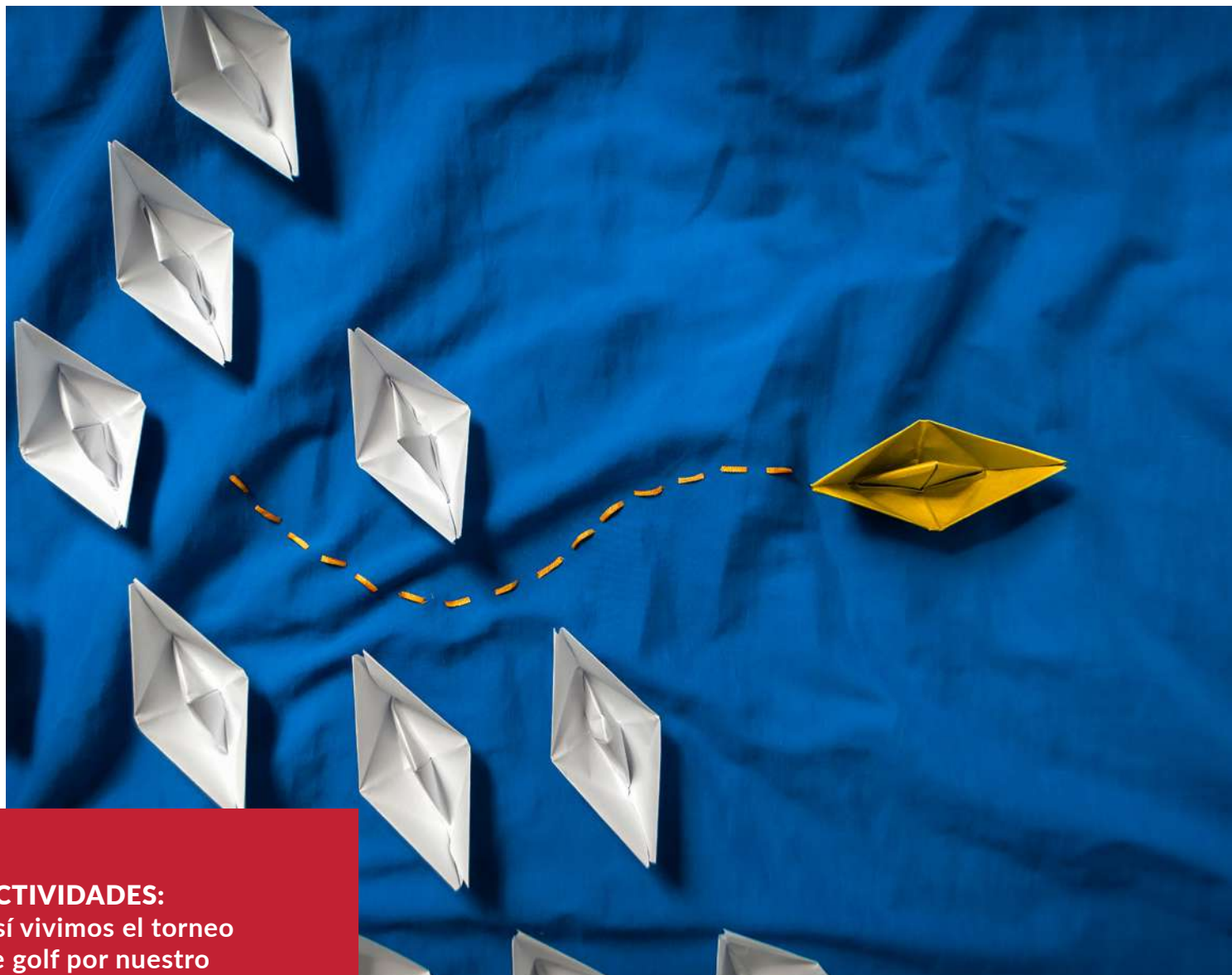




ACTIVIDADES:
Así vivimos el torneo
de golf por nuestro
centenario.

EMPRESA:
Cinco claves para decir
“no” a un cliente y
mantener la relación
de negocios.

**Navegando hacia la resiliencia:
retos y soluciones económicas
para España**



PUNTA BLANCA
GOLF & BEACH CLUB

PUNTA CANA – BÁVARO – REPÚBLICA DOMINICANA

Todo lo que necesitas para vivir la exclusividad!



Un hogar a la altura de tus Sueños Viviendas de calidad en el corazón del Golf...

Villas amplias y elegantes de 3 y 4 habitaciones, con piscina privada y vista panorámicas al Campo de Golf, acabados con materiales nobles como el mármol, caoba o coral piedra natural. Apartamentos de 2 y 3 habitaciones.

Como son: Golf Residences y Ambar Life, el primero con un diseño contemporáneo y el otro un diseño tropical contemporáneo. Ambos combinan espacios que integran la privacidad, la relajación y la recreación en un lugar privilegiado como Punta Blanca.



Tel. 809-468-6834 / Cel. 849-882-5442
Email: comercial@punta-blanca.com
www.punta-blanca.com



Sumario

- | | | | |
|----|--|----|---|
| 02 | PORTADA: Navegando hacia la resiliencia: retos y soluciones económicas para España. | 16 | SOCIOS: Conozca cómo QRMOON puede transformar las interacciones digitales de su empresa. |
| 06 | EL DATO: Anatomía del emprendedor español: perfil y características. | 18 | MARKETING: Espera y curiosidad: cómo lanzar una campaña de expectativa de clase mundial. |
| 08 | BREVES: España, 4to. país mejor posicionado en ciberseguridad del mundo. | 20 | EMPRESA: La ambición silenciosa de los jóvenes: equilibrando carrera y bienestar. |
| 10 | ACTIVIDADES: Así vivimos el torneo de golf por nuestro centenario. | 24 | DE INTERÉS: Película española “La Sociedad de la Nieve” rompe récords en Netflix. |
| 14 | SOCIOS: Grupo Piñero premió al Banco Popular por ser uno de los más “ecoístas”. | 26 | NUEVOS SOCIOS. |



**BANCO
LOPEZ DE HARO**

¡Descubre cómo puedes transformar tu manera de **volar** y hacer **negocios**!



Súmate al travel lifestyle con nuestras **Tarjetas de Crédito**

Visa Iberia **Empresarial**

Visa Iberia **Platinum**



Nuestro Servicio de la Tarjeta de Crédito Visa Iberia al
Tel.:(809) 535-8994 | e-mail: serviciosiberia@blh.com.do
Más información en www.blh.com.do/visaiberia



Escanea
¡SOLICÍTALA YA!



Navegando hacia la resiliencia: retos y soluciones económicas para España

Por María del Mar Mejía Ruiz / @editecrd

La economía española registró en 2023 un grado de dinamismo elevado que se reflejó en un crecimiento del PIB del 2,5 % —mayor que en el resto del área del euro (0,4 %) y por encima de lo esperado a principios de año (1,6 %)—, impulsado por la fortaleza tanto del consumo público y privado como de las exportaciones de servicios, frente a la debilidad de la inversión, según el Informe Anual 2023 del Banco de España (BDE).

