

+SOSTENIBLE

RSC Y SOSTENIBILIDAD

Julio de 2025
Edición No. 1

UNA MIRADA
PÚBLICO -
PRIVADA

EMPRENDIMIENTO
SOSTENIBLE

COMUNICAR CON
RESPONSABILIDAD

GESTIÓN HUMANA
SOSTENIBLE

RESPONSABILIDAD
SOCIAL ESTATAL



TABLA DE Contenidos

3

SOSTENIBILIDAD

- Soprole: economía circular
- Fundapedco

5

FINANZAS SOSTENIBLES

- Carmen Hernando
- Emprendimiento Sostenible

9

COMUNICACIÓN RESPONSABLE

- Isabel y Paola: dos voces, un compromiso

11

GESTIÓN HUMANA SOSTENIBLE

- Hub Empleo Verde

12

TECNOLOGÍA

- Agro 360: Tecnología al Servicio de la Tierra

13

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

- RSC y reputación por Mariet Espinal
- CMI Business School

15

RESPONSABILIDAD SOCIAL ESTATAL

- RSE: más allá del deber institucional
- Innovación, Sostenibilidad y Diplomacia Turística
- Un consulado con rostro humano para los dominicanos en Madrid
- La protección consular como política de responsabilidad social del Estado dominicano

21

PROFESORADO CMI

- Impresiones sobre la RSC y su asignatura en el máster

CARTA EDITORIAL



+Sostenible es una revista universitaria creada por cuatro alumnas del Máster en RSC y Sostenibilidad de CMI Business School: Francisca Pavez, Pierina Vargas, Rocelin A. Guzmán y Valentina Rodríguez, con el deseo de transformar lo aprendido en un proyecto con impacto. Creemos que comunicar la sostenibilidad también es una forma de ejercerla.

En estas páginas reunimos voces, ideas y experiencias que abordan los principales desafíos y oportunidades que atraviesan la sostenibilidad hoy. Desde la comunicación con responsabilidad, la reputación corporativa y el emprendimiento sostenible, hasta las finanzas con propósito, la gestión humana sostenible, el rol del Estado en la responsabilidad social y el vínculo entre turismo sostenible y diplomacia, cada artículo ha sido pensado para provocar reflexión y acción.

También dedicamos un espacio especial a quienes nos guiaron en este camino: nuestros profesores, cuyas frases sobre RSC se convierten en legado e inspiración.

Gracias por acompañarnos en este primer paso hacia un mundo +sostenible.

Equipo editorial de +Sostenible
CMI Business School



Una economía circular que transforma comunidades: la experiencia de Soprole



En Chile, la empresa láctea Soprole impulsa desde hace años el programa “Soprole Sonrisa Circular”, una iniciativa pionera de reciclaje y educación ambiental que ha movilizado a comunidades escolares en todo el país. A través de la economía circular, alianzas estratégicas y un fuerte compromiso social, la compañía busca generar un impacto real en las personas y el entorno.

En un contexto donde las empresas están llamadas a repensar su rol en la sociedad, Soprole —una de las principales empresas lácteas de Chile, con más de 70 años de trayectoria en el mercado— ha apostado por un modelo de sostenibilidad que va más allá del cumplimiento normativo.

Uno de sus proyectos más emblemáticos es *Soprole Sonrisa Circular*, una iniciativa pionera en el país que busca hacerse cargo de los envases plásticos post-consumo a través de un enfoque educativo, colaborativo y de economía circular.

La iniciativa nace de una



María Pía Concha, Brand Analyst de Soprole.

necesidad concreta: dar respuesta al impacto ambiental de los envases plásticos (PS) que deja el consumo de productos lácteos. Pero más que una campaña de reciclaje, *Soprole Sonrisa Circular* se ha transformado en un programa transversal que involucra a comunidades, colegios, aliados

estratégicos y a distintas áreas de la empresa. “El proyecto surge con cuatro pilares fundamentales: educar a la comunidad, habilitar puntos limpios, acercar esos puntos a las personas, y valorizar el material reciclado, transformándolo en objetos útiles”, explica María Pía Concha, Brand Analyst Corporativa de Soprole y una de las responsables del programa. Publicista de formación y con una vocación social marcada por su experiencia en voluntariados, hoy lidera desde las comunicaciones una estrategia que busca conectar el propósito de la empresa con el bienestar colectivo.

Uno de los elementos más innovadores del programa es que no se limita al reciclaje de envases propios: acepta potes plásticos de toda la industria, generando así un impacto que trasciende a la marca. Gracias a esta apertura, Soprole ha logrado recuperar más de 90 millones de envases entre plásticos y cartón Tetra Pak, y ha movilizado a más de 1.400 colegios a lo largo del país. En muchos casos, se trata de comunidades con escasos recursos que, sin buscar premios, se organizan por el compromiso con el medioambiente.

Además de la recolección, lo más relevante del programa es la transformación de estos potes de yoghurt y postres en bandejas reutilizables que se utilizan dentro de las plantas para movilizar productos, cerrando así el ciclo y generando una verdadera economía circular dentro del entorno de la empresa. a compañía también ha incorporado

camiones refrigerados eléctricos, reforzando su apuesta por una logística más limpia, y continúa explorando nuevas formas de hacer más sostenible su operación.

Pero el compromiso de Soprole con la sostenibilidad no termina ahí. El programa *Soprole Deporte Escolar*, por ejemplo, promueve no solo la actividad física desde la infancia, sino también valores fundamentales como el respeto, la disciplina y el trabajo en equipo.

Asimismo, el enfoque del programa *Buen Vecino* representa una línea de trabajo relevante, con acciones concretas para mejorar la calidad de vida de las comunidades cercanas a las plantas productivas.

Según María Pía, hoy las empresas están más abiertas a integrar proyectos de impacto positivo dentro de su core de negocio. “Ya no se trata solo de buscar retornos económicos directos.

Las iniciativas que impulsamos responden a un propósito más profundo: nutrir sonrisas con productos ricos y nutritivos, y aportar desde nuestras capacidades a una sociedad más sostenible”, comenta.

La clave del éxito, afirma, ha sido el trabajo colaborativo. *Soprole Sonrisa Circular* no es una iniciativa aislada, sino que se sostiene en una red de alianzas estratégicas con actores públicos, privados y sociales. “Sin estos aliados, sería imposible alcanzar resultados significativos. Además, trabajamos siempre con una mirada de largo plazo y desde nuestros valores corporativos: hacer lo correcto, innovar constantemente y desafiar nuestros propios límites”, concluye.

Aunque no lidera

directamente el área de sostenibilidad, su papel ha sido clave en la difusión, gestión y evolución del programa. Y destaca un detalle no menor: todas las personas que trabajan en estos proyectos dentro de la empresa son mujeres. “Eso refleja una fuerte motivación por generar cambios reales y pensar en las próximas generaciones. Para mí es un orgullo formar parte de esto”, afirma. *Soprole Sonrisa Circular* se proyecta como un programa en constante transformación, con versiones que se renuevan año a año, manteniéndose a la vanguardia y ampliando su cobertura territorial y social. “Queremos que se recuerde como un programa innovador, transversal e inclusivo. Que abarque todas las edades, todos los sectores, y que llegue cada vez a más rincones de Chile”, finaliza.

