

ENERO

Edición V I.MMXXVI



EGRESADOS

360

BOLETÍN MENSUAL



UNAPEC
UNIVERSIDAD APEC

CONTENIDO

ACADÉMICO Y PROFESIONAL 3

- [Noticias institucionales](#)
- [Eventos académicos](#)
- [Tips profesionales](#)

HISTORIAS DE EGRESADOS 6

- [Egresado del mes](#)
- [Casos de éxito](#)

COMUNIDAD Y VINCULACIÓN 8

- [Servicios](#)
- [Próximos encuentros](#)
- [Novedades](#)

VIDA UNIVERSITARIA Y NOSTALGIA 12

- [Galería del recuerdo](#)
- [Trivia y curiosidades](#)
- [Cultura y arte](#)

INNOVACIÓN Y FUTURO 14

- [Tendencias](#)

Recursos que lo hacen posible

- Dirección de Egresados y Colocación Laboral del Decanato de Vinculación y Emprendimiento
- Unidad de Diseño Gráfico de la Dirección de Mercadeo y Comunicación
- Lic. José Luis Ravelo Cuesta
- Lic. Ana Nicolle Javier Bueno
- Lic. Edith Smester
- Lic. Ryno Senior Hoepelman



NOTICIAS INSTITUCIONALES

• **OFRENDA FLORAL EN HONOR A JUAN PABLO DUARTE.** En el inicio del Mes de la Patria, la Universidad APEC (Unapec) se convirtió en escenario de un llamado estratégico al sistema de educación superior dominicano, de asumir el liderazgo intelectual y social en la construcción de una identidad nacional sólida, informada y abierta a la diversidad.

Durante una ceremonia solemne en honor a Juan Pablo Duarte, Padre de la Patria, encabezada por el rector, Lic. Erik Pérez Vega, con la presencia destacada del presidente del Instituto Duarte, Dr. Wilson Gómez, autoridades académicas, docentes y estudiantes, se resaltó la vigencia de su pensamiento ético, democrático y educativo como guía para la formación de las nuevas generaciones.

Unapec mantiene como eje de su identidad institucional la formación integral de profesionales competentes, con pensamiento crítico, valores y sentido de responsabilidad frente a la sociedad.

• **DÍA MUNDIAL DEL HINDI CON UN ACTO CULTURAL JUNTO A LA EMBAJADA DE LA INDIA.** A través de la Facultad de Humanidades y Derecho y en colaboración con la Embajada de la India en la República Dominicana, celebró el Día Mundial del Hindi de las Naciones Unidas con un acto cultural y académico desarrollado en el Auditorio Dr. Leonel Rodríguez Rib.

La actividad reunió a autoridades universitarias, representantes diplomáticos y miembros de la comunidad académica, quienes participaron en una programación diseñada para resaltar el valor histórico, lingüístico y cultural del hindi en el contexto internacional.

Como parte del componente artístico, el público disfrutó de un canto de mantras védicos, presentado por la señora Sonia Rodríguez y su equipo, así como de un recital de poesía bilingüe (hindi-español) interpretado por participantes de UNAPEC, en un ejercicio de integración cultural y expresión literaria.

• **RECONOCIMIENTO AL MAYOR GENERAL (R) DR. MANUEL DE JESÚS MÉNDEZ**

UNAPEC reconoció al director del Centro de Operaciones de Emergencias (COE), mayor general (retirado), doctor Juan Manuel

Méndez García, por su invaluable apoyo en los procesos formativos que fortalecen las capacidades institucionales y nacionales en materia de reducción de riesgos.

Además fue el escenario propicio para la entrega de certificados a los participantes del taller "Reducción de Riesgos y Manejo de Situaciones de Emergencias y Desastres", una capacitación coordinada en el marco de la alianza de cooperación interinstitucional entre el COE y Unapec, que impactó positivamente a cerca de 60 estudiantes, docentes, colaboradores y aliados del sector de educación superior.

El taller "Reducción de Riesgos y Manejo de Situaciones de Emergencias y Desastres" fue organizado por la Dirección de Responsabilidad Social Universitaria, como parte de un programa de formación institucional diseñado para anticipar riesgos, responder adecuadamente ante situaciones de emergencia y promover una cultura transversal de seguridad y prevención.

Esta iniciativa forma parte de los esfuerzos permanentes de la institución por consolidar un campus seguro, preparado y resiliente, donde la continuidad académica, la protección de la comunidad universitaria y la capacidad de respuesta estén integradas a la visión educativa, la sostenibilidad y la calidad institucional.