A pesar de ello, el país ibérico se enfrenta a desafíos estructurales que van desde el envejecimiento de la población hasta el desequilibrio de las cuentas públicas. Veamos a continuación los retos económicos de España y las soluciones que propone el BDE en su análisis.

Reto	Diagnóstico
 El marco institucional	● Caída en la calidad y en la confianza institucional desde la crisis financiera global.
Soluciones: ● Eficientizar las administraciones públicas, incluido el sistema judicial. ● Aumentar la evaluación de las políticas públicas.	

ESTAMOS MUCHO MÁS CERCA DE TI



Encuentra fácilmente lo que necesitas
utilizando nuestra APP



Patria Rivas 
Laboratorio Clínico
tu mejor *Resultado*

Reto	Diagnóstico
 El capital humano	● El nivel formativo sigue siendo inferior al europeo. ● La oferta universitaria reacciona de modo limitado a las necesidades de la demanda.
Soluciones: ● Impulsar la permanencia de los estudiantes en el sistema educativo. ● Mejorar el sistema universitario, vinculando la financiación a la excelencia y adecuando la oferta a la demanda. ● Aumentar la formación profesional dual y la formación continua de los trabajadores.	

Reto	Diagnóstico
 La productividad	● Ralentización del crecimiento de la productividad.
 El tamaño y la composición de las empresas	● Tamaño relativamente pequeño. ● Baja rotación de empresas: se crean pocas y desaparecen pocas, lo que limita las ganancias de productividad.
Soluciones: ● Reducir la carga regulatoria y repensar algunos umbrales. ● Promover la unidad de mercado. ● Mejorar el acceso a la financiación no bancaria. ● Promocionar la unidad de mercado.	

Reto	Diagnóstico
 El mercado de trabajo	● El paro continúa muy elevado. ● Los cambios tecnológicos y demográficos están transformando el mercado de trabajo. ● La mejora del empleo y de la productividad deben ir de la mano.
 El envejecimiento de la población	● La población ha envejecido y se intensificará. ● La inmigración es elevada, pero no suficiente para contrarrestar el envejecimiento.
Soluciones: ● Revisar las políticas del mercado laboral. ● Desarrollar políticas para preservar empleos y apoyar a trabajadores mayores frente a la innovación tecnológica. ● Clarificar motivos de despido para disminuir incertidumbre y mejorar la reubicación laboral. ● Las ayudas por desempleo deben amparar a los afectados sin afectar su búsqueda de empleo.	



Reto	Diagnóstico
 La desigualdad y vulnerabilidad de los hogares	● La desigualdad se ha reducido desde la pandemia. ● Existen grandes bolsas de hogares vulnerables, relacionadas con el acceso a la vivienda.
 El mercado de vivienda	● La fortaleza de la demanda y la rigidez de la oferta han mantenido el crecimiento sostenido de los precios. ● Los problemas de acceso a la vivienda en propiedad y en alquiler han aumentado en ciertos colectivos y zonas.
Soluciones: ● Contemplar un horizonte temporal amplio en términos de diseño, implementación y evaluación de las políticas públicas. ● Involucrar a las distintas administraciones públicas con responsabilidades en materia de vivienda, de forma coordinada y en colaboración con la iniciativa privada. ● Poner el foco en el estímulo de la oferta de vivienda, especialmente para el alquiler.	

Reto	Diagnóstico
 Las cuentas públicas	• Desequilibrio muy elevado de las cuentas públicas. • Tendencia al alza del gasto en pensiones.
Soluciones: • Crear un plan a mediano plazo para fortalecer la sostenibilidad financiera del sector público. • Optimizar la distribución del gasto público. • Revisar el sistema tributario. • Seleccionar con cuidado los proyectos de inversión evitando que la consolidación fiscal impida el crecimiento económico.	

Reto	Diagnóstico
 La inversión en capital e innovación	• Peso reducido de la innovación y del capital. • No obstante, la inversión en intangibles ha aumentado desde la pandemia.
Soluciones: • Optimizar los incentivos fiscales para la innovación y la selección cuidadosa de proyectos de inversión con fondos Next Generation EU (NGEU). • Desarrollar los mercados de capital riesgo en el marco de la Unión de Mercados de Capitales en la UE. • Facilitar el acceso a la financiación externa.	

Reto	Diagnóstico	Soluciones:
 La transición ecológica	• Lucha contra el cambio climático. • Transición a una economía sostenible.	• Adoptar una estrategia de mitigación ambiciosa, ordenada y predecible. • Desplegar masivamente fuentes de energía renovables. • Mejorar las interconexiones energéticas dentro de la UE.




TU VIDA. TU EMPRESA. UN SOLO BANCO.



Oficina Representación República Dominicana
Calle Gustavo Mejía Ricart Esq. Winston Churchill,
Torre Blue Mall Piso 27, Local P20
Pantini, Sto. Dgo., Rep. Dom.
T 829-893-5550

Anatomía del emprendedor español: perfil y características

Por María del Mar Mejía Ruiz / @editecrd



Es ampliamente conocido el hecho de que el tejido empresarial español está compuesto en un 99% por pymes. Ahora bien, ¿cómo son quienes las dirigen? En estas líneas le detallaremos cuál es el perfil del emprendedor español, quizás se sienta identificado.

Emprendedor español: hombre de 32 años con título universitario

A nivel general, el emprendedor español suele ser hombre (80% de los casos) con una edad promedio de 32 años, según datos del Mapa de emprendimiento 2023, desarrollado por la plataforma global de innovación enfocada en oportunidades de negocio, South Summit, junto a la International University (IE University).

En cuanto a su nivel de escolaridad se refiere, el estudio reveló que el 98% posee título universitario, el 79% másteres y el 16% doctorados. Esto posiciona a España como la región más formada, por encima del promedio europeo. Las principales áreas de especialización son ingeniería y ciencias sociales, los cuales aplican principalmente a industrias como *fintechs*, salud y servicios profesionales.

En ese mismo orden, Coque Parellada, manager de la firma de inversión Oryon Universal, explicó al periódico El Mundo Financiero que "el emprendedor español cuenta con una experiencia práctica en su sector y formación sólida, que se decide a emprender cuando está en el mejor momento de su carrera profesional".

Por otro lado, de acuerdo con el estudio, el 49% de los emprendedores fue empleado en una empresa privada, mientras que el 31% fue fundador o trabajó en una *startup*.

¿Qué valora el emprendedor español a la hora de dirigir una pyme?

- Flexibilidad laboral.
- Sensación de control sobre su vida y su negocio.
- Posibilidad de trabajar desde distintos lugares, como desde casa.
- Sensación de sentirse capaz de influir en la dirección de su negocio.

