

DISCURSO DEL PRESIDENTE DEL CONEP, PEDRO BRACHE EN EL ALMUERZO DE AMCHAMDR

Septiembre 2019

-Salutaciones.

Señoras y señores:

Muchas gracias por invitarme nuevamente a compartir mis puntos de vista en este encuentro con los miembros de la Cámara Americana de Comercio.

Les confieso que cuando me propusieron esta intervención estuve pensando mucho sobre qué debería hablarles.

Porque ustedes son una audiencia preparada, informada, con criterio... Y, por tanto, difícil de sorprender o de interesar.

Eso me hizo pensar que un buen comienzo para esta charla sería, precisamente, hablarles de la economía de la atención.

Quizá muchos de ustedes ya conozcan el concepto:

En un mundo en el que la información es un bien sobreabundante, el verdadero valor se traslada hacia aquello que es cada vez más escaso; la atención.

James Williams, quien trabaja en el departamento de Ciencias de la Computación de la Universidad de Oxford, Inglaterra, y es el fundador de Time Well Spent (tiempo bien usado), lo explica de forma sencilla:

"Muchas compañías se percataron de que existía un recurso natural a su alrededor: la atención de la gente. Si les das cosas gratis, puedes captar su atención y después vender más", dice Williams.

Este modelo de negocio no solo está cambiando la forma de comprar y vender, sino también la vida de las personas.

De hecho, mi mayor dificultad esta mañana frente a todos ustedes será, sin duda, lograr que en los próximos 20 minutos miren su teléfono móvil el menor número de veces posible... Ojalá incluso logre que lo dejen a un lado.

Pero lo más probable es que no lo hagan, porque hoy día muchos sufrimos de eso que en inglés se llama FOMO, “fear of missing out”, o dicho en español, “miedo a perderse algo”.

Esa es la sociedad en que estamos inmersos. En su versión más optimista, es una realidad que nos permite estar conectados con el mundo entero e informados 24/7.

En su versión más pesimista, es un mundo que nos encierra en nuestra burbuja digital y nos tiene enganchados día y noche al último escándalo o al producto más novedoso.

Se mire por donde se mire, esta nueva realidad tiene consecuencias en todos los ámbitos. En estos tiempos muchas cosas se rigen por el “aquí”, el “ahora” y el “más fácil”.

La aceleración y la simplificación son las reinas.

En este contexto, insistir en ir despacio y hablar de procesos largos y difíciles, es una tarea titánica o, cuando menos, impopular.

Sin embargo, esta mañana me he propuesto escapar de la inmediatez y hablarles del largo plazo, de los procesos complejos y de las transformaciones de fondo que requiere nuestro país.

Si me lo permiten, hoy quiero invitarles a pensar en grande, a mirar más allá.

Les invito a pensar juntos en la República Dominicana del futuro.

Pero antes de llegar hasta allá, miremos brevemente al pasado y el presente, para compartir un mismo punto de partida.

Quiero comenzar diciendo que tenemos muchos motivos para el optimismo.

En mi calidad de Presidente del Consejo Nacional de la Empresa Privada, debo felicitar a nuestro sector empresarial en su conjunto, que ha logrado consolidarse como uno de los actores principales de la vida nacional y eje de nuestro desarrollo económico.

Llevamos lustros a la cabeza de la expansión económica de la región, con un crecimiento medio del 5% y picos de hasta el 7%. Y esta realidad es, antes que nada, fruto del esfuerzo y del empuje de miles de empresarios y empresarias de todos los tamaños y de todos los rubros.

Durante los últimos 15 años, con más del 85% de participación privada en la economía, 87% en el consumo y 90% en el crecimiento, nos hemos consolidado como el país de la región en el que el sector privado tiene mayor incidencia.

Y no hablo solo de las grandes empresas, hablo también de un tejido de Mipymes que se ha ido diversificando y al que debemos apoyar.

Muchas veces se discute si un sector en particular es la locomotora de la economía dominicana. Y eso prefiero no discutirlo. Todos estamos orgullosos de lo que el sector privado ha logrado.

El empuje de nuestro crecimiento es diverso. Diferentes sectores han mostrado gran dinamismo, como el turismo, la agroindustria, las zonas francas, la industria, las telecomunicaciones, el sector financiero, la minería, el comercio o los servicios...

Por eso, yo prefiero decir que el sector privado, en su conjunto, es el auténtico motor de la economía dominicana.