Conferencia Magistral “Duarte y la Constitución Dominicana”, impartida por el magistrado “Milton Ray Guevara”, presidente emérito del Tribunal Constitucional como parte de la celebración del “Mes de la Patria 2026”.

El Mes de la Patria UNAPEC 2026, es un período de alta relevancia para la memoria histórica, el civismo y la identidad nacional dentro de la educación superior dominicana.

Se celebra cada año con la participación de grandes figuras, historiadores, intelectuales y personalidades que se destacan nacional e internacionalmente.

El magistrado Milton Ray Guevara, presidente emérito del Tribunal Constitucional, destacó la visión constitucional y el legado histórico de Juan Pablo Duarte durante la conferencia “Duarte y la Constitución”, enfatizó que el patricio dominicano fue el autor, de puño y letra, de un proyecto de Constitución profundamente liberal, adelantado a su tiempo y sustentado en un sólido conocimiento filosófico y jurídico.

Recordó el sacrificio personal del patricio –enfermedad, destierros y renuncia a lo material– y afirmó que su pensamiento sigue vigente y debe inspirar la defensa de la soberanía, la legalidad y la identidad nacional en los tiempos actuales.

TIPS PROFESIONALES

JOSÉ LUIS RAVELO CUESTA

Egresado de Licenciatura en Mercadotecnia y Maestría en Gerencia de Mercadeo, docente de Unapec y productor del Programa “**Almuerzo de Negocios**”.

Las marcas están en crisis

Si me hubieran hecho la pregunta cuando inicié el ejercicio de la profesión de mercadólogo en el año 1994 en Isidro Bordas, CXA, no hubiera dudado en responder que tener una marca fuerte era lo más importante en la mezcla de mercadeo.

No es que la distribución carezca de importancia. Todo lo contrario. Es de suma importancia para acercar el producto a su consumidor final. Y ni hablar del precio y la comunicación, tan necesaria para dar a conocer el mismo.

Pero una marca fuerte era lo que entendíamos que fidelizaba a los consumidores, los movía de su casa al supermercado, colmado o almacén a llevarse a la despensa de su casa.

Sin embargo, los cambios que ha experimentado el sector detallista de la Rep. Dominicana en los últimos 10 años cada vez me generan más duda sobre la actual relevancia de las marcas fuertes. Tenemos consumidores menos fieles, más curiosos y con una sensibilidad al precio que a veces asusta.

El éxito que tiene una cadena de supermercados donde más del 80% de los productos ofertados es de la misma marca del supermercado, me lleva a dos conclusiones: lo primero es que el precio es cada vez más importante y lo segundo es que las marcas de fabricante no han hecho ningún esfuerzo por diferenciarse y justificar porqué debo pagar más dinero por una marca conocida.

Pero por si esto fuera poco, ahora no sabemos claramente el origen de las marcas que compramos. Una marca de café que dice ser dominicana, pero que su materia prima es de vietnam..... Un carro es de marca estadounidense, pero es fabricado en México o China..... Cada vez estamos más confundidos los profesionales. No me quiero imaginar los simples consumidores.

Sigamos agregando factores: las empresas no están invirtiendo lo suficiente en construcción de marca y se están enfocando en resultados a corto plazo: la oferta del fin de semana, la promoción del mes, el logro de la cuota de ventas.

La marca es la zapata del edificio. Sin zapata podemos hacer el edificio, pero no será fuerte y no podrá soportar un temblor causado por la competencia.



HISTORIAS DE EGRESADOS

EGRESADO/A DEL MES

Ana Nicolle Javier Bueno
Egresada Summa Cum Laude de la promoción 2023
de la carrera de Negocios Internacionales.

Ana Nicolle se ha consolidado como una de las jóvenes profesionales dominicanas más influyentes en los ámbitos de la sostenibilidad, los negocios y la cooperación internacional, con un firme enfoque en el impacto ambiental y la conservación de los recursos naturales.

En reconocimiento a su trayectoria y aportes al país, fue galardonada en 2024 con el Premio Nacional de la Juventud, en el renglón Preservación y Fomento de los Recursos Naturales, el máximo reconocimiento que otorga el Estado dominicano a la juventud. Ese mismo año, recibió el Premio Municipal de la Juventud de La Vega, por sus significativas contribuciones en educación ambiental y fortalecimiento de alianzas estratégicas a nivel comunitario y provincial. Asimismo, en 2026 fue seleccionada para representar a la República Dominicana en el Programa Barco Mundial de la Juventud, (Ship for World Youth Programme), una iniciativa del Gobierno de Japón que promueve el liderazgo juvenil y el entendimiento intercultural.