Fuente: Gefiscal Etl Global, empresa de consultoría a profesionales y pymes.

El 57% decide emprender porque siempre ha tenido esa necesidad o meta, según datos de Gefiscal Etl Global.

La mayoría de los empresarios españoles emprenden al menos dos veces

Los hallazgos de la encuesta revelan que el 61% de los emprendedores españoles ha participado en al menos dos *startups* en su vida, lo que los convierte en emprendedores seriales, es decir, aquellos que crean, desarrollan, consolidan y luego venden sus negocios en múltiples ocasiones.

Las industrias donde se encuentran más emprendedores en serie son:



Fintech



Educación



Desarrollo de software



Salud



Agrotech

Las principales fuentes de financiamiento de estos empresarios son el capital propio (46%), familia y amigos (19%), inversores ángeles (16%), capital de riesgo (14%) y financiación pública (6%).

Algunos datos sobre el emprendimiento femenino

Las féminas apenas representan el 20% de la totalidad de los emprendedores españoles, situación que se ha mantenido vigente durante los últimos diez años, según el Mapa de Emprendimiento 2023.

Asimismo, el estudio destaca que cerca del 10% de ellas posee estudios universitarios, un 73% cuenta con un máster y un 15% posee un PhD.

De manera similar, los expertos de Oryon Universal sugieren que “las emprendedoras tienden a caracterizarse por una alta formación académica y lideran empresas innovadoras en tecnología, con un enfoque social y medioambientalmente responsable”.

Volviendo a los datos del estudio, casi el 50% de ellas venía de trabajar en otra empresa, cerca del 18% era fundadora de una *startup* o trabajaba en una, mientras que poco más del 15% era autónoma.

En lo referente a la financiación, las españolas suelen recurrir un 33% a fondos privados, un 30% a fondos propios, un 23% de la familia y amigos y solo un 13% a capital público. De hecho, en España las mujeres tienden menos a autofinanciarse, contrario al resto de Europa (63%), África (59%) o Latinoamérica (53%).

Coque Parellada señala que “a pesar de los desafíos existentes, el emprendimiento femenino está impulsando el ecosistema emprendedor en España, con planes de negocio más sólidos y una tasa más baja de empresas fallidas”.

IBERIA
Cada día es el primer día

España te está esperando

Madrid cada vez más cerca con un vuelo directo y diario. Viaja a España y conecta con más de 90 destinos europeos.

Vive una experiencia única en Europa.



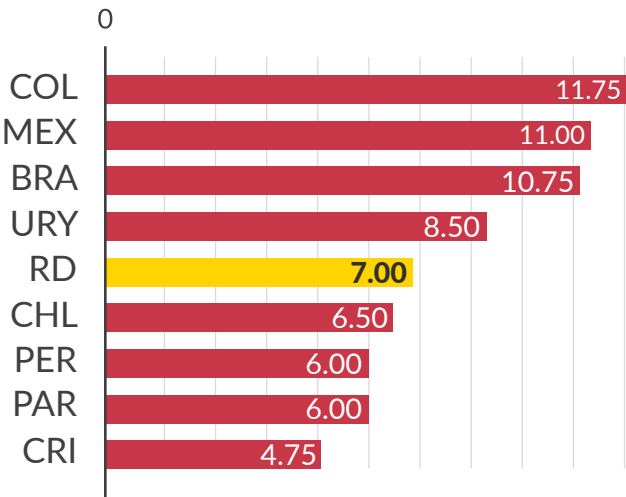
Obtenga su certificación

¿Cumple la Norma NORDOM ISO 22525:2020?

Recientemente, el Instituto Dominicano de Calidad (Indocal), junto al Ministerio de Salud Pública, el Ministerio de Turismo y la Asociación Dominicana de Turismo de Salud (ADTS), anunció que otorgará un sello de calidad a quienes cumplan la norma NORDOM ISO 22525:2020 entre los prestadores de servicios de turismo médico.



Tasa de política monetaria (TPM) en América Latina (%)



Fuente: Bancos Centrales con esquemas de Metas de Inflación.

La tasa de política monetaria de República Dominicana se mantiene en 7%



El Banco Central de la República Dominicana (BCRD) recientemente decidió mantener su tasa de interés de política monetaria en 7.00 % anual. Asimismo, la tasa de la facilidad permanente de expansión de liquidez (Repos a 1 día) permanece en 7.50 % anual, mientras que la tasa de depósitos remunerados (Overnight) continúa en 5.50 % anual.

Disminución de TPM en 2023-2024 (puntos básicos)

	Disminución de TPM en 2023-2024 (puntos básicos)
Chile	-475
Costa Rica	-425
Brasil	-300
Uruguay	-300
Paraguay	-250
Perú	-175
RD	-150
Colombia	-150
México	-25

Fuente: El Caribe

España 4to. país mejor posicionado en ciberseguridad del mundo

El último Índice Global de Ciberseguridad (IGC), elaborado por la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), otorgó a España una puntuación de 98,52 puntos como referente en ciberseguridad a nivel mundial ocupando el cuarto puesto, mientras que a nivel europeo se posiciona como el segundo país.



En calendario:

En 2025 RD será sede de la XXVII Conferencia mundial en negociación de los servicios aéreos



La décimo séptima Conferencia de Negociaciones de Servicios de Transporte Aéreo de la Organización de Aviación Civil Internacional, se celebrará en 2025 y reunirá a los 193 estados miembros, que negociarán acuerdos bilaterales en materia de servicios aéreos.

El país será sede de este evento que servirá también para “aumentar significativamente la eficiencia de estos procesos y fortalecer la colaboración internacional en el ámbito de la aviación civil”, según la nota de prensa del evento.

ALBURQUERQUE

ABOGADOS - CONSULTORES

ASEGURAMOS ACCESO A LA MEJOR RED DE ASESORÍA LEGAL A NIVEL MUNDIAL



174 JURISDICCIONES

21,000 ABOGADOS

117 PAÍSES

MEJOR COBERTURA QUE CUALQUIER DESPACHO INTERNACIONAL

40 AÑOS DE EXPERIENCIA



TERRALEX

Av. Gustavo Mejía Ricart, esq. Av. Abraham Lincoln,
Torre Piantini, Piso 13. C.P. 10148, Santo Domingo, D.N.,
República Dominicana. Telf. +1 (809) 549-4646.
www.alburquerque.com.do





Así vivimos el torneo de golf por nuestro centenario

El pasado 27 de abril celebramos nuestro torneo de golf aniversario en Punta Blanca – Golf & Beach Resort. Los participantes disfrutaron de una experiencia diferente y memorable que incluyó estaciones de alimentos y bebidas en el campo, premios especiales y rifas.

Agradecemos a todos los que nos acompañaron en ese día tan especial para nosotros.