“Ver cómo las comunidades se organizan no por un premio, sino por su compromiso con el impacto positivo, es algo muy lindo.”

— María Pía Concha,
Brand Analyst
Corporativa de Soprole



Finanzas y Sostenibilidad

CON CARMEN HERNANDO



En los últimos años, el concepto de sostenibilidad ha dejado de estar en manos exclusivas de los departamentos de medioambiente o responsabilidad social. Hoy, el área financiera se ha convertido en un actor clave en la transformación empresarial hacia modelos más responsables. Y Carmen Hernando lo sabe bien.

Doctora en Ciencias Empresariales, con una amplia trayectoria como Directora Financiera y docente en universidades y escuelas de negocio, actualmente imparte clases en CMI Business School, institución pionera en liderazgo consciente y sostenibilidad. Desde ahí, combina su experiencia profesional con una profunda vocación formativa, demostrando que las finanzas y la sostenibilidad no solo pueden coexistir, sino que deben hacerlo. Su enfoque, basado en el control de gestión responsable, posiciona al Controller como un aliado estratégico para generar valor sostenible.

“Se ha pasado de un enfoque centrado únicamente en la rentabilidad a uno que integra criterios ESG — ambientales, sociales y de gobernanza— en la toma de decisiones financieras”, afirma con convicción.

La sostenibilidad entra al área financiera

Para Hernando, la sostenibilidad no es una capa cosmética en la gestión financiera, sino un componente que transforma la manera en que se define el éxito empresarial. Desde su visión, aplicar la RSC en el control de gestión implica cambiar los objetivos, las métricas y las herramientas. Ya no basta con medir eficiencia: hoy

es imprescindible anticipar riesgos, gestionar impactos sociales y medioambientales, y adaptar la estrategia a un entorno regulatorio y social cambiante.

“El Controller pasa a ser un socio estratégico en la creación de valor sostenible. Debe facilitar que la empresa se adapte a las expectativas actuales, y eso requiere más que dominar hojas de cálculo: exige entender el mundo en el que operamos”, explica.

Indicadores que importan

Cuando se trata de medir el desempeño sostenible, Hernando va más allá de los balances. Menciona indicadores ambientales como la huella de carbono

o la eficiencia hídrica; sociales como la diversidad o la vinculación comunitaria; y de gobernanza como la transparencia o la inversión en innovación sostenible. Pero también insiste en la necesidad de plataformas integradas, cuadros de mando adaptados y trazabilidad digital. “La clave está en medir lo que importa y alinear esos datos con los objetivos estratégicos de la empresa”, sostiene.

Enseñar con propósito

Además de su experiencia en el mundo corporativo, Carmen lleva años formando a futuras generaciones de profesionales financieros.

En su rol como docente de CMI Business School, apuesta por una enseñanza práctica y transformadora. Casos reales, simulaciones y desafíos que demuestran cómo la sostenibilidad afecta la valoración de empresas o las decisiones de inversión.

“Las finanzas sostenibles no son una moda. Son una respuesta estructural a los desafíos actuales del mercado y la sociedad”, remarca. Por eso insiste en que los profesionales del futuro deben incorporar competencias como pensamiento estratégico, análisis ético y comprensión profunda de los impactos no financieros.

Barreras que aún persisten

A pesar de los avances, Hernando es crítica respecto a los obstáculos que aún frenan una incorporación

real de la sostenibilidad en las decisiones financieras. Enumera tres tipos: técnicos (falta de datos fiables y estandarización), culturales (resistencia interna o percepción de la sostenibilidad como un coste), y estratégicos (desconexión con el negocio).

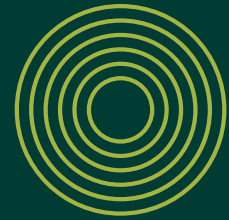
“El cambio requiere valentía, formación y visión. Las empresas que sigan pensando en la sostenibilidad como una obligación, en lugar de una oportunidad, quedarán atrás”, advierte.

Finanzas con impacto

Lejos de ver a las finanzas como una barrera, Hernando las ve como una palanca clave de transformación. “Son el canal que permite movilizar recursos hacia

actividades que generan impacto positivo, desde energías renovables hasta inclusión social”, afirma. Menciona herramientas como bonos verdes, fondos ESG o préstamos ligados a desempeño sostenible, pero también destaca los beneficios indirectos: eficiencia, reputación, atracción de talento y adaptación regulatoria.

En definitiva, Carmen Hernando no habla solo de números: habla de propósito, coherencia y visión de futuro. Su enfoque deja una conclusión clara: las finanzas no deben adaptarse a la sostenibilidad. Deben liderarla.



“El cambio requiere valentía, formación y visión. Las empresas que sigan pensando en la sostenibilidad como una obligación, en lugar de una oportunidad, quedarán atrás”



“Las finanzas no deben adaptarse a la sostenibilidad, deben liderarla”



Emprendimiento Sostenible

Emprender con propósito: cuando la inclusión se vuelve sostenible

CATALINA MENDOZA Y LA HISTORIA DE FUNDAPEDCO

En un mundo en el que la sostenibilidad parece centrarse solo en lo ambiental, es urgente hablar también del impacto social. Esta entrevista es un ejemplo vivo de cómo el emprendimiento social puede transformar vidas, generar autonomía y ser sostenible en el tiempo. Catalina Mendoza Castaño, fundadora de FUNDAPEDCO, nos comparte su experiencia liderando una iniciativa que combina arte, educación e inclusión para dignificar la vida de personas con discapacidad cognitiva en Cali, Colombia.

UNA VIDA AL SERVICIO DE LA INCLUSIÓN

Catalina Mendoza es abogada, conciliadora y fundadora de FUNDAPEDCO, pero también una mujer profundamente comprometida con el cambio social. Su vocación nació desde niña, gracias al ejemplo de su madre, quien la motivó a compartir espacios con personas con discapacidad cognitiva en contextos vulnerables. Esos encuentros marcaron su visión del mundo y la inspiraron a convertir su admiración en acción.

“Entendí que la capacidad de asombro frente a la discapacidad es una herramienta poderosa”, afirma Catalina. Ese asombro fue el motor que la llevó a fundar una organización que no solo atiende a personas con discapacidad, sino que cree en su talento y potencial.

FUNDAPEDCO: ARTE, EDUCACIÓN Y AUTONOMÍA

FUNDAPEDCO es una fundación que promueve la inclusión de personas con discapacidad cognitiva de estratos 1, 2 y 3 de Cali. Su enfoque pedagógico se basa en el arte como herramienta de expresión, formación y autonomía. Desde obras plásticas hasta teatro y danza, el arte es el lenguaje que conecta a sus estudiantes con el mundo y con ellos mismos.

La organización nació con el propósito de crear un espacio digno, creativo y seguro, donde los jóvenes con discapacidad sean reconocidos por lo que son capaces de crear, no por sus limitaciones. Catalina ha liderado este proceso desde su diseño pedagógico hasta la consolidación institucional, generando alianzas, desarrollando modelos de financiamiento y apostando por una visión de largo plazo.