Y cuando digo que somos el motor de la economía, no me refiero solo a lo que se mide con el PIB o los beneficios de nuestras empresas. Me refiero a algo más profundo.

Me refiero también a la creación constante de empleo, al desplome de los índices de pobreza y al surgimiento de capas de clase media en nuestro país... Todos esos son procesos que no nos limitamos a acompañar, sino que lideramos, a través de nuestra actividad diaria.

Así, por ejemplo, cuando vemos cifras como las que dio la FAO recientemente, que muestran que somos el país de América Latina y el Caribe donde más ha descendido el hambre en la última década, debemos sentir ese triunfo como propio también, porque ese cambio, en buena medida, es fruto del dinamismo de los sectores productivos.

Este motor de la economía sigue prendido, acompañado de un Estado que ha reconocido la importancia de trabajar de la mano con el sector empresarial; de un manejo macroeconómico responsable y de una estabilidad que muchos países de la región envidian.

En definitiva, estamos realmente dando pasos de gigante en los últimos tiempos.

Sin embargo, la velocidad de los cambios que vivimos actualmente, no nos permite ya pensar que la simple continuidad del actual modelo será suficiente para garantizar el crecimiento sostenible y sostenido en los próximos diez años.

A las puertas del 2020 tenemos que tener cuidado de no caer en una zona de confort, porque la velocidad de los tiempos en que vivimos no nos permite darnos ese lujo.

Hoy vivimos una era de cambio permanente. Y esto es un reto sin precedentes, no solo para gobierno e instituciones, sino también para todos los sectores económicos y productivos y, por supuesto, para la especie humana en su conjunto.

Como empresarios, es nuestra naturaleza afrontar lo desconocido con ímpetu y espíritu de superación. Y para hacerlo, nada mejor que comenzar echando un vistazo a aquellos que han tenido éxito en los últimos años y revisar cuáles han sido las claves que los han llevado a tenerlo.

Según explica el presidente del Banco de Desarrollo Asiático, Takehiko Nakao, testigo de excepción del crecimiento de los países de esa región, existen 7 condiciones esenciales para alcanzar el desarrollo económico estable.

La primera es invertir en infraestructura: Una adecuada inversión en energía, carreteras y otras infraestructuras necesarias, ayuda a los países a desarrollar la industria y a recibir inversión extranjera directa. Por tanto, la promoción de alianzas público-privadas eficientes es fundamental en este sentido.

La segunda condición para el desarrollo es invertir en educación y salud, para desarrollar el capital humano. En este sentido, Nakao explica que, una vez superado el reto de tener una amplia cobertura en educación primaria, deben abordarse los retos de bajas tasas de graduación y, por supuesto, la mejora constante de la calidad.

De la misma forma, es fundamental que se avance hacia programas de cobertura universal de salud que sean sostenibles económica y operativamente, garantizando la calidad e incorporando las nuevas tecnologías y softwares que permitan controlar sus costos.

Un tercer punto, estrechamente relacionado con el anterior, es la inclusión social: En una sociedad con grandes disparidades entre ricos y pobres, los ciudadanos no pueden compartir los objetivos de crecimiento económico.

Para evitar este escenario, se necesitan pasos decisivos para fortalecer la educación pública, redistribuir los ingresos, reducir la desigualdad rural-urbana y proporcionar a los agricultores y las pequeñas y medianas empresas acceso al financiamiento. Debo agregar, además, que una clase media sólida aumenta el consumo interno y fomenta la estabilidad política.

El cuarto aspecto clave es la estabilidad macroeconómica: en países que sufren una inflación superior al 10%, grandes déficits fiscales y altas tasas de interés, es obvio que el ahorro y la inversión para el futuro se ven obstaculizados.

El quinto punto es contar con regímenes de comercio e inversión abiertos: en la economía global más integrada de hoy, la inversión extranjera directa y las transferencias de tecnología desde el extranjero juegan un papel aún mayor que en el pasado.

El sexto es la buena gobernanza pública: y aquí el experto asiático se refiere a transparencia en todas las instancias públicas, a la efectividad del gobierno en la prestación de servicios y también a que la calidad de las regulaciones tengan estrecha correlación con el desempeño de la economía.

Y, el séptimo punto y que considero imprescindible para garantizar el desarrollo a largo plazo: contar con una clara visión de futuro. Y aquí es donde quiero centrarme.