SANTO DOMINGO, AV. ABRAHAM LINCOLN 1009
TORRE EFA PROFESIONAL, PISO 6, SUITE 603
comercialrd@sparber.do
(809) 472 2083



SPARBER DOMINICANA S.R.L

SPARBER LÍNEAS MARÍTIMAS, S.A

SPARBER AIR CARGO, S.A

SPARBER PROJECT CARGO, S.A

SPARBER TRANSPORT, S.A

SPARBER CHILE, S.A

SPARBER MEXICO INTERNACIONAL,
S.A.

EXPORTLAN TERMINAL, S.L

SPARBER TRANSPORT, K.F.T

BILBAO - MADRID - BARCELONA - VALENCIA - GIJÓN - IRÚN -
MUNICH - BUDAPEST - CHILE - MEXICO - REPÚBLICA DOMINICANA
www.sparbergroup.com



CAMACOES RD estrechando lazos con instituciones aliadas

Durante el mes de abril llevamos a cabo múltiples reuniones de trabajo con el Instituto de Promoción Exterior de Castilla-La Mancha (IPEX) quienes participaron de una misión comercial organizada por nosotros.

Además, recibimos la visita de la Cámara de Comercio de Madrid, el Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE) y la Asociación Clúster de Empresas de Ingeniería, Consultoría y Servicios Tecnológicos de Galicia (AGEINCO). Con estas reuniones seguimos estrechando los lazos de colaboración con las cámaras de comercio regionales de España y con entidades de promoción económica regionales.



Reunión de la misión comercial multisectorial de la Cámara de Madrid.



Reunión de la misión comercial multisectorial del IPEX.



Reunión IGAPE y AGEINCO.

Amplía tus horizontes en la nueva Business

Una forma exclusiva de volar donde tú decides la máxima privacidad y confort

- Aviones más modernos y sustentables
- Asientos-cama totalmente reclinables, con acceso directo al pasillo
- Menús creados por Martín Berasategui, 12 estrellas Michelin

DECIDE LLEGAR
TAN LEJOS COMO
QUIERAS

aireuropa.com

 **AirEuropa** 
Tú decides



Grupo Hospifar celebra 30 años con el lanzamiento de Conectores ENFit

El grupo empresarial de importación, representación y distribución de marcas internacionales para el cuidado de la salud “Hospifar” cumplió tres décadas de operaciones en el mes de abril.

En el marco de su aniversario, presentaron el Protocolo de Conectores ENFit, un protocolo de estándar mundial unificado de conexión entre puertos de medicación, dispensadores de medicamentos, sistemas de administración y sondas para reducir riesgos en nutrición enteral, junto a su socio Cardinal Health.

El lanzamiento se realizó durante la cena conferencia titulada “Conectores ENFit para la Reducción de Riesgos en Nutrición Enteral”, a cargo del cirujano mexicano, orador de Cardinal Health, José Ignacio Díaz Pizarro-Graf.

Banreservas se alza con dos premios de Cannes Dominicana

El Banco de Reservas recibió los galardones “Marketer of the year” y “Effective brand of the year” de la agencia Cannes Dominicana por su destacada labor de mercadeo durante el 2023.

Yubelkis Ramírez, directora *senior* de mercadeo de Banreservas, expresó que estos logros son el resultado del respaldo que el equipo de esa área ha recibido de la alta gerencia del banco, encabezada por su administrador general, Samuel Pereyra, quien siempre muestra un interés genuino de contribuir con las iniciativas que promueven lo mejor de esa entidad financiera.



Grupo Piñero premió al Banco Popular por ser uno de los más “ecoístas”

El Grupo Piñero premió al Banco Popular Dominicano por ser una de las empresas “Más ecoístas de la República Dominicana”, un galardón de este grupo hotelero que reconoce tanto el apoyo del banco a sus operaciones como el valor agregado que aporta en materia de sostenibilidad a su desarrollo.

La primera edición de los premios “Los más ecoístas” en República Dominicana tuvo como propósito reconocer la labor de los proveedores, colaboradores y socios nacionales e internacionales del Grupo Piñero que cumplen con altos estándares de calidad y que también se sensibilizan a actuar en favor de la preservación del medioambiente y la lucha contra los efectos nocivos del cambio climático.

El galardón fue entregado de manos de Encarna Piñero, gerente general del Grupo Piñero, e Isabel Piñero, directora de sostenibilidad, en el marco de la feria Dominican Annual Tourism Exchange (DATE).



Entrevista :

Conozca cómo QRMOON puede transformar las interacciones digitales de su empresa

Por CAMACOES RD

QRMOON es un proveedor de soluciones de *networking* digitales que ofrece códigos QR seguros y servicios de vCard que vino a revolucionar la presencia virtual de emprendedores y empresas en crecimiento. Para conocer más sobre esta iniciativa, conversamos con Juan Carlos Fanes, CEO de QRMOON, y Albert Alcántara, gerente de tecnología de la empresa.

¿Podría contarnos sobre sus inicios profesionales y qué le llevó a explorar la tecnología de códigos QR?

Mi carrera comenzó en el campo del diseño, pero fue mi etapa como profesor universitario lo que realmente encendió mi pasión por la tecnología. Recuerdo una ocasión en la universidad donde implementamos códigos QR para una exposición de los trabajos estudiantiles. Fue fascinante ver cómo los visitantes interactuaban de manera más dinámica con los productos a través de sus dispositivos móviles. Esa experiencia fue un punto de inflexión para mí y me hizo pensar en el enorme potencial de esta tecnología, no solo en educación sino en el ámbito empresarial. Así nació la idea de QRMOON, buscando llevar esos códigos QR a un nivel donde no solo conecten información, sino que creen experiencias únicas para cada usuario y cada empresa.



Juan Carlos Fanes (CEO)

Nos interesa saber, ¿qué le llevó a emprender con la tecnología QR?

La idea surgió de una conversación con Albert Alcántara (Gerente TI). Ambos percibimos un enorme potencial en estas tecnologías emergentes que no estaban siendo completamente explotadas en el mercado dominicano. Decidimos aventurarnos y ofrecer soluciones que transformaran la manera en la que las empresas y los consumidores constituyen una interacción digital.

Como empresario que ofrece soluciones tecnológicas innovadoras, ¿cuáles han sido los principales desafíos al introducir los códigos QR y los enlaces personalizables?

Educar al mercado sobre el valor práctico de los códigos QR. Hemos atraído a un grupo sólido de clientes pioneros, interesados en nuestras innovadoras soluciones como el generador de códigos QR personalizables y las tarjetas de presentación digitales, que permiten modificar la información en tiempo real para diversos tipos de clientes, pudiendo tener dos tipos de entrada a su perfil de vCard vía QR y también por un link personalizable.

¿Podría explicar cómo las soluciones de QRMOON han impactado la manera en que las empresas se comunican con sus clientes, especialmente en plataformas como Instagram?