DE LA CAUSA AL MODELO SOSTENIBLE

Uno de los principales retos fue demostrar que la fundación no era solo una causa emocional, sino un modelo viable. En los primeros años, enfrentaron escepticismo y escasez de recursos, pero el talento de los estudiantes fue su mayor carta de presentación. Con presentaciones, exposiciones y ferias, comenzaron a generar ingresos y a consolidar una base de apoyo.

FUNDAPEDCO aprendió a equilibrar su misión social con sostenibilidad económica. Combina ingresos por eventos y productos artísticos, con apoyos solidarios de familias y proyectos de cooperación. Cada peso se reinvierte en formación, haciendo de la sostenibilidad una consecuencia de su impacto, no una condición previa.



CAMINOS HACIA LA AUTONOMÍA ECONÓMICA

Además de la formación artística, la fundación trabaja por la independencia económica de sus estudiantes. Algunos han comenzado a emprender por su cuenta, y el sueño de crear una empresa liderada por los propios artistas está cada vez más cerca. Catalina lo resume así: “Queremos que dejen de ser estudiantes y pasen a ser protagonistas de sus propios proyectos”.

Esta visión convierte a FUNDAPEDCO en un ejemplo de emprendimiento con propósito: no se trata solo de brindar atención, sino de formar personas capaces de generar ingresos, tomar decisiones y transformar su entorno.



VOZ CON PROPOSITO

SOÑAR EN EMPRENDER CON PROPÓSITO

Catalina tiene claro que el emprendimiento social requiere pasión, pero también estrategia. Su consejo para quienes tienen una idea con propósito es claro: “La viabilidad no está en los números iniciales, sino en la coherencia del propósito”. Según su experiencia, cuando hay impacto real, los recursos comienzan a llegar. La clave está en sostener la visión, buscar alianzas, medir resultados y comunicar con honestidad.



COLORES QUE CUENTAN HISTORIAS



Comunicar con responsabilidad

Isabel y Paola: dos voces, un compromiso



Hoy, más que nunca, comunicar va mucho más allá de transmitir información. Es construir sentido, abrir preguntas y sembrar posibilidades.

En ese contexto, dos mujeres de la región — cada una desde espacios muy distintos— comparten una convicción profunda: que hablar de responsabilidad social corporativa y comunicación con propósito no es seguir una moda ni decorar discursos. Es asumir un compromiso real con el entorno, y trabajar para transformarlo. Una de ellas, Isabel Figueroa de Rolo, quien lidera la línea editorial de una revista empresarial con alcance regional.

Por su parte, Paola Aguilar, coordina una fundación sin fines de lucro en Centroamérica. Aunque vienen de ámbitos diferentes, hay algo en sus miradas que se encuentra con fuerza: ambas entienden la comunicación como una herramienta de acción, capaz de mover estructuras, conectar realidades y generar impacto desde lo humano. Lo que dicen, lo que hacen, y cómo lo cuentan, está cargado de intención y coherencia.

LA SOSTENIBILIDAD NO SE DECLARA, SE PRACTICA

Cada vez es más evidente que hablar de sostenibilidad implica mucho más que mencionar buenas intenciones. Tanto Paola, como Isabel, coinciden en algo esencial: si queremos que la sostenibilidad genere un cambio real, debe

dejar de ser una idea decorativa y convertirse en una práctica cotidiana dentro de las organizaciones. Desde el sector privado, se observa un cambio importante. Lo que antes se entendía como acciones puntuales de filantropía, hoy comienza a integrarse de manera más seria en la estructura de las empresas. La sostenibilidad se piensa desde la gobernanza, se aplica en las cadenas de valor y se mide por su impacto ambiental. Ya no basta con tener un proyecto verde: la visión debe atravesar toda la estrategia. Por otro lado, desde las fundaciones y organizaciones sociales, se remarca que en contextos como el centroamericano — donde las brechas sociales siguen marcando la vida cotidiana—



hablar de sostenibilidad también implica mirar hacia la justicia social.

No se puede hablar de desarrollo sin mencionar la equidad, el respeto por las comunidades y el bienestar colectivo.

Ambas voces coinciden en que la responsabilidad social corporativa no puede entenderse como algo accesorio ni como parte de una campaña de imagen. Es, sobre todo, una decisión ética. Una forma de asumir el impacto que tienen las empresas en la vida de las personas, y de reconocer que las organizaciones tienen la capacidad —y la responsabilidad— de contribuir a un entorno más justo, más humano y sostenible.

TODO COMUNICA: EL PODER DE LA NARRATIVA CON PROPÓSITO

Hay una idea que une profundamente a estas dos mujeres que han hecho de la comunicación su herramienta de trabajo y de cambio: informar no basta. Comunicar, en su sentido más amplio, es convocar, despertar conciencia y mover voluntades. “Todo comunica”, dice una de ellas con convicción. Porque sí, desde el titular que abre una noticia hasta el modo en que se invita a una comunidad a participar en un proyecto, cada detalle tiene el poder de sembrar confianza... o de romperla. Para ellas, el compromiso comunicacional no se reduce a transmitir datos. Requiere sensibilidad, escucha activa y una estrategia que ponga en el centro a las personas.

Significa traducir lo complejo en lo humano, lo técnico en lo cercano, y tender puentes entre mundos distintos: el empresarial, el comunitario, el institucional, el académico y el mediático. Solo así —con intención y respeto— los mensajes logran conectar con lo esencial.

LIDERAZGO FEMENINO: TRANSFORMAR DESDE ADENTRO

Uno de los puntos que más profundamente conecta a estas dos mujeres es su mirada sobre el liderazgo femenino como motor de cambio. Ambas coinciden en que cuando las mujeres lideran, lo hacen con una sensibilidad distinta: con una visión más amplia, colaborativa y atenta a los impactos a largo plazo. Y eso, justamente, es lo que exige el momento actual: decisiones que cuiden, que integren, que piensen en el futuro. Pero no se trata solo de ocupar espacios de poder. Para ellas, lo importante es que las mujeres puedan ejercer su liderazgo desde lo que son, sin tener que adaptarse a moldes ajenos. Desde su propia historia, su voz, su estilo. Ese tipo de liderazgo — genuino y diverso— tiene la fuerza de transformar equipos, organizaciones y territorios. También, destacan algo

fundamental: que cuando una mujer se empodera y es reconocida, muchas otras encuentran el camino para hacerlo también. Las mujeres tienen una capacidad inmensa de fortalecer comunidades, de abrir espacio a voces que antes no se escuchaban, de hacer que la diversidad no solo se vea, sino que tenga lugar real. Por eso celebran con entusiasmo las iniciativas que promueven la participación de mujeres jóvenes, indígenas, lideresas locales... no como cuota, sino como protagonistas de procesos sociales, políticos y ambientales. En ellas ven el cambio encarnado, los futuros posibles, la esperanza en marcha.