Contar con una visión compartida, que examine las ventajas comparativas nacionales, que permita diseñar una estrategia de desarrollo y que asigne los recursos necesarios en las áreas prioritarias.

Una agenda común de país, que comprometa igualmente a gobierno, sector privado, academia y sociedad civil, y que cuente con los mecanismos necesarios para su implementación efectiva, más allá de la agenda política o coyuntural que se presente.

En definitiva, una hoja de ruta que genere confianza y predictibilidad, ingredientes imprescindibles para la construcción de un futuro próspero.

Sin duda, la novena edición de la Convención Empresarial del CONEP es una excelente oportunidad para avanzar en este sentido.

Aprovecho este encuentro para invitar a todos los presentes a tener una participación activa en esta iniciativa, que ya ha comenzado y culmina en el mes de noviembre, constituyendo el principal foro de intercambio y consulta del empresariado dominicano.

Nuestro propósito en esta convención es, precisamente, generar propuestas de solución de los temas de la agenda nacional que conduzcan a la República Dominicana a un mayor crecimiento y competitividad. Nos hemos planteado hacer propuestas sobre nuestro modelo de desarrollo, la innovación y la mejora de la productividad, la institucionalidad y la sostenibilidad.

Nuestro país avanzó en esa dirección con la definición de la Estrategia Nacional de Desarrollo, que ha sido sin duda una herramienta útil para establecer prioridades y avanzar en áreas claves como las que he mencionado antes, pero que también ha demostrado tener sus limitaciones.

El momento actual nos invita a revisar esa estrategia, no solo en su contenido, sino también en los mecanismos que garantizan su cumplimiento.

Nos invita también a establecer nuevos consensos y, sobre todo, a elevar la mirada más allá de los intereses personales o de la hoja de balance de cada empresa, para observar el panorama más amplio de los intereses colectivos y el futuro del país.

Solo así lograremos que los grandes pactos que aún no han podido llevarse a cabo, se conviertan en realidad.

Junto a esa Estrategia Nacional, en los últimos años se han establecido diferentes mecanismos de diálogo y concertación público-privados que nos están permitiendo avanzar a gran velocidad en la resolución de problemas que durante años parecían insalvables.

El Consejo Nacional de Competitividad tiene los componentes para ser un buen ejemplo de esto, porque ha establecido un espacio de diálogo y acción entre el gobierno y los sectores productivos, donde se han discutido temas sensibles para la economía y donde debemos seguir discutiendo temas que son realmente fundamentales para el país.

A mi entender, es prioritario que garanticemos que mecanismos como éste y otros destinados a transformar nuestro modelo productivo, prevalezcan en el tiempo y continúen su labor en los años venideros.

Señoras y señores,

Llegados a este punto, quizá algunos de ustedes se estén diciendo; sí, muy bonito, pero ¿Cómo combina esta visión de largo plazo, que necesita del consenso de todos y que toma tanto tiempo y esfuerzo, con la sociedad del “aquí” y el “ahora” de la que hablábamos al principio?

¿Es realmente posible hacer realidad planes tan ambiciosos en este mundo tan cambiante?

Yo soy un hombre optimista y mi respuesta es: sí, es posible.

Pero para hacerlo y ser exitosos debemos comprender que el mundo está viviendo un cambio de paradigma.

Como explica Sergio Roitberg en su libro “Expuestos”, el mundo transparente en el que ahora convivimos, el mundo de la hiperconexión del que les hablaba al principio, tiene reglas nuevas.

Entre ellas, que el modelo piramidal en el que unos pocos emitían los mensajes y el resto eran receptores pasivos, ha quedado atrás para siempre.

Dicho de otra forma: los ciudadanos empoderados del presente ya no aceptan que les lleguen “órdenes de arriba”. Actúan de acuerdo a sus convicciones y solo se comprometen con aquello en lo que creen.

Ahora la comunicación es **orbital**, todos somos emisores y receptores en diferentes círculos en los que interactuamos. Esas “órbitas” se articulan en torno a intereses comunes y pueden servir tanto para sumar voluntades en pro de las causas más nobles, como para terminar con la reputación de una persona o una marca en cuestión de horas.

Esa es la nueva realidad en la que debemos saber manejarnos.

Una realidad en la que no basta con tener una buena idea o un producto de primera calidad y ponerlo en el mercado.