Nuestras soluciones, especialmente efectivas en plataformas como Instagram, permiten a las empresas comunicarse con sus clientes de manera dinámica, sin necesidad de búsqueda en redes sociales o conexión a internet, gracias a funciones avanzadas como la vCard.

También hablamos con Albert Alcántara, gerente de tecnología de QRMOON. Señor Albert, denos algunos ejemplos de cómo QRMOON ha transformado las operaciones comerciales de sus clientes.



Albert Alcántara
(gerente de tecnología)

Hemos trabajado con una variedad de negocios, desde restaurantes hasta tiendas minoristas, mejorando significativamente su eficiencia y la experiencia del cliente. Estas implementaciones han demostrado cómo nuestras soluciones pueden transformar las operaciones comerciales.

WEBINAR

POTENCIANDO LA PRESENCIA
DIGITAL Y LAS VENTAS DE LAS
MIPYMES EN REPÚBLICA DOMINICANA

IMPARTIDO POR

JUAN CARLOS FANÉS

GERENTE QRMOON

3 JUNIO
2024

4:00 PM.

VÍA ZOOM

INSCRIBETE AQUÍ

CÁMARA OFICIAL DE COMERCIO DE ESPAÑA
EN REPÚBLICA DOMINICANA

¿Cuáles son los problemas más comunes que enfrentan sus clientes y cómo ayuda QRMOON a resolverlos, especialmente en el contexto de las redes sociales?

Nuestro gestor de enlaces múltiples, especialmente útil en redes sociales, permite a las empresas consolidar varios enlaces en un solo QR, manteniendo la atención de los usuarios de manera eficiente.

Hablando de tecnología, ¿cuál es su enfoque para asegurar que los clientes adopten y se adapten a sus soluciones tecnológicas?

Nuestro enfoque es facilitar la adopción tecnológica a través de formación y soporte continuo. Estamos comprometidos con asegurar que cada implementación sea un éxito y a demostrar cómo nuestras soluciones aportan un valor significativo.

¿Cuáles son sus expectativas para el futuro de QRMOON y cómo planean expandir la presencia de la empresa tanto a nivel nacional como internacional?

Anticipamos un crecimiento continuo en la demanda de soluciones digitales. Nuestra visión es expandir nuestra presencia tanto a nivel nacional como internacional, adaptando nuestras ofertas para satisfacer las necesidades cambiantes del mercado.

QRMOON

Página web: www.qrmoon.com

Correo: info@qrmoon.com

Teléfono: 829-499-4321

El Banco para las PYMES

Entendemos y conocemos
las necesidades de las PYMES
por eso te brindamos una
asesoría personalizada

Conoce más en: www.lafise.com/blrd

Contáctanos

Espera y curiosidad: cómo lanzar una campaña de expectativa de clase mundial

Por Crislehym López/@editecrd



La intriga y revelación gradual de lo que está por acontecer son dos características principales de las campañas de expectativa. Apple, Nike, Starbucks y Coca-Cola se han convertido en especialistas de este tipo de formato publicitario a la hora del lanzamiento de productos.

Como lo indica su nombre, las campañas de expectativa dan a la audiencia una idea de forma progresiva de un nuevo producto o servicio que está por llegar al mercado.

Ejemplo de esto es la presentación de los dispositivos tecnológicos que crea Apple cada año. Esta develación se realiza en diferentes momentos, con anuncios publicitarios audiovisuales y posicionamiento de marca en los medios acerca de lo novedoso que traerá la empresa de la manzanita. Y, finalmente, culmina con un evento de lanzamiento a nivel mundial, que es esperado por todos los consumidores, medios y la propia competencia.

Fórmula para crear campañas de expectativa inolvidables

Para lograr una campaña de expectativa memorable, las grandes marcas han sabido combinar varios factores. Entre ellos:

- **Generar intriga.** A través de imágenes sugerentes, videos enigmáticos y/o frases misteriosas que generan emociones y curiosidad por saber más.
- **Revelar información gradualmente.** Una frase, la mitad de una imagen o solo el sonido de algo relacionado, por mencionar ejemplos. De a poco se van dando detalles en la campaña para mantener el interés del público por descubrir lo que viene.
- **Crear contenido exclusivo.** Actualmente, esta estrategia se usa para promocionar nuevos episodios de series, pódcast o eventos en redes sociales. Pero las compañías lo usan para ofrecer contenido exclusivo relacionado con el producto a un grupo "específico" o en un lugar o medio determinado, que no encontrarán en otro lado.

- **Contar una historia irresistible.** Siguiendo con Apple o Coca-Cola, estas marcas evocan historias que generan conexión y emoción. El año pasado, Apple inició el evento de lanzamiento de sus productos con la historia de personas aparentemente reales que lograron celebrar un cumpleaños “que creían no celebrarían” gracias al Apple Watch.

- **Crear una cuenta regresiva.** Generar un sentido de urgencia, de “poco tiempo” es otra forma de mantener la expectación y generar anticipación en el público.

- **Fomentar la participación del público.** La expectativa también se mantiene haciendo participar al público de concursos, desafíos o dando su opinión para llevarlos a ir descubriendo por ellos mismos lo que están por conocer.

¡Emocione, no aburra con la expectativa!

Tome en cuenta estos detalles para evitar que su campaña de expectativa genere el efecto contrario, el olvido:

- La campaña de expectativa debe ser corta.
- Combine medios tradicionales y digitales, la idea es alcanzar la mayor cantidad de audiencia.
- En el ámbito digital, utilice siempre las campañas de reconocimiento de marca.
- Defina claramente su *buyer persona*.

Ellos son expertos en campañas de expectativa

- **Nike y sus zapatos.** Las colaboraciones con celebridades y diseñadores le dan el primer lugar en campañas de expectación a esta marca. Usando cuentas regresivas en línea, avances en las redes y lanzamientos en tiendas hacen que los consumidores estén ansiosos por ver y adquirir los nuevos modelos de zapatillas.

- **Marvel Studios con sus películas de superhéroes.** Usando tráileres emocionantes, adelantos exclusivos en eventos como la Comic-Con y campañas virales que siempre mantienen entusiasmados a sus fans previo a cada lanzamiento.

- **Starbucks para dar a conocer las bebidas de temporada.** La marca crea expectativa cada temporada con el lanzamiento de sus bebidas especiales. Por medio de las redes sociales y correos electrónicos, dan pistas de las novedades del menú entre los amantes de la experiencia Starbucks.

- **Coca-Cola y la Navidad.** La marca de refrescos es especialista en generar emoción en cada Navidad. “Holidays Are Coming” junto a campañas interactivas en redes sociales, siempre hacen amar y esperar lo mejor de la Navidad.

- **Apple y sus lanzamientos de productos.** Ya lo hemos citado, reconocidos por sus campañas en las que utilizan eventos en vivo y anuncios cuidadosamente cronometrados, lo que mantiene la especulación de los consumidores.