DESAFÍOS QUE IMPULSAN A MEJORAR

Además de la formación artística, la fundación trabaja por la independencia económica de sus estudiantes. Algunos han comenzado a emprender por su cuenta, y el sueño de crear una empresa liderada por los propios artistas está cada vez más cerca. Catalina lo resume así: “Queremos que dejen de ser estudiantes y pasen a ser protagonistas de sus propios proyectos”. Esta visión convierte a Fundapedco en un ejemplo de emprendimiento con propósito: no se trata

solo de brindar atención, sino de formar personas capaces de generar ingresos, tomar decisiones y transformar su entorno. Catalina tiene claro que el emprendimiento social requiere pasión, pero también estrategia. Su consejo para quienes tienen una idea con propósito es claro: “La viabilidad no está en los números iniciales, sino en la coherencia del propósito”. Según su experiencia, cuando hay impacto real, los recursos comienzan a llegar. La clave está en sostener la visión, buscar alianzas, medir resultados y comunicar con honestidad.

“Para que la responsabilidad social realmente funcione, se necesita paciencia, consistencia y una mirada que trascienda lo inmediato”.



Gestión Humana Sostenible: más allá del Capital Humano

**Inclusión,
sostenibilidad,
formación y
empleabilidad.**



HUB EMPLEO VERDE

En un entorno marcado por desafíos ambientales y brechas de inclusión, HUB Empleo Verde emerge como una iniciativa que traduce la responsabilidad social corporativa en acciones concretas y sostenibles. Este proyecto, impulsado en alianza con empresas y organizaciones comprometidas, integra tres dimensiones fundamentales: la ambiental, la social y la económica. Desde su concepción, HUB proporciona formación técnica adaptada a las demandas reales del mercado

en sectores verdes como la gestión de residuos y la energía solar. Sin embargo, su impacto va más allá del desarrollo de competencias laborales: redefine la manera en que el empresariado se relaciona con las comunidades vulnerables. Apostar por la empleabilidad en sectores sostenibles no es solo una respuesta al desempleo, sino una estrategia de RSC que genera valor compartido, fomenta la innovación inclusiva y contribuye a la justicia climática.

Aquí no se reparten manuales impersonales. Se escucha, se acompaña y se ofrece una oportunidad real: aprender a instalar paneles solares, gestionar residuos o entender cómo cuidar el entorno desde lo técnico y lo humano. Cada módulo formativo es también una semilla de autoestima, especialmente para jóvenes que durante años han sentido que el mundo laboral les da la espalda.

La historia de Alejandro, migrante venezolano, lo ilustra con fuerza. Él llegó buscando estabilidad y encontró, además de empleo, reconocimiento.

Al capacitarse en energía solar, no solo adquirió conocimientos: recuperó confianza, tejió redes y ahora trabaja mirando al futuro con esperanza.

El HUB Empleo Verde no solo forma profesionales. Forja ciudadanos conscientes, impulsa empresas comprometidas y da cuerpo a una visión de RSC que no se limita al reporte, sino que se vive en terreno. Sostenibilidad e inclusión dejan de ser conceptos aspiracionales, y se convierten, en este espacio, en realidades que generan futuro.

AGRO360: TECNOLOGÍA AL SERVICIO DE LA TIERRA



“No solo necesitábamos datos, sino la capacidad de analizarlos en tiempo real para tomar decisiones informadas”

Durante una visita a una comunidad agrícola en Azua (región sur de la República Dominicana) en 2017, Eddy Alvarado, vio algo que cambió su vida: agricultores perdiendo sus cosechas por plagas y condiciones climáticas que podrían haberse anticipado. Estos agricultores no tenían acceso a datos, herramientas ni soluciones, y es allí donde nace **Agro360**.

Agro360, es una plataforma que, a día de hoy, está revolucionando la agricultura en el Caribe, combinando inteligencia artificial (IA), tecnología de bajo costo y una fuerte vocación social.

Alvarado, quien es ingeniero en tecnologías de la información, con especialización en ciencia de datos, inteligencia artificial y gestión de empresas sociales, refiere que; “No solo necesitábamos datos, sino la capacidad de analizarlos en tiempo real para tomar decisiones informadas”.

Y eso es lo que hace Agro360: sensores, alertas, recomendaciones inteligentes... todo desde una app accesible incluso para quienes nunca han usado un smartphone para sembrar.

Innovar con propósito: cuando la IA salva cosechas.

Agro360 no es solo tecnología, es tecnología aplicada con propósito. Como el caso de un productor de ajíes que, gracias a una alerta temprana sobre mildiu — una enfermedad común y destructiva— salvó el 85% de su producción y duplicó sus ingresos. Eso es lo que Eddy llama “inteligencia con impacto”.

La plataforma permite a los agricultores saber cuándo regar, cómo aplicar fertilizantes sin desperdicio, y cómo actuar frente a plagas, todo basado en datos locales, históricos y en tiempo real.

Comprometidos con los ODS

Agro360 impacta de forma directa a varios Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), como es el ODS 1 (fin de la pobreza) aumentando los ingresos de pequeños agricultores mediante tecnología accesible que reduce pérdidas y mejora la productividad. Asimismo, contribuye con el ODS 2 (hambre cero), ya que optimiza cultivos locales, mejora la seguridad alimentaria y capacita comunidades en técnicas sostenibles. También, toca el ODS 13 (acción por el clima), al reducir el uso de agroquímicos, promover prácticas agrícolas sostenibles y ayudar a anticipar eventos climáticos extremos. Esta tecnología no solo mejora el rendimiento agrícola, sino que transforma comunidades rurales con impacto económico, social y ambiental.



“Tecnología para todos, no para unos pocos

Una de las claves de Agro360 es su modelo inclusivo. “El 70% de nuestros usuarios son pequeños agricultores”, dice Alvarado. Pero también hay jóvenes y mujeres rurales como parte activa del cambio. “La transformación tecnológica debe ser también social”, afirma con claridad.

El futuro: ciencia con alma

Cuando se le pregunta cómo imagina el futuro del agro con IA, Eddy no duda: “Sembrar no debe ser una apuesta, sino una decisión basada en ciencia. Y esa ciencia debe ser accesible, ética y justa”. Su mensaje a los agricultores que aún desconfían de la tecnología es simple pero potente: “No se trata de cambiar tu forma de trabajar, sino de ayudarte a trabajar mejor. La tecnología no es un lujo, es una herramienta”.

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Aliada estratégica para la reputación de una marca en construcción



Mariet Espinal es periodista, especialista en comunicación estratégica y actualmente lidera el área de medios en Arajet, la aerolínea nacional de República Dominicana. Con más de dos años de experiencia gestionando reputación corporativa desde una marca en crecimiento, comparte su visión sobre el papel clave de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en este proceso.

“Una marca es mucho más que su logo o sus colores. Es lo que representa, lo que genera emocionalmente, la huella que deja en quienes la conocen.”

Para ella, construir una reputación sólida va más allá del marketing o la calidad del producto. La clave está en generar confianza a través de acciones coherentes que comuniquen valores reales. En este camino, la RSC se convierte en una herramienta poderosa, especialmente durante las primeras etapas de posicionamiento.

“La RSC conecta con públicos que no siempre están fidelizados. Cuando se comunica con honestidad, humaniza la marca y la posiciona con propósito.”

En el caso de Arajet, integrar la RSC en la estrategia de comunicación fue una decisión desde el inicio. Entre las iniciativas impulsadas, destacan “Piloto por un Día”, que ofrece a niños de escasos recursos la oportunidad de conocer el mundo de la aviación, y el nombramiento de aeronaves con nombres de áreas protegidas de República Dominicana, complementado con jornadas de reforestación. Estas acciones, dice, han tenido impacto no solo en medios, sino en la percepción pública de la marca.