Debemos, además, ser capaces de “conectar” con las audiencias a quienes queremos atraer, debemos hacerlas participar, crear “engagement”, construir una comunidad.

En otras palabras, debemos ser capaces de generar un propósito compartido, una meta inspiradora, que nos movilice y que nos identifique.

Porque, como explica Simon Sinek en su libro “Start with why”, si queremos ser líderes con capacidad de inspirar, debemos comenzar teniendo claro el porqué hacemos las cosas, establecer un propósito y después compartirlo con todos aquellos que quieran participar en que se haga realidad.

Eso es lo que diferencia a las grandes empresas hoy en día.

Veámoslo con un ejemplo: ¿Cómo consigue Tesla hacerse un espacio en un mercado tan competitivo como el automotriz?

Es porque representa el propósito de mucha gente: cuidar el medio ambiente, sin renunciar a tener un vehículo de calidad y bien diseñado.

Quienes lo compran no son solo clientes, sino miembros de una comunidad que comparte esa visión.

Otro ejemplo: ¿Cómo consigue el Washington Post sobrevivir en un momento en que la prensa pierde espacio día tras día? Lo logra porque le muestra claramente su propósito a los lectores, a

través de una frase sencilla “La democracia muere en la oscuridad”. Es decir, el propósito del Washington Post es nada menos que proteger la democracia sacando a la luz los hechos.

Por supuesto, el concepto del propósito compartido no es nuevo en los negocios, ni en la política. Es, de hecho, inherente a la raza humana.

Existen numerosos ejemplos de éxito en el mundo que prueban que no solo es posible alinear nuestras agendas empresariales con las de la sociedad, sino que esta es la estrategia más inteligente.

Les digo más aún, a mi entender, en el mundo de hoy, esto ya no es opcional. Ya no es un “extra” que contribuye a que los proyectos tengan éxito.

Es, más bien, una exigencia de la sociedad actual sin la cual no lograremos triunfar en un entorno en el ya que no es suficiente vencer, sino que es necesario convencer.

Por nuestra parte, desde el CONEP, estamos decididos a dialogar y cooperar con todos los interlocutores del espectro político y con toda la sociedad en la construcción de esos propósitos comunes.

Estamos decididos a establecer una dinámica de cooperación y no de competencia, en todos los ámbitos y con todos los actores. Porque creemos firmemente que las únicas soluciones que merece la pena implementar en el largo plazo son las que parten del principio ganar-ganar.

Las que logran desatar el inmenso poder que se genera cuando todos empujamos en la misma dirección y con las mismas metas.

Quedaron atrás los tiempos en que empresariado y trabajadores eran fuerzas antagónicas.

Quedaron atrás las épocas en que gobierno y empresarios impulsaban agendas opuestas.

Estamos en los tiempos en que los intereses empresariales y los de la sociedad, van de la mano y cooperan.

La protección del medio ambiente y los recursos naturales, la equidad de género, la reducción de la pobreza, la promoción de la salud y la educación... Son todos objetivos que compartimos y por los que trabajamos desde un mismo frente común.

Empresarias y empresarios,

Como pioneros que hemos demostrado ser en cada una de nuestras compañías, nos corresponde también seguir siendo líderes en la transformación de nuestro país.

Uno de esos grandes retos que nos plantea el contexto actual, como hemos hablado en otras ocasiones, es la llamada Cuarta Revolución Industrial. Pero en esta ocasión me gustaría mencionarla desde un enfoque diferente, que puede ser especialmente relevante en nuestro país.

Lo cierto es que cuando hablamos de nuevas tecnologías, lo primero que se nos viene a la mente son las telecomunicaciones, internet, la inteligencia artificial y los grandes núcleos urbanos.

Pero eso es solo parte de la realidad.

Es hora de que veamos cómo esta revolución aterrizará en nuestro país.

Como señala el agroempresario argentino Gustavo Grobocopatel, a diferencia de la anterior, esta nueva revolución industrial no está necesariamente centrada en las ciudades.

Aquí están presentes también las tecnologías vinculadas a la agricultura de precisión; la convergencia de las ciencias de la información y de la vida y una inteligencia de mercados cada vez más sofisticada que reduce las distancias.

Todas estas tendencias pueden hacer del campo dominicano no solo un espacio de creación de riqueza y empleo, sino también la punta de lanza de nuestra plena inserción en la economía de la nueva era.

Además, esta nueva configuración del trabajo, que ya no precisa necesariamente de una oficina, ni de un horario, podría llegar a revertir las tendencias migratorias actuales.