La ambición silenciosa de los jóvenes: equilibrando carrera y bienestar

Por Crislehym López / @editecrd

La ambición silenciosa o “quiet ambition” que acuñó por primera vez la revista Forbes en 2023, representa actualmente un desafío para las corporaciones tradicionales. Empleados que priorizan su bienestar personal antes que alcanzar altos cargos gerenciales, contrasta con la visión de la productividad y la ambición como posibles indicadores de éxito para cualquier organización.

Esta determinación discreta o reservada de una persona se relaciona directamente a las generaciones más jóvenes. Sin embargo, no necesariamente habla de la poca ambición de alcanzar estatus o crecimiento. Más bien se refiere a la prevalencia de sus valores, intereses y metas personales, en lugar de dejarse llevar únicamente por las expectativas externas o la presión social.



Cuando los empleados ven a sus superiores y observan que su trabajo no refleja sus propias aspiraciones o valores, es natural que se cuestionen su propia trayectoria profesional. Esto puede llevar a sentimientos de desmotivación, falta de compromiso y deseo de buscar otras oportunidades que se alineen mejor con sus intereses y objetivos personales.

En cuanto a esta tendencia, la revista dice que “la Generación Z está cambiando rápidamente el panorama del lugar de trabajo estadounidense sobre cómo los trabajadores se relacionan con sus trabajos. El cambio es evidente en el

auge de términos en TikTok como “trabajos de chicas perezosas” o “abandonas silenciosas”, que hacen un esfuerzo mínimo y representan el 50% de la fuerza laboral estadounidense, según Gallup”.

Al respecto, también hacen referencia a la investigación realizada por Visier, plataforma de planificación de personal y analíticas de personas, que encuestó a mil empleados individuales a tiempo completo de EE. UU. sobre sus ambiciones y prioridades laborales. Estos son algunos de los resultados:



Solo 4% de los jóvenes considera el ascenso a un alto cargo como prioritario en su vida profesional.



Apenas 37% dice estar interesado algún día en tener el trabajo de su jefe.



Más de la mitad (55%) de los encuestados dice que un equilibrio positivo entre la vida personal y laboral es una cualidad que buscan en el lugar de trabajo.



Los hombres son más propensos a aceptar que quieren ingresar a la alta dirección algún día (42%), a diferencia de las mujeres (29%).

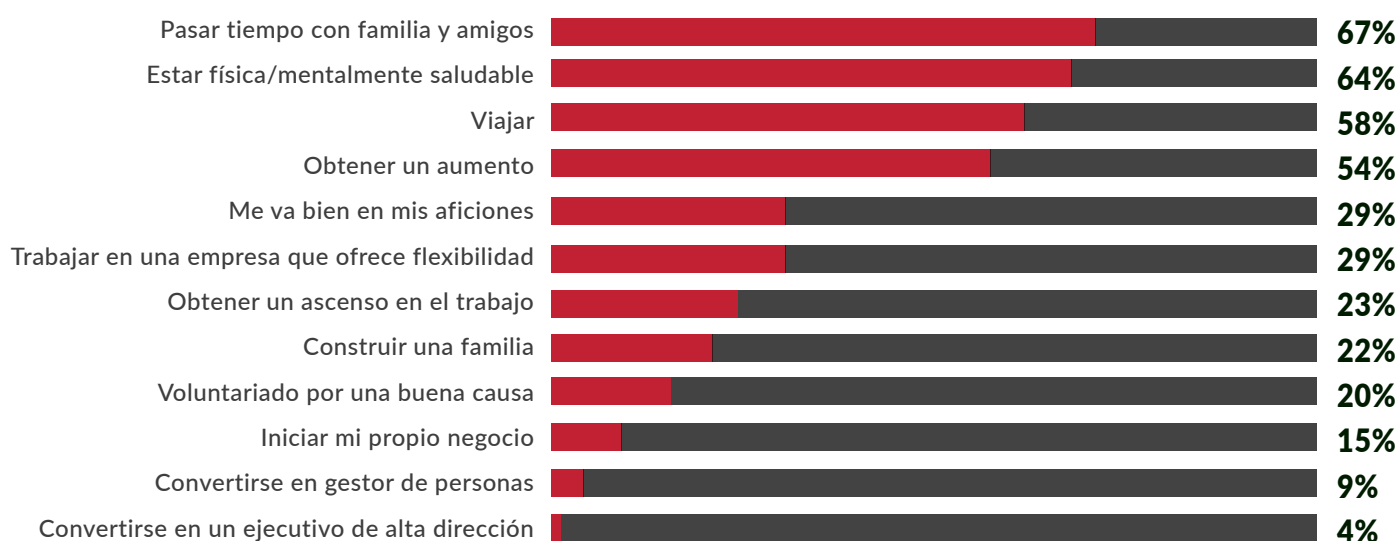
¿Por qué los empleados no quieren convertirse en gerentes?

El **91%** cita algún tipo de barrera, ya sean expectativas de mayor estrés y presión o simplemente porque están satisfechos con sus funciones actuales.

Ante esta realidad es importante que las empresas reconozcan la importancia de promover un equilibrio entre el trabajo y la vida personal, así como también brindar oportunidades de desarrollo profesional que sean significativas y estimulantes para sus empleados. Esto puede incluir políticas flexibles de horario laboral, programas de bienestar, oportunidades de capacitación y crecimiento personal y un ambiente laboral que fomente la colaboración y el sentido de propósito.

¿Qué realmente les interesa a los empleados?

Según la encuesta, estas son las principales prioridades de los empleados en esta generación:



Global Storage
ALMACENES & LOGÍSTICA

SOLUCIONES INTEGRALES DE LOGÍSTICA.

Cinco claves para decir “no” a un cliente y mantener la relación de negocios

Por María del Mar Mejía Ruiz / @editecrd



¿Alguna vez se ha preguntado por qué decir “no” resulta tan difícil? De acuerdo con la psicóloga sanitaria Sonia Franco, esto se debe a que despierta sentimientos displacenteros como el rechazo y la culpabilidad. Cuando lo extrapolamos al mundo de los negocios esto se exagera al pensar en las posibles pérdidas económicas que pudiera representar.

No obstante, existen ocasiones en las que es preferible rechazar la propuesta de un cliente. La complejidad de los proyectos y la falta de capacidad de respuesta o de tiempo son algunos ejemplos. Pero, se preguntará usted, ¿cómo hacerlo de la mejor manera sin romper el vínculo o la oportunidad de realizar negocios en un futuro? Siga leyendo para que lo descubra.

Claves para rechazar a un cliente cortésmente

● Agradezca

Al momento de comunicarle a un cliente que no procede su petición, una buena idea es primero expresarle agradecimiento por haber elegido su negocio por encima de los demás. De esta manera el cliente sentirá que lo aprecia, lo que permitirá allanar un poco el camino para que la negativa sea mejor recibida.