“En 2023 y 2024 alcanzamos millones de menciones en prensa internacional. Eso es resultado de comunicar desde un propósito claro, no desde lo comercial.”

La RSC, además de aportar reputación, permite diferenciarse en un entorno saturado. Fortalece vínculos emocionales, reduce riesgos y ofrece una narrativa auténtica que genera valor. No obstante, el camino no está exento de retos. Mariet advierte sobre la falta de regulación efectiva en sostenibilidad, la dificultad para integrar a todas las áreas de la empresa y el riesgo de que algunas marcas adopten un enfoque superficial, más estético que estratégico.

“Para que la RSC tenga impacto real, debe ser proactiva, transversal y respaldada por un liderazgo ético. No es un lujo reservado a grandes empresas.”

“Es una herramienta estratégica para marcas que están empezando y quieren construir confianza desde el origen.”

Desde su rol, ha liderado cambios estructurales en comunicación: creación de bases de datos especializadas, rediseño de informes internos, desarrollo de nuevos formatos y optimización de canales para públicos clave. Todo ello con una visión clara: cuando la sostenibilidad se comunica con propósito, la reputación se convierte en una consecuencia natural.

CMI BUSINESS SCHOOL

La educación como motor del cambio



Educar con propósito

En un mundo en transformación constante, la sostenibilidad ha dejado de ser un elemento opcional para convertirse en el centro de cualquier estrategia de desarrollo. La educación, en este escenario, juega un papel determinante: es el punto de partida para formar personas capaces de pensar en largo plazo, de innovar desde la conciencia, y de tomar decisiones con impacto positivo real. Esta es, precisamente, la visión fundacional de CMI Business School.

Fundada en Madrid por Rafael García y Nilsa Mármol, CMI nació con la intención de ofrecer una formación que integre la excelencia académica con una mirada profunda hacia el bien común.

Ambos, con trayectorias consolidadas en el ámbito corporativo y académico, detectaron la necesidad de un modelo educativo centrado en el ser humano, que uniera conocimiento técnico y compromiso con la transformación social y ambiental.

Desde sus inicios, CMI ha hecho de la sostenibilidad el eje transversal de su propuesta. Sus programas abarcan áreas como la responsabilidad social, las finanzas sostenibles y el liderazgo ético, pero lo esencial no está solo en los contenidos, sino en el enfoque: aquí se enseña a integrar la sostenibilidad como una forma de pensar y actuar, aplicable en cualquier sector, disciplina o escala.

Hoy, más que nunca, el entorno exige profesionales capaces de combinar análisis técnico con sensibilidad social y visión estratégica. Personas que entiendan que la sostenibilidad no es solo un marco ético, sino una vía para generar valor real: para anticiparse a los riesgos, diseñar modelos resilientes, aprovechar nuevas oportunidades de mercado y contribuir a una economía más justa, eficiente y regenerativa.

La propuesta educativa de CMI responde con profundidad y compromiso a la necesidad de formar una nueva generación de líderes capaces de afrontar los retos globales con visión estratégica, responsabilidad y capacidad de acción. Su contribución no es solo académica: es parte activa de la transformación que el mundo exige.



Rafael García, Presidente y fundador de CMI junto a Nilsa Mármol, Vicepresidenta.

Responsabilidad Social Estatal

más allá del deber institucional



Rocelin A. Guzmán
Internacionalista, con experiencia en RSC, comunicación y alianzas estratégicas en el sector público y privado. Servidora pública en Cancillería de República Dominicana.

“Ser un Estado socialmente responsable implica actuar con ética, escuchar a la ciudadanía y gobernar con propósito.”



La responsabilidad social es un término que se suele asociar con mayor facilidad a las iniciativas que se desarrollan desde el sector privado, y es que, efectivamente, surge desde ese ámbito. Sin embargo, en lo relativo al sector público, se asume que por su naturaleza “ya vienen dadas esas funciones”. Cuando hablamos de empresa, el término se reconoce como un valor reputacional que, a través de diversas iniciativas que impactan en el bienestar de la sociedad y el cumplimiento de normativas en materia de RSC y sostenibilidad, se convierte en un pilar fundamental de la imagen institucional. No obstante, ser socialmente responsable, más allá de tratarse de una tendencia, implica un ejercicio de comportamiento ético y consciente, ya sea desde la empresa, la sociedad civil, el liderazgo de la persona o el Estado.

Para comprender mejor la naturaleza del Estado, resulta útil revisar distintos enfoques teóricos:

John Locke, desde el contractualismo liberal, definió el Estado como un acuerdo entre individuos que ceden parte de su libertad a cambio de la protección de sus derechos fundamentales. En su segundo tratado sobre el gobierno civil (1689) afirma: *“El gran y principal fin de los hombres al unirse en Estados y someterse a un gobierno es la preservación de su propiedad.”*

Max Weber, desde una perspectiva sociológica, propuso una definición clásica que aún sigue vigente: *“El Estado es una comunidad humana que, dentro de un determinado territorio, reclama para sí (y logra imponer) el monopolio legítimo de la violencia física.”* (*La política como vocación, 1919*).

En cuanto a Karl Marx, este interpretó al Estado como un instrumento de dominación de clase: *“El Estado es el órgano de opresión de una clase sobre otra.”* (*El manifiesto comunista, 1848*).



Con base en estas visiones, podemos entender que la legitimidad del Estado no solo depende de su capacidad para ejercer el poder, sino también de su compromiso con los derechos, el bienestar colectivo y la justicia social. En ese sentido, la Responsabilidad Social Estatal es el compromiso de hacer funcionar de manera coherente todo lo que lo compone: instituciones, normativas, políticas públicas y el uso transparente y eficiente de los recursos públicos.

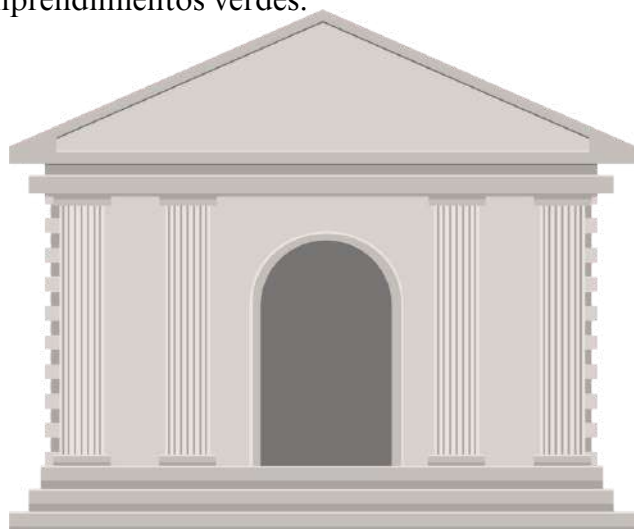
En el contexto actual, este comportamiento socialmente responsable debe traducirse en:

1. Revisión y actualización de las leyes

Las leyes, como base del ordenamiento jurídico, político y social de un país, deben adaptarse a los cambios sociales. Esto permite corregir vacíos, fortalecer el sistema judicial y garantizar una mayor equidad.