Actualmente, Ana Nicolle se desempeña como Coordinadora de Mecanismos Financieros y de Monitoreo y Evaluación del Programa de Biodiversidad y Negocios en la Agencia de Cooperación Alemana (GIZ), donde lidera el diseño y seguimiento de instrumentos financieros innovadores orientados a la conservación de la biodiversidad y la integración del sector privado en modelos de negocios sostenibles. Previamente, formó parte de la Agencia de Cooperación Internacional de Corea (KOICA) como Especialista de Proyectos, trabajando en iniciativas de cambio climático y fortalecimiento de capacidades en la República Dominicana y el Caribe, así como en el Global Green Growth Institute (GGGI).

Su proyección internacional incluye la participación en la COP28 como parte de la Delegación Oficial dominicana y su selección como becaria del New Generation Fellowship



Program, integrándose a la Coalición para Pérdidas y Daños de las negociaciones climáticas de la ONU. En 2025, se destacó en la Cumbre de Jóvenes del Banco Mundial, al ganar el Laboratorio de Innovación con un proyecto que propone transformar el sargazo y los residuos costeros en una oportunidad para una industria textil sostenible en el Caribe.

Su formación académica se complementa con un Máster en Sostenibilidad ESG por la EOI de Madrid y estudios en Negociaciones Climáticas en la Universidad de Harvard, reafirmando el compromiso de UNAPEC de formar profesionales con visión global, liderazgo ético y vocación de servicio.

CASOS DE ÉXITO

Edith Smester

Presidenta - CEO de Proyes

Egresada de la Licenciatura en Publicidad

Sentarme hoy a escribir para el boletín de egresados de UNAPEC es, en muchos sentidos, volver a sentarme en los pupitres donde todo comenzó. Allí estudié licenciatura en Artes Publicitarias, con más sueños que certezas, aprendiendo no solo conceptos y técnicas, sino una forma de pensar. La universidad me enseñó a observar, a cuestionar y a entender que la creatividad necesita estructura para convertirse en una profesión sostenible. Esa base académica fue el primer cimiento de todo lo que vino después.

Con el tiempo, ese aprendizaje se transformó en experiencia. He tenido la oportunidad de liderar proyectos complejos, eventos de gran escala y estrategias donde las ideas deben funcionar en el mundo real, no solo en el papel. Este año celebro 15 años de Proyes, una empresa que nació con visión, pero que se ha construido con constancia, resiliencia y mucho trabajo. Cada logro tiene detrás lecciones, errores corregidos y decisiones que solo se toman cuando se cree en lo que se hace.

Nada de ese camino se recorre solo. La universidad crea comunidad, y esa red se vuelve invaluable con los años. Compañeros que luego son aliados, profesores que se convierten en referentes y vínculos que siguen vivos aun cuando la vida profesional toma rumbos distintos. Ser parte de la comunidad APEC es pertenecer a un ecosistema que acompaña y abre puertas.

Confieso que hay nostalgia al recordar la vida universitaria: los pasillos, las entregas de último minuto, las conversaciones cargadas de ilusión. Todo eso forma carácter. A quienes hoy están viviendo esa etapa, les digo que cada experiencia suma, incluso las que parecen pequeñas o difíciles en el momento.

Vivimos en un tiempo donde la innovación es una actitud diaria. El futuro exige preparación, pero también valentía y propósito. Si algo me han enseñado estos 15 años de Proyes es que los sueños que nacen en un aula pueden crecer, evolucionar y generar impacto real. UNAPEC fue el inicio. El resto se construye con pasión, ética y la decisión de no dejar de aprender.



COMUNIDAD Y VINCULACIÓN

SERVICIOS

Encuentra vacantes, nuevas posiciones y retos, para que tu futuro profesional no se detenga.



UNAPEC
UNIVERSIDAD APEC



Accede a:

<https://egresados.unapec.edu.do/ofertas-de-empleo/>



CONOCE NUESTROS SERVICIOS QUE FACILITAN TU INSERCIÓN AL MERCADO LABORAL

- Ofertas de empleos.
- Asesorías para elaboración de CVs.
- Mentorías entrevistas laborales.
- Charlas y talleres sobre temas laborales.



