidad de fórmulas, como Alfredo Balcácer, Joshy Melo, Ivanna Cuesta y muchos otros”, explica el especialista.

El potencial del talento dominicano dentro y fuera del país se hace sentir por medio de las numerosas entrevistas que Fernando ha escrito para “Jazz en Dominicana”, la plataforma que fundó hace 18 años con el ánimo de fomentar la apreciación de este género musical que lo cautivó siendo universitario.

“Me acuerdo de que, en el otoño de 1974, un amigo me regaló ‘Sunflower’ de Milt Jackson. Ese álbum me lanzó al lado profundo de la piscina del jazz. Desde entonces creció mi sed por escudriñarlo y vivirlo. Pero no fue hasta septiembre de 2006 que descubrí la manera de transmitir esa fascinación”, relata esbozando una sonrisa y continúa con un gesto que anticipa la experiencia que lo llevó a esa revelación: “Fui a un concierto de jazz y no había público. Estaba solo y la banda en vez de cancelar decidió tocar para mí. Llegué a casa con emociones mixtas porque me pareció un gran concierto y, por otra parte, aún me sentía desconcertado porque no hubo alguien más presenciando ese momento. Así que les escribí a mis amigos invitándolos al próximo evento”.



“Las fusiones con nuestro folclore en el jazz defienden la postura de nuestro mestizaje como un grito de libertad”

FERNANDO RODRÍGUEZ DE MONDESERT

JAZZ EN DOMINICANA

Para sorpresa de Fernando, el mensaje resultó ser un éxito, pues en pocas líneas transmitió con fidelidad la experiencia de esa noche centrándose en la música.

Así fue que decidió crear el blog que años después le daría la oportunidad de abrir espacios semanales de jazz en vivo. En los 1,450 eventos organizados en sus sedes (Fiesta Sunset Jazz, Jazz Nights at Acropolis y los Jazzy Tuesdays) han debutado numerosas agrupaciones y se han presentado más de 250 músicos y vocalistas de

todos los rincones del país, así como artistas invitados de más de 17 países, muchos de ellos con premios Grammy, como Oscar Stagnaro, Ed Calle y Néstor Torres, por citar algunos.

Los eventos de jazz en vivo le han permitido constatar que hay un público gustoso de participar en eventos de buen contenido músico-cultural. Pero lo que más alegría le produce es que el promedio de edad de los asistentes se ha reducido en los últimos ocho años.

“Puedo decir, entonces, que el jazz dominicano se encuentra en buenas manos”, concluye quien ha sido distinguido por los Ministerios de Cultura y Turismo, así como por el Instituto de Jazz Herbie Hancock, por su papel de organizador del Día Internacional del Jazz en el mundo.

En el 2011, la Unesco proclamó el 30 de abril como el Día Internacional del Jazz para sensibilizar al público sobre las virtudes de este género musical como herramienta educativa y como motor para la unidad, el diálogo y el refuerzo de la cooperación entre pueblos. **FB**

FOTO: PEDRO BONILLA, JAZZ EN DOMINICANA



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



Por Manuel Grajales

“No tuve que inventar nada porque la aventura de Perla ocurrió. Fuimos al parque y un perro grande se soltó y la quiso atacar. Pero antes que yo pudiera protegerla, ella se dio media vuelta, lo enfrentó gruñendo y empezó a corretearlo”, cuenta Isabel Allende, quien encontró inspiración en esa anécdota para hacer su primera incursión en la literatura infantil.

Como si fuera una cita infaltable, cada 8 de enero, ella acostumbra comenzar un nuevo proyecto desde que una carta a su abuelo moribundo, la cual había empezado a escribir el 8 de enero de 1981, derivó en su primera novela, *LA CASA DE LOS ESPÍRITUS*, que a la postre la llevaría a posicionarse entre las autoras más leídas del mundo. Este año la fecha no fue diferente. Auguraba el inicio de una serie de tres enriquecedores álbumes ilustrados, el primero de ellos titulado *PERLA, LA SÚPER PERRITA*, editada por Penguin Kids.

Esa pequeña mascota fue rescatada y llegó casi por casualidad a la casa de Isabel, recuerda durante un encuentro con los medios. “Es un ratón, pero es arrogante, valiente y tiene un problema con las cuerdas vocales, por eso cuando ladra parece un perro más grande. Y hemos aprendido mucho de ella: de ir por la vida ocupando espacios. Porque a muchas mujeres les pasa que nos disminuimos; ella, en cambio, se expande. Creo que eso es importante.”

SUPERPODERES

Esa cualidad se la transmitirá a Nico Rico, su pequeño hermano humano, al darse cuenta de que sufre bullying en el colegio. Así, la historia ilustrada por Sandy Rodríguez aborda el tema del acoso escolar desde una mirada más bien de confrontación.