2. Fomento del desarrollo sostenible y protección del medio ambiente

El Estado debe ser el principal promotor de políticas públicas que integren el desarrollo sostenible mediante normativas eficaces, coordinación público-privada y la creación de espacios de participación ciudadana que impulsen emprendimientos verdes.



3. Inclusión y equidad

Es crucial promover una gestión pública inclusiva y con perspectiva de género, integrándose como una visión transversal en todas las instituciones, y debe reflejarse tanto en las políticas internas como en la política exterior, asegurando la protección y representación de las poblaciones más vulnerables, dentro y fuera del territorio nacional. La inclusión no debe entenderse como un añadido, sino como un principio estructural del diseño e implementación de políticas públicas que garanticen la equidad, la diversidad y la participación activa de todos los sectores de la sociedad.

4. Innovación pública y transformación digital

Es imprescindible impulsar el uso de tecnologías que reduzcan la burocracia, mejoren la calidad de los servicios públicos y permitan el acceso a datos para formular políticas basadas en evidencia. Además, la digitalización facilita el acceso a la información pública como herramienta clave de transparencia.

Estas medidas no son simples ajustes técnicos ni respuestas administrativas: representan un cambio profundo en la forma de concebir el papel del Estado en la vida social. La digitalización, la sostenibilidad, la equidad y la actualización normativa deben estar al servicio de un modelo de gestión pública más humano, transparente y participativo.

La responsabilidad social estatal no debe concebirse como un gesto voluntario, sino como una condición indispensable para fortalecer la democracia, la justicia social y el desarrollo sostenible. Ser un Estado socialmente responsable implica actuar con ética, escuchar a la ciudadanía y gobernar con propósito. La ciudadanía, por su parte, también tiene un rol clave: exigir, participar y vigilar el cumplimiento de esa responsabilidad; en este equilibrio dinámico se construye un futuro común más justo, resiliente y humano.

Innovación, Sostenibilidad y Diplomacia Turística

Primera Misión Permanente ante ONU Turismo: República Dominicana



Diplomacia turística

El turismo constituye uno de los pilares esenciales del desarrollo económico y social de la República Dominicana, representando cerca del 15% del PIB nacional y generando más de un millón de empleos directos e indirectos. Tras la pandemia de COVID-19, el país ha sido reconocido internacionalmente por liderar una de las recuperaciones turísticas más exitosas del mundo, gracias a una estrategia integral basada en seguridad sanitaria, cooperación público-privada y posicionamiento internacional.

En este contexto, la creación de la Misión Permanente ante ONU Turismo marca un nuevo capítulo en la política exterior dominicana, al establecer una representación

diplomática especializada que conecta el turismo con la sostenibilidad, la innovación y la cooperación multilateral.

En esta entrevista, la Embajadora Anabel Bueno Santana analiza los fundamentos institucionales de esta iniciativa, su valor como expresión de responsabilidad social estatal y su impacto como plataforma técnica para elevar la participación del país en los espacios de gobernanza global.

¿Qué representa para la República Dominicana, desde una perspectiva de responsabilidad social estatal, haber establecido la primera Misión Permanente ante ONU Turismo?

Establecer la primera Misión Permanente ante ONU Turismo representa un ejercicio tangible de la responsabilidad social estatal dominicana.

Es una expresión de la voluntad del Estado de asumir un rol activo en la gobernanza global del turismo, no solo como motor económico, sino como herramienta de desarrollo sostenible, inclusión social y proyección cultural. Esta misión responde a la obligación ética y estratégica de elevar el turismo nacional desde una óptica técnica y diplomática, alineando nuestras políticas con estándares internacionales, participando en espacios multilaterales de toma de decisiones y garantizando que los beneficios del turismo se distribuyan de manera más equitativa.

¿De qué manera esta misión fortalece el rol del país como promotor del turismo responsable y sostenible en el ámbito internacional?

Nuestra presencia diplomática

ante ONU Turismo nos brinda la oportunidad de influir activamente en la definición de políticas, estándares y marcos de cooperación internacional que dan forma al turismo del futuro. A través de esta plataforma, proyectamos una República Dominicana comprometida con la diversificación de su oferta turística, la sostenibilidad ambiental y el respeto hacia las comunidades locales.

Asimismo, desde espacios de toma de decisiones, como la actual presidencia del Consejo Ejecutivo de la CAM que ostenta nuestro país, continuamos fortaleciendo nuestro liderazgo y visibilidad en el escenario internacional.

¿Qué impacto espera lograr el Estado dominicano a nivel regional y global a través de esta presencia diplomática especializada en turismo?

Aspiramos a consolidar una imagen internacional de la República Dominicana como referente en diplomacia turística. A nivel regional, buscamos articular una agenda compartida entre

América y África —como ya lo hicimos con la primera reunión birregional sobre turismo — y a nivel global, contribuir al rediseño del turismo desde una mirada centrada en el desarrollo humano, la resiliencia y la sostenibilidad. Esta presencia también fortalece la capacidad del país para negociar acuerdos estratégicos y generar oportunidades para el sector público y privado dominicano en los foros más relevantes del turismo mundial.

¿Cuáles son los principios de responsabilidad social que guían la labor de la Misión Permanente ante ONU Turismo?

Nos guiamos por valores institucionales sólidos: liderazgo, cooperación, sostenibilidad, innovación, dominicanidad, diversificación y orientación a resultados. Entendemos la responsabilidad social como un deber ético del Estado de representar los intereses de su pueblo desde una visión transformadora. Priorizamos acciones que fomenten la equidad, el respeto a los

derechos humanos y la protección del patrimonio natural y cultural del país, siempre en coherencia con los estándares internacionales.

¿Qué oportunidades abre para el sector privado, la sociedad civil y la academia esta plataforma diplomática centrada en el turismo sostenible?

La Misión Permanente ante ONU Turismo abre nuevas oportunidades para el sector privado, la sociedad civil y la academia al facilitar su

integración en espacios multilaterales del turismo. Gracias a esta plataforma, hemos logrado la incorporación de cuatro miembros afiliados a ONU Turismo: Grupo Popular, Banreservas, INFOTEP y ASONAHORES, lo que les permite acceder a redes internacionales, cooperación técnica, formación especializada y mayor global. Esta articulación promueve una participación en la transformación del modelo turístico hacia uno más sostenible, inclusivo e innovador.



Embajadora, ¿qué reflexión le gustaría compartir con las nuevas generaciones que se están formando en sostenibilidad, diplomacia y responsabilidad social, y que buscan construir una carrera con impacto desde el ámbito público e internacional?

Mi invitación a las nuevas generaciones es que crean en el poder transformador del servicio público y en el valor de la cooperación internacional como motor de cambio. Hoy más que nunca, el mundo necesita liderazgos comprometidos con el bienestar colectivo, capaces de integrar la técnica con la empatía, y la innovación con la ética.

La sostenibilidad, la diplomacia y la responsabilidad social no son conceptos aislados: son pilares de una nueva forma de ejercer la acción pública con sentido, propósito y resultados.

Además de su labor diplomática en los espacios multilaterales, la Misión Permanente de la República Dominicana ante ONU Turismo mantiene una presencia activa en redes sociales, desde donde promueve contenido educativo sobre turismo sostenible, responsabilidad social y cooperación internacional.