Es decir, que donde antes mucha gente encontraba oportunidades mudándose del campo a la ciudad, ahora podría darse la tendencia contraria, de la ciudad al campo.

Por supuesto, no podemos saber exactamente qué sucederá a medio y largo plazo.

No sabemos a ciencia cierta cómo las nuevas tecnologías y las tendencias globales afectarán a cada uno de los sectores productivos dominicanos.

Pero debemos estar atentos a los cambios y a las mejores oportunidades para aprovecharlos.

¿Cómo afectará a nuestras vidas la llegada del 5G, que permitirá que el internet de las cosas llegue a todos los hogares y conecte todos nuestros dispositivos?

¿Cómo cambiará el tránsito en Santo Domingo cuando podamos pedir un Uber que circule sin conductor? Recordemos que esto ya ocurre en varias ciudades de Estados Unidos...

Y si hablamos de nuestra actividad económica. En la agroindustria, por ejemplo. ¿Cuánto vamos a tardar en tener un sólo árbol que produzca diferentes tipos de frutas?

¿Cómo impactará la impresión 3D en nuestro día a día?

Pensemos solamente en el sector salud: ¿Cuánto tardarán en ser algo común los implantes de corazón impresos en 3D?

¿Qué debemos hacer desde hoy para minimizar el impacto de nuestros procesos industriales en el medio ambiente y frenar el calentamiento global?

¿Se impondrán los tributos a las empresas digitales por el uso de nuestros datos?

¿Cambiará el mapa del turismo global con la llegada de millones de turistas asiáticos?

Estas son solo algunas de las muchas preguntas que ya se plantean diferentes sectores.

Pero hay otras que no se refieren sólo a las nuevas tecnologías y que quizás hasta ahora nos hemos hecho solo en silencio, pero no en el debate público.

Preguntas que deben ayudarnos a establecer ese propósito claro y compartido del que hablábamos.

Por ejemplo;

¿Cuál es la siguiente frontera de progreso que deseamos conquistar y por qué?

¿Para qué debe servir ese crecimiento que vive el país? ¿En qué queremos que se traduzca?

¿Qué ruta vamos a seguir para garantizar que la República Dominicana supere la llamada “trampa del ingreso medio” en los próximos 5 o 10 años?

¿Dónde nos coloca el nuevo debate internacional entre globalización y proteccionismo?

Sabemos que muchas cosas están cambiando. Pero la naturaleza y el ritmo del cambio en cada caso todavía es una incógnita.

Sin embargo, de algo no hay duda: Hoy más que nunca, es el momento de tomar un rol más activo en la toma de decisiones. Es el momento de enfrentar nuevos retos.

Estas no son cuestiones que debamos limitarnos a contemplar de forma pasiva, dejando la toma de decisiones exclusivamente a un sector en específico, o al devenir internacional.

Como sector productivo y motor del empleo, es mucho lo que podemos y debemos aportar para dar respuesta a estas preguntas.

Amigos y amigas,

Les propongo insertarnos plenamente en esa sociedad orbital de la que les hablaba y conectar con las necesidades de la gente, inspirando los cambios que necesitamos, a través de la búsqueda del bien común.

Debemos ejercer un liderazgo que nos permita, no solo defender y proteger todo lo que hemos logrado como nación, sino también garantizar que seguiremos por una senda de estabilidad, progreso y dinamismo, independientemente de las coyunturas que puedan presentarse.

Debemos seguir involucrándonos en la definición de estrategias y en la toma de decisiones, para que, independientemente de quien esté al frente de las instituciones públicas, nuestra agenda de crecimiento siga su curso.

Creo que hay muchas personas entre los presentes que ven también esta necesidad y actúan de acuerdo a esta convicción.

Hombres y mujeres que están dispuestos a participar activamente en las transformaciones que necesita nuestro país y que están dispuestos a hacerlo aunque eso suponga renuncias, esfuerzo o sacrificio.

A todos ellos les digo: No están solos. Pueden contar con el CONEP y pueden contar conmigo.

Señoras y señores,

Este liderazgo colectivo del que hablo va más allá de proyectos e iniciativas concretos.

Se trata, en realidad, de promover los valores y la cultura que nos ha permitido ser exitosos en nuestros negocios y trasladarlos al conjunto de la sociedad.