● Sea transparente

La honestidad es la mejor política. Por eso, exprésese al cliente de manera clara, concisa y precisa las razones por las que no podrá cumplir con su pedido. Procure utilizar argumentos sólidos, incluso ejemplos para mostrar su punto de vista. Además, es de suma importancia comunicar el mensaje en un tono amable y empático.

● Explique las implicaciones de decir “sí”

En caso de que el cliente aún busque la manera de persuadirlo, detállele las consecuencias de aceptar su propuesta, tanto para su negocio, pero muy especialmente para esa persona.

Recuerde que cada quien posee “no negociables” a la hora de contratar un producto o servicio. Si usted logra descubrirlos, úselos a su favor. Por ejemplo, si identificó que para esa persona el tiempo de entrega es primordial y, real y efectivamente usted no puede cumplirlo, hágaselo saber. Al hacerlo, es probable que el cliente reflexione sobre sus opciones y acepte el “no” con más tranquilidad.

● Proponga alternativas

Si le resulta imposible proceder con la solicitud de su cliente, bríndele otras opciones. Ofrézcale productos o servicios similares o póngalo en contacto con otro proveedor. Sin dudas, darle un plan B o C le demostrará que usted se preocupa por sus necesidades.

● Ofrezca su ayuda para más adelante

Por último, póngase a la disposición del cliente para cualquier proyecto futuro cuando las condiciones hayan mejorado. Quizás hoy usted no pueda, pero mañana sí.



Caso de estudio:

La empresa X se dedica a la comercialización de vinos, mientras que la Y es una agencia de investigación de mercados. La compañía X le ha solicitado a Y que efectúe en una semana un levantamiento a nivel nacional de los restaurantes locales más visitados por los extranjeros europeos. La empresa Y decide no aceptar la propuesta. Veamos cómo se lo comunicó a la empresa X.

Nuevo Mensaje

← → ↺

★

Para: Cliente

cc: bcc:

Estimados,

Nos sentimos muy agradecidos de que nos tomen en cuenta para realizar el estudio sobre los restaurantes locales más visitados por extranjeros europeos.

Sin embargo, tras revisar los detalles del proyecto, lamentamos informarles que no seremos capaces de llevarlo a cabo dentro del plazo solicitado.

Nuestra empresa se compromete con altos estándares de calidad, y tememos que aceptar esta propuesta podría comprometer estos principios.

A pesar de nuestra decisión, estamos dispuestos a discutirla o explorar futuras oportunidades de colaboración donde podamos ofrecer nuestros servicios con la calidad que ustedes merecen.

Agradecemos su comprensión y esperamos seguir en contacto.

😊 🖼️ 🔗 Aa ☐

🗑️

Es importante recordar que es mejor rechazar la propuesta de un cliente a tiempo que seguir adelante con él y dañar la reputación de la marca al entregar un trabajo de baja calidad o, peor aún, nunca completar el pedido.

CONSOLIDADO DIRECTO DE IMPORTACIÓN

Rep. Dominicana

España

Frecuencia de salida
Semanales

1.809.561.5999
info@harryheinsen.com
www.harryheinsen.com

FCL - LCL - Air Cargo

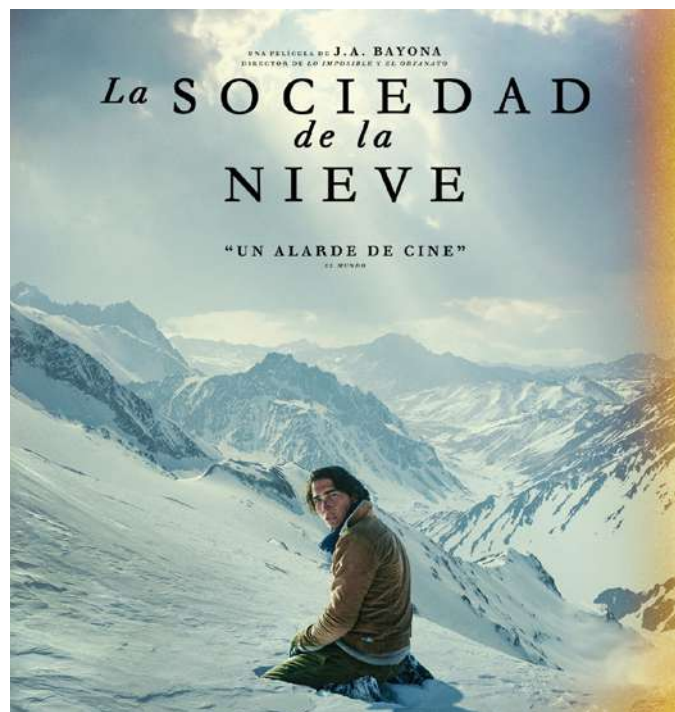
! Película española “La Sociedad de la Nieve” rompe récords en Netflix

Por Oscar Peña / @editecrd

Obtener un lugar en la lista de películas más vistas de Netflix no es tarea fácil. Actualmente, la empresa de entretenimiento cuenta con más de 17 mil títulos disponibles en todo el mundo. Sin embargo, la película española “La Sociedad de la Nieve” logró ganarse un puesto protagónico en esta lista, posicionándose como la segunda película de habla no inglesa más vista en la plataforma de streaming.

Este largometraje español relata los acontecimientos del accidente del vuelo 571 de la Fuerza Aérea Uruguaya el 13 de octubre de 1972 en el cual 45 pasajeros quedaron varados en el corazón de la cordillera de los Andes. Fue dirigida por el español Juan Antonio Bayona y se estrenó el pasado 4 de enero, obteniendo 51 millones de visualizaciones en sus primeros 11 días.

Su popularidad siguió escalando hasta llegar a su cifra actual de reproducciones: 98.5 millones en total al día 28 de abril. Esto la convierte en la segunda película de habla no inglesa más vista en la historia de la plataforma. Hasta la fecha, el primer lugar lo ocupa la película noruega “Trol”. Por otra parte, la película es la número uno en cuanto a horas de reproducción dentro de la lista, con un total de 239.7 millones de horas de visualizaciones.



La película española se llevó 24 galardones en diferentes premiaciones a nivel mundial. Cabe destacar que también estuvo nominada a los Academy Awards, los Golden Globes y los premios BAFTA.



FABRICACION DE MOBILIARIO A LA MEDIDA DE TUS NECESIDADES

Mobiliario de Oficinas
Counters Comerciales
Kitchenettes
Cocinas y Closets Modulares

10% DESCUENTOS PARA MIEMBROS



servex



(809)922.3131 / www.servexdominicana.com



Galardones de "La Sociedad de la Nieve":

- Premios Goya (12)
- Premios Platino del Cine Iberoamericano (6)
- Premios del Cine Europeo EFA (2)
- Premios Feroz 2024 (2)
- Premios Gaudí (1)
- Festival de San Sebastián (1)



El director de la película, Juan Antonio Bayona, expresó que hacer las cosas diferentes fue un factor clave para el éxito de este largometraje. "A veces hay que hacer las cosas de manera diferente para cambiar las reglas del juego. Tenemos todas las herramientas para cambiar las reglas del juego al público al que seducir para que vaya a ver las películas, y tenemos el talento para hacerlo", dijo en una conversación con el periódico Diario Libre.