A través de estas plataformas, también visibiliza el apoyo institucional a candidaturas dominicanas, iniciativas técnicas y eventos estratégicos, reafirmando su compromiso con una diplomacia cercana, transparente y al servicio del desarrollo del país.

Esta misión no solo representa, también comunica, articula y moviliza, consolidándose como un modelo innovador de acción exterior en clave sostenible.

UN CONSULADO CON ROSTRO HUMANO PARA LOS DOMINICANOS EN MADRID

Accesibilidad como responsabilidad de Estado



La nueva sede del Consulado General de República Dominicana en Madrid abre sus puertas con una visión más inclusiva, moderna y orientada al servicio ciudadano. En esta entrevista, conversamos con el cónsul general, José Ernesto Marte Piantini sobre el proceso de traslado, los avances en accesibilidad y la responsabilidad social detrás de esta transformación institucional.

En un contexto donde la calidad del servicio público se asocia cada vez más con responsabilidad social estatal, el Consulado Dominicano en Madrid da un paso significativo al trasladarse a nuevas instalaciones que responden a los principios de accesibilidad, modernización y atención digna.

Con más de 201,000 dominicanos en España —y alrededor de 68,400 en la Comunidad de Madrid—, la diáspora dominicana continúa creciendo en diversidad y necesidades, lo que refuerza la importancia estratégica del consulado en esta ciudad. Este cambio de sede responde a esa realidad, fortaleciendo un servicio más eficiente, humano y accesible.

En esta entrevista, el cónsul general José Ernesto Marte Piantini, comparte el trasfondo de este proceso de transformación, los desafíos enfrentados y su visión sobre el papel del consulado como expresión concreta de la responsabilidad social del Estado dominicano en el exterior.

¿Qué lo motivó a impulsar el cambio de sede del consulado en Madrid?

Una mañana llegué al consulado, como casi todos los días, con un pensamiento claro: teníamos que salir de ahí. No era posible que la República Dominicana tuviera una sede consular con tantas deficiencias en la puerta de entrada de Europa, que es Madrid. El propio Ayuntamiento le había retirado el permiso de operación por temas urbanísticos, y ese caso todavía está en tribunales. Más allá de lo legal, el lugar no era digno ni accesible. Recuerdo ver a un joven en silla de ruedas decirme: “¿Cuándo será que yo podré entrar al consulado sin que me carguen?”. Tenían que subir siete escalones grandes antes de acceder al ascensor. Esa realidad no era aceptable.



¿Cómo conecta esta decisión con la responsabilidad social estatal?

Cuando hablamos de responsabilidad social estatal, hablamos de dignidad. No es solo un cambio físico, es un cambio de visión. La sensibilidad hacia quienes no pueden, hacia las personas con movilidad reducida, hacia las madres embarazadas, es lo que me mueve. Una empleada con 40 años en el consulado lloró y me dijo: “Gracias a Dios que por fin tenemos un consulado digno”.

¿Qué diferencia su gestión de las anteriores?

En mi caso, me mueve la sensibilidad y el compromiso. Por más de 50 años se habló de cambiar la sede, se firmaron contratos, sin embargo, en apenas nueve o diez meses lo logramos. Sé que Dios me acompañó, pero también hubo voluntad, determinación y apoyo institucional.



Tomando en cuenta lo que representa esta transformación para los dominicanos y dominicanas en Madrid, ¿cómo le gustaría que fuera recordada su gestión?

Como un cónsul que fue capaz de darle un rostro humano al Consulado dominicano en Madrid.

¿Cómo fue el respaldo desde el gobierno central para lograr este cambio?

Debo reconocer el respaldo total del Presidente de la República. Es la persona más preocupada porque este tipo de situaciones se resuelvan. Su apoyo fue clave para que hoy podamos decir que tenemos el consulado dominicano más moderno del servicio exterior, no solo en Europa, sino en el mundo.

¿Qué impacto ha tenido esta nueva sede en otros consulados y en la comunidad dominicana?

Este cambio ha marcado un antes y un después. No solo para Madrid, sino como modelo para el resto del servicio exterior. Colegas cónsules me han dicho que quieren replicar esta experiencia. Se ha convertido en una referencia de lo que se puede lograr con voluntad y visión.

La protección consular como política de responsabilidad social del Estado dominicano



“Para nuestro Ministerio es imperativo continuar con todos los esfuerzos a nuestro alcance para erradicar la trata de personas, objetivo que se alinea con dos ejes esenciales de nuestra política exterior: la defensa de los dominicanos y dominicanas en el exterior y la promoción de los derechos humanos.” canciller Roberto Álvarez en el marco del Día Mundial de la trata de Personas, 2024.

La protección de los nacionales en el exterior no es una acción protocolar ni un gesto simbólico del Estado: es una obligación constitucional y, cada vez más, una expresión concreta de la responsabilidad social estatal.

Esta visión ha sido definida con claridad por el presidente Luis Abinader y ejecutada con coherencia por el canciller Roberto Álvarez, quienes han establecido la protección a los dominicanos en el exterior como el primer pilar de la política exterior de la República Dominicana.

Bajo este mismo marco, el viceministro para Asuntos Consulares y Migratorios, Opinio Díaz, ha liderado una transformación institucional centrada en la eficiencia, la humanización del servicio y la garantía de derechos.

Esta transformación se expresa en la actualización del marco jurídico — como la nueva Ley sobre Trata de Personas aprobada en 2025—; en la modernización y estandarización de los servicios consulares; y en la apuesta por la capacitación continua del personal, como lo demuestra la celebración del Primer Simposio Internacional de Protección a Nacionales en el Exterior.

En base a estos puntos, desarrollamos una reflexión sobre cómo la responsabilidad social estatal se hace visible en la protección de los dominicanos y en su acceso equitativo y digno a los servicios consulares.

1. Transparencia y modernización de los servicios consulares

Un elemento clave ha sido la externalización parcial de los servicios consulares en seis ciudades para automatizar trámites como solicitudes de visa, registro biométrico y recepción de documentación. Esta medida busca eliminar intermediarios informales, reducir la discrecionalidad y garantizar trámites seguros y trazables.

En paralelo, mediante resolución oficial firmada por el canciller Roberto Álvarez, se completó la estandarización de las tasas consulares a nivel global. Esto ha permitido unificar los costos por servicios como pasaportes, visas, legalizaciones y poderes notariales, y facilitar su consulta pública a través de mecanismos de rendición de cuentas. Estas reformas institucionales han reducido la opacidad y consolidado la transparencia como principio rector del servicio exterior dominicano.

2. Protección a los dominicanos en el exterior: más casos, más respuestas

El enfoque de protección consular impulsado por el viceministro Opinio Díaz se ha materializado en acciones concretas a favor de los dominicanos en situaciones de vulnerabilidad. Solo en 2023, el MIREX tramitó un total de 363 solicitudes de asistencia y protección a nacionales en el exterior, reflejando una capacidad institucional en expansión y cada vez más articulada.

Estas solicitudes gestionadas según tipo de casos:



Además, bajo este mismo enfoque de protección integral, en noviembre de 2024 se celebró el **Primer Simposio Internacional de Protección a Nacionales en el Exterior**, que reunió a funcionarios consulares, organismos internacionales y expertos regionales para intercambiar experiencias, buenas prácticas y herramientas de gestión humanitaria en contextos migratorios complejos.