Porque, en muchas ocasiones, lo mejor que podemos hacer para lograr que los cambios que queremos se produzcan, es predicar con el ejemplo.

Con nuestra práctica diaria, con nuestras actitudes, podemos ser el ejemplo vivo del cambio que queremos ver en la República Dominicana.

Cada uno de ustedes ha sido testigo de cómo la cultura de una empresa contribuye a forjar el carácter de sus segmentos e influye de diferentes maneras en sus vidas.

Hemos comprobado al interior de nuestras empresas el poder de tener un propósito claro y de trabajar en equipo para hacerlo realidad.

Sabemos que, cuando logramos transmitir en nuestra vida empresarial, pública y familiar los valores que nos definen, nos convertimos en referente para los demás.

Eso debe ser nuestro sector productivo en su conjunto: Una luz que señale que el camino hacia el progreso es el trabajo honrado, la superación y el respeto a la ley.

Sin querer erigirme en ejemplo de nada, me permito hablarles brevemente desde lo que conozco, mi experiencia en el Grupo Rica, a través de los valores que heredamos de nuestros padres.

Uno de esos valores es nuestra convicción de que las empresas no crecen por sí mismas.

Quiénes crecen son las personas que hacen carrera dentro de esas empresas y ese crecimiento personal es el que impulsa los negocios hacia nuevos horizontes.

Por eso, para nosotros es fundamental desarrollar las capacidades de cada empleado, apostar por el capital humano, por la meritocracia y construir estabilidad laboral, conscientes de lo que eso supone también para las familias, que pueden planear un futuro basado en esa estabilidad.

De la misma forma, apostamos por la satisfacción de nuestros clientes y por la continuidad del legado de responsabilidad social, que deseamos amplíen las nuevas generaciones.

En definitiva, nos esforzamos por establecer relaciones duraderas, basadas en la confianza y en el cumplimiento de los compromisos.

Y eso nos ha dado muy buenos frutos.

Porque solo sobre la confianza y el cumplimiento de la palabra dada podemos construir cimientos sólidos, ya sea en nuestro hogar, en nuestra empresa o en nuestro país.

Creo, humildemente, que como sector empresarial debemos ser un pilar fundamental de esa confianza, tan necesaria para garantizar el progreso.

Y debemos ser capaces de transmitirla en todo momento, tanto al interior de nuestras organizaciones, como hacia la comunidad internacional.

Es nuestra responsabilidad que cuando se hable de productos dominicanos, de servicios dominicanos o de hacer negocios en República Dominicana, se piense inmediatamente en calidad, en excelencia, en competitividad, en definitiva, en un sector productivo y un país en los que merece la pena confiar.

Tenemos, como les decía al principio, muchas razones para el optimismo.

Tenemos muchas razones para creer en el potencial de nuestro país y de nuestra gente.

Tenemos muchas razones para estar orgullosos de lo que hemos alcanzado y muchas más para seguir trabajando y llegar aún más lejos.

Amigas y amigos empresarios,

Les decía al principio que las organizaciones que tienen éxito son aquellas que se plantean primero los porqués, las razones, el propósito que quieren lograr, y después desarrollan la manera de lograrlo.

Pensando en esos porqués, me encontré recientemente con el ejemplo del Presidente Zelensky, de Ucrania.

En su primera intervención como Presidente, Zelensky le dijo a sus ciudadanos que no colgaran fotos del Presidente en sus oficinas. “Cuelguen fotos de sus hijos, - les pidió- y mírenlos a los ojos antes de tomar cualquier decisión”.

Y yo les pregunto: ¿Puede haber un mejor porqué para nuestras acciones que ése?

¿Puede haber un propósito mayor y que nos una más, que trabajar juntos por el bienestar de las próximas generaciones?

Pensemos en grande. Miremos a los ojos a nuestros hijos y familiares, pero no solo a ellos. Miremos también a esa gran familia de la que somos parte, que es todo el pueblo dominicano.

Y pensemos en el futuro que queremos dejarles desde ahora, para que la mirada que nos devuelvan sea de alegría y de orgullo.

Ese es el camino que nos permitirá, no solo continuar por la senda del crecimiento y la prosperidad, sino afrontar desde una posición de fortaleza y confianza los retos que estén por venir.

Es el camino que nos garantiza estabilidad, bienestar y la satisfacción de haber cumplido con nuestro deber como empresarios, como ciudadanos y como padres y madres de familia.

Muchas gracias!