El *film* está basado en uno de los tres libros escritos hasta la fecha sobre la tragedia. Este se titula igual que la película, "La Sociedad de la Nieve", publicado por Pablo Vierci en 2008. Este periodista y escritor uruguayo no solo trabajó de cerca con los involucrados del acontecimiento para escribir su libro, sino que fue compañero de colegio de muchas de las víctimas.

Carga tu vehículo con el Sol

La primera electrolinera de Latinoamérica y el Caribe, con cargadores ultra rápidos de 225 kW abastecidos con **energía 100% solar** para que cargues tu vehículo eléctrico en pocos minutos



29 puntos de carga



Cargadores ultra rápidos de 225 kW



Restaurantes



Espacio de coworking



evergo

evergo.com

Boulevard Turístico del Este km. 17, Bávaro, Punta Cana, República Dominicana.

Nuevos socios

● NUTERGENOMA

Representantes:

D. Jackson Basilio Pérez García y

D. Gerardo Jesús Rodríguez Polo

Exportación, importación, comercio,
mayorista y detalle

Avda. Máximo Gómez esq. José Contreras,
Plaza Royal, 5to. piso, Santo Domingo, D.N.,
República Dominicana.

Tel.: + 1 829 928 2705

nutergenomadominicana@gmail.com

www.nutergenoma.com

● ONEGAS (Operadora Nacional de Envasadoras de Gas, S.R.L.)

Representante:

D. José Antonio Flaquer Camilo

Gas licuado de petróleo

C/ San Juan de la Maguana No. 98, casi esq. Av.
Máximo Gómez, Santo Domingo, D.N., República
Dominicana.

Tel.: + 1 809 684 6450

info@onegas.com.do

www.onegas.com.do

● ENCARNACIÓN LAWYERS AND INVESTMENTS, S.R.L.

Representante:

D. Angel Alberto Encarnación Amador

Asesoría jurídica y consultoría general

Avda. Gustavo Mejía Ricart, Torre Profesional
Biltmore I, Suite 207, Santo Domingo, D.N.,
República Dominicana.

Tel.: + 1 809 893 6898

acollado@encarnacionlai.com.do

www.encarnacionlai.com.do

● PERALTA ROMERO & ASOCIADOS (VESONTIO)

Representantes:

D. Alejandro Peralta Melo y

D. Antoliano Junior Peralta Melo

Asesoría jurídica y consultoría general

C/ Francisco Prats Ramírez No. 12, edificio Judith
1D, Ensanche Piantini, Santo Domingo, D.N.,
República Dominicana.

Tel.: + 1 809 567 2760.

info@peraltaromero.com

www.peraltaromero.com

● SM, S.A.

Representante:

Da. Claudia Gabriela Huguet Méndez

Editorial y artes gráficas

C/ General Frank Félix Miranda No. 39, Santo
Domingo, D.N., República Dominicana.

Tel.: + 1 809 227 0064

gabriela.huguet@grupo-sm-com

www.grupo-sm-com.do

● INFRADOM - INFRAESTRUCTURAS DOMINICANAS RM, S.R.L.

Representante:

D. Rodrigo Medicis Maranhao Pimentel

Ingeniería, construcción y desarrollo inmobiliario

Calle Marcio Veloz Maggiolo No. 79, Local
B292, edificio Pool Garden, Bávaro, Punta Cana,
provincia La Altagracia, República Dominicana.

Tel.: + 1 809 959 333 y 809 959 1616.

info@infradom.do

www.infradom.com

● 4MICE-DMS, S.R.L.

Representante:

D. Francisco Alberto Lalondriz Peguero Jr.

Hostelería y turismo. Organización de eventos corporativos, hoteles, excursiones y traslados

Avda. Boulevard Turístico del Este, entrada Cabeza de Toro, Bávaro, Punta Cana, provincia La Altagracia, República Dominicana.

Tel.: + 1 809 831 2850.

sales@4mice-dmc.com

www.4mice-dmc.com

Manténgase informado con nuestro Newsletter



España es la decimosexta economía que más servicios digitales exporta

Descubre qué factores están impulsando el crecimiento de España como un actor destacado en el comercio de servicios digitales a nivel mundial.
[Los más...](#)

¿Sabe qué es y cómo le afecta el Mecanismo de Ajuste en Frontera de las Emisiones de Carbono de la UE?

El Mecanismo de Ajuste en Frontera de las Emisiones de Carbono (MAFC) es un instrumento de política ambiental concebido para aplicar a los productos importados a la Unión Europea (UE) los mismos costes del carbono en que incurren las instalaciones que operan allí. Conoce aquí cómo afectará a sus empresas.
[Los más...](#)

Energía renovable: mitos, realidades y el futuro del planeta

En este artículo le desmontamos algunos mitos sobre la energía renovable, basados en un estudio de la Escuela de Leyes de la Universidad de Columbia.
[Los más...](#)



Cámara Oficial de Comercio de España en República Dominicana



ICC CAMACOES RD

Mire más en nuestro blog














www.camaco.es.org.do



CHC
CORAL HOSPITALITY CORP.

Expertos en crear experiencias memorables





C-RSL
HOTELS de PLAYAS

Administración de Hoteles



xeliter

Administración y operación de condominios y sus programas de rentas



international
vacation club

Club de Vacaciones

chc.do

Junta Directiva de la Cámara Oficial de Comercio de España en República Dominicana

Presidente Honorario

Excm. Sr. Embajador D. Antonio Pérez-Hernández

Vicepresidenta Honoraria

Clara Fernández Martín

Presidente

Francisco José Pérez Menéndez

Primer Vicepresidente

Julio García Batista

Segundo Vicepresidente

Artur Cabré Rigat

Secretario

Iban Campo

Tesorera

Karina Castellanos

Pasado Presidente

Ángel Balliño González

Vocales

Francisco Camps

Edgar del Toro

Ricardo Felip

Mayjo Gutiérrez Fernández

Sandra Milán Lluberes

Luzoraida Peralta

Andrés Mejía

Nicolás Ramos Morey

Michelle Tavares

Ana Adela Vásquez García

Delegación Puerto Plata

Manuel Carbajo

Delegación Bávaro-Punta Cana

Antonio Ramis

Directora Ejecutiva

Marta Ors Arranz



Cámara Oficial de Comercio
de España en República Dominicana

REPÚBLICA DOMINICANA

Ave. Abraham Lincoln 1003, Edificio Profesional Biltmore I,

4to. piso, Local 401, Santo Domingo. Tel.: 809-567-2147

e-mail: info@camacoes.org.do

website: www.camacoes.or.do

@camacoes