3. Trata y tráfico de personas: marco legal, articulación y respuesta

Uno de los avances clave en la materia fue la aprobación en 2025 de la nueva Ley General sobre Trata de Personas, Explotación y Tráfico Ilícito de Migrantes, que establece penas de hasta 40 años de prisión para delitos graves. Esta legislación actualiza el marco jurídico dominicano conforme a estándares internacionales y consolida un enfoque centrado en la prevención, la protección de víctimas y la persecución penal efectiva.

En ese marco, se articulan tres líneas principales de acción interinstitucional:

- **Plan Nacional de Acción 2025–2028:** el Ministerio de Relaciones Exteriores (MIREX), como parte de la Comisión Interinstitucional contra la Trata de Personas y el Tráfico Ilícito de Migrantes, lideró la aprobación de este plan estratégico, que define políticas públicas en prevención, atención integral y persecución, con enfoque en derechos y coordinación interinstitucional.
- **Acuerdo con la Policía Nacional:** en octubre de 2024, el MIREX y la Policía Nacional firmaron un acuerdo de interoperabilidad, que permite el intercambio seguro de denuncias y seguimiento de casos entre el Departamento de Trata y Tráfico del viceministerio consular y unidades especializadas de la Policía Nacional.

- **Convenio MIREX – Supérate:** en febrero de 2024, el MIREX y el programa social Supérate, dirigido por Gloria Reyes, firmaron un acuerdo para brindar apoyo a las víctimas dominicanas de trata una vez retornan al país. La alianza contempla asistencia técnica, formación laboral, atención psicosocial y capacitación de personal consular en prevención.

Estas acciones no son solo indicadores de gestión o logros administrativos: representan una forma concreta de ejercer la responsabilidad social estatal. La Responsabilidad Social Estatal implica que el Estado no solo garantice derechos en el territorio nacional, sino que extienda su capacidad de cuidado, justicia y protección a toda su población, sin importar dónde se encuentre.

La modernización de los servicios consulares, la protección activa a nacionales vulnerables y la lucha estructural contra la trata de personas son expresiones de un Estado que asume su rol como garante del bienestar colectivo, integrando eficiencia, ética pública y humanidad. En definitiva, se consolida una política exterior que no solo representa, sino que acompaña, protege y responde.



Opinio Díaz, viceministro para Asuntos Consulares y Migratorios

PROFESORES CMI

MÁSTER RSC Y SOSTENIBILIDAD



Se hacen presentes en esta edición con su visión de la Sostenibilidad de acuerdo a cada una de sus asignaturas.



“El actual estado de degradación ambiental global obliga a la RSC a rebasar el desarrollo sostenible como objetivo, en favor del desarrollo regenerativo: ya no se trata sólo de evitar impactos negativos sino de propiciar impactos positivos”.

Álvaro Hernán Montoya Ramírez
Sistemas de Gestión y Protección del Medio Ambiente



“La sostenibilidad representa una nueva forma de pensamiento y un modelo de liderazgo en las organizaciones, que busca equilibrar la justicia social, la innovación en modelos respetuosos con el medio ambiente y la transparencia en la gestión empresarial.”

María Fernanda López Mayoral
Dirección de Estrategia, Planificación, Reporte y
Comunicación de la RSC



“Desde una negociación internacional responsable debemos llegar también a la sostenibilidad. Sólo desde esa perspectiva se puede dejar una herencia mejor a los jóvenes de un mundo herido por los excesos del pasado”

Román Rivera
Negociación Internacional Responsable

PROFESORES CMI

MASTER RSC Y SOSTENIBILIDAD



“La asignatura proporciona al alumno una visión integral de cómo las finanzas pueden convertirse en una palanca para el desarrollo sostenible, integrando criterios ambientales, sociales y de gobierno corporativo (ASG) en la toma de decisiones financieras y promoviendo inversiones que no solo generen rentabilidad, sino también impacto positivo en la sociedad y el planeta”.

Daniel Caridad López del Río
Finanzas Sostenibles



“La integración de la Contabilidad y las Finanzas Responsables en la educación y en la gestión empresarial es un motor de la transformación hacia modelos económicos más eficientes y socialmente más justos, inclusivos y respetuosos con el medio ambiente. Permite medir, gestionar y comunicar el impacto de las actividades económicas, facilitando la toma de decisiones y la movilización de recursos para la consecución de los ODS, y la construcción de un futuro más sostenible”.

Carmen Hernando Vivar
Finanzas Sostenibles



“Una visión aplicada y concreta de la sostenibilidad como estrategia y forma de crecimiento empresarial y su contribución al desarrollo económico. Poner a la persona en el centro, así como los bienes y recursos naturales es siempre un motor de cambio”

María del Pilar Montes
Economía y RSC

+SOSTENIBLE

REVISTA ACADÉMICA ESTUDIANTES DE RSC CMI



ANEXO V: DECLARACIÓN DE INTEGRIDAD

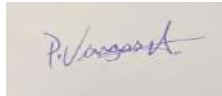
Yo, **Pierina Altagracia Vargas Abreu** identificada con el número de Pasaporte **RD8118564** suscribo voluntariamente la presente declaración de integridad.

Por este medio me comprometo a cumplir con todas las leyes, regulaciones, acuerdos y/o cualesquiera otras normas que sean aplicables para este propósito, así como actuar de forma íntegra, veraz, con respeto y colaboración.

En Madrid a, 30 de julio de 2025

Nombre: Pierina Altagracia Vargas Abreu

Firma digitalizada:



ANEXO IV: INFORME POSITIVO DEL TUTOR

Yo **María del Pilar Montes Gutiérrez**, con DNI **11850090F** en calidad de tutor de las alumnas **Francisca Daniela Pavez Valenzuela, F69154338; Pierina Altagracia Vargas Abreu, RD8118564; Valentina Rodríguez Marmolejo, AZ648770; y Rocelin Amanda Guzmán Abreu, RD 8533503** , doy mi aprobación para que se presente el trabajo final de máster.

Comentarios:

- Se trata de un trabajo original, no sólo en su contenido, sino en su estructura y propuesta. Recoge un amplio campo de perspectivas de RSC, RSE y sostenibilidad, dando cabida a una proyección y replicabilidad posterior.
- Es otro modo de comunicación y divulgación de contenidos de RSC, por lo que la “revista”, que al final es el resultado de su trabajo, constiutye una propuesta concreta de lo aprendido durante sus estudios de máster. Además deja entrever la claridad estratégica, de compromiso y comunicativa de las alumnas en materia de sostenibilidad y RSC.
- Se valora positivamente que se han recogido distintos aspectos de la RSC, dando cabida, en ediciones posibles posteriores, a nuevos temas.
- Se concluye, por tanto, que el trabajo recoge lo esperado en un proyecto final de máster, no habiendo una investigación teórica, queda resuelto con la aplicación y aplicabilidad de los diferentes contenidos expuestos en la revista.
- Es un trabajo excelente y sobresaliente, por lo que se propone para tal reconocimiento.



María del Pilar Montes Gutiérrez

Madrid, 30 julio de 2025

Calificación:

10 / 10