Lo que sucedió en el parque con su mascota llevó a la reconocida escritora a pensar que “los abusadores

EL VALOR DE OCUPAR ESPACIOS

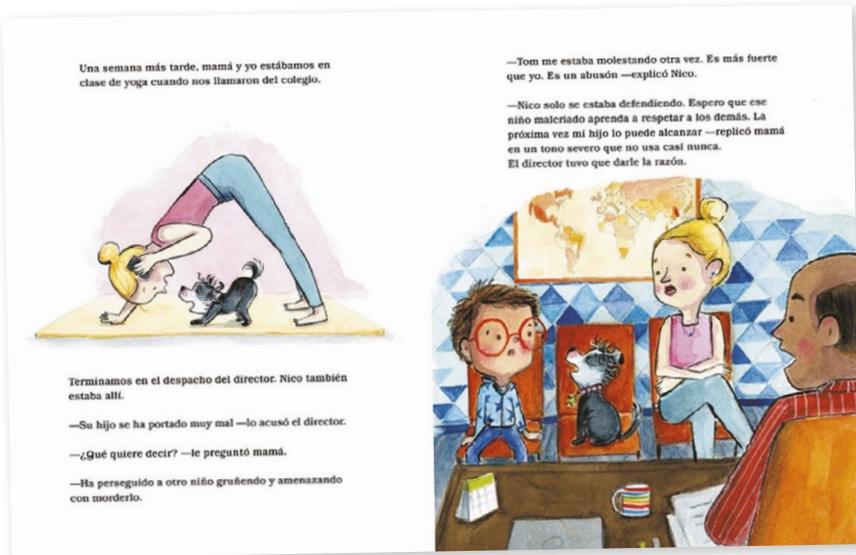
TRAS CUATRO DÉCADAS DE UNA EXITOSA TRAYECTORIA COMO NOVELISTA, ISABEL ALLENDE INCURSIONA EN LA LITERATURA INFANTIL CON UNA HISTORIA QUE ALIENTA A LOS NIÑOS A DEFENDERSE DEL ACOSO ESCOLAR Y “RUGIR COMO UN LEÓN”.



FOTO: LORI IBARRA



En el colegio de Nico hay un chico llamado Tom que se burla de él y siempre lo está empujando. Nico no se lo cuenta a ningún humano, pero cuando estamos solos en mi escondite mágico se pone a llorar.
Quisiera ir al colegio y morderle las pantorrillas a ese Tom.



Una semana más tarde, mamá y yo estábamos en clase de yoga cuando nos llamaron del colegio.

—Tom me estaba molestando otra vez. Es más fuerte que yo. Es un abusón —explicó Nico.

—Nico solo se estaba defendiendo. Espero que ese niño malcriado aprenda a respetar a los demás. La próxima vez mi hijo lo puede alcanzar —replicó mamá en un tono severo que no usa casi nunca. El director tuvo que darle la razón.

Terminamos en el despacho del director. Nico también estaba allí.

—Su hijo se ha portado muy mal —lo acusó el director.

—¿Qué quiere decir? —le preguntó mamá.

—Ha perseguido a otro niño gruñendo y amenazando con morderlo.

son cobardes: cuando uno los enfrenta, escapan. Siempre abusan del más débil, del más pequeño”. Por ello, “Perla” tiene dos superpoderes: hacer que todos la quieran y rugir como un león. Una idea que utiliza la autora como una metáfora para transmitirle a los pequeños lectores que deben aprender a defenderse.

“Cuando uno se achica y se victimiza, te va peor”, dice y se apresura a agregar: “Los niños, por algo que no sé si sea biológico o cultural, tienden a ser mucho más seguros de sí mismos; en cambio, las niñas, cuando son pequeñas, son iguales, pero, conforme crecen van encogiéndose. Y yo les diría: no, lo que hay que hacer es ocupar espacio, meter ruido, agrandarse”.

“Sobre todo, si eres bajita como yo”, dice riendo. “Por ello he tenido que desarrollar una personalidad de tarzán para sobrevivir”, comenta con un tono reflexivo, pues asegura que mientras una novela dirigida a un público adulto difícilmente puede tener un verdadero efecto en el lector y cambiar su manera de pensar, en el caso de los niños sí se pueden plantear ideas que los impacten de manera muy importante.

Eso y su deseo ferviente por incursionar en diferentes campos de la escritura creativa como una forma de no aburrirse, no repetirse en sus historias, la llevó a esta aventura en la literatura infantil con el inicio de dicha trilogía. A través de ella, espera plantear temas fundamentales en la infancia, con el afán determinado de que se discutan y se hable de ellos en la sociedad.

La autora nacida en Perú, quien vivió por muchos años en Chile, asegura que en la actualidad existe una explosión de la literatura infantil, no solo de estos libros ilustrados, sino también de aquellos dirigidos a un público más juvenil, lo cual no ocurría décadas atrás.

“Cada vez se publica más de esto, porque hay más demanda”, resalta Isabel Allende, quien antes de concluir la conversación revela cuál es su único superpoder: “Nací con la vocación de atrapar historias en el aire y contarlas.” **I**

“Mi único superpoder es que nací con la vocación de atrapar historias en el aire y contarlas”

ISABEL ALLENDE/ ESCRITORA

Son ya dos años en RD junto a ti...



...y queremos seguir sorprendiéndote con un amplio universo de cafés, aromas, sabores y sensaciones.

Cafés Baqué, líder en España en el canal profesional desde hace más de un siglo.



cafesbaque_rd



(809) 960-8291

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