Conoce nuestros servicios que facilitan tu inserción laboral en:

<https://egresados.unapec.edu.do/colocacion-laboral/>



UNAPEC
UNIVERSIDAD APEC



PRÓXIMOS ENCUENTROS

PROXIMAMENTE

Maestría en
CIBERSEGURIDAD



UNAPEC
UNIVERSIDAD APEC

NOVEDADES

ACTUALIZA TUS DATOS

Disponer de tus datos nos permite generar estadísticas de alto impacto que miden el éxito y el estatus alcanzado por nuestros egresados, así como facilitar futuras oportunidades de conexión con la Universidad y con sus compañeros.

Accede al formulario para actualizar sus datos de contacto e información laboral a través del siguiente enlace **<https://registrodedatos.unapec.edu.do/>**

Para ingresar al sistema, utiliza tu usuario de estudiante (**xxxx@unapec.edu.do**). Si necesitas restablecer tu contraseña, puedes hacerlo rápidamente aquí UNAPEC - **Recuperar Contraseña**.

Con tu colaboración contribuyes a fortalecer la comunidad de egresados.

¡CONTAMOS CONTIGO!



EGRESADO DE UNAPEC:

Comunícate con nosotros y sé parte activa de nuestro **BOLETÍN**

EGRESADOS



El contenido está diseñado acorde a tu trayectoria profesional, emprendimientos y proyectos, testimonios, cultura, arte e innovación.

Espacios diseñados para proyectar nuestra comunidad.

¡PARTICIPA ACTIVAMENTE DE NUESTRA HISTORIA!



VIDA UNIVERSITARIA Y NOSTALGIA

GALERÍA DEL RECUERDO



Cuéntanos si tuviste la oportunidad de conocer a Don Nicolás Pichardo.
Rector de Unapec período 1990-1997.

TRIVIA Y CURIOSIDADES

¿Cuánto conoces sobre los rectores que marcaron la historia de UNAPEC?

Pon a prueba tus conocimientos y revive momentos claves de nuestra institución.

Dr. Nicolás Pichardo, rector de Unapec, durante el periodo 1990 al 1997. Hoy el campus principal lleva su nombre y su busto se encuentra en uno de los espacios más concurridos de la Universidad, entre el verdor, acogido por la fuerza y esplendor de la naturaleza, así como fue su paso por nuestra Alma Ater.



INNOVACIÓN Y FUTURO

La tensa danza entre el Marketing y las Finanzas

Lic. Ryno Senior Hoepelman CEO de SIGSIM

Egresado de la Lic. en Administración de Empresas
y Posgrado en Gestión de Negocios

Recientemente me encuentro reflexionando sobre mi trayectoria profesional en el campo del marketing y la permanente tensión entre esta disciplina y las finanzas dentro de las organizaciones. Tomo como referencia y como parte de mi experiencia inicial en Colgate Palmolive, empresa que es un referente por la sofisticación de sus sistemas financieros y la armonía existente entre el desarrollo de negocios y la gestión de resultados a corto y mediano plazo y me sitúo en ese entorno en el que el marketing y las finanzas coexistían de manera fluida, generando un equilibrio poco común.

Sin embargo, con el paso de los años y tras acumular experiencia en distintas organizaciones reconozco que esta convivencia armónica no es la norma. La mayoría de los mercadólogos han vivido la tensión natural entre la orientación al mercado y las restricciones financieras.

Aunque existe consenso en que las empresas deben centrarse en clientes y mercados para mantenerse competitivas, el conflicto suele surgir al estimar los costos reales asociados a dicha orientación.

Los costos no se limitan al presupuesto de marketing –publicidad, promociones o campañas de marca– sino que se extienden a áreas administrativas mediante inversiones en tecnología, innovación, sistemas operativos y mejoras en procesos. Dichas erogaciones, aunque fundamentales para ofrecer calidad, servicio y satisfacción al cliente, no siempre son reconocidas como inversiones desde una perspectiva contable, sino que se registran como gastos que afectan los resultados financieros del período.

Esta diferencia de enfoques provoca que muchas iniciativas estratégicas de largo plazo, como campañas publicitarias, sistemas CRM o investigaciones de mercado, generen presión sobre los estados financieros, aun cuando sean claves para la sostenibilidad futura del negocio.



sigsim 

Tecnología Educativa

Algunos empresarios, al observar la empresa de forma holística, priorizan la salud financiera como condición indispensable para la supervivencia organizacional, lo que explica los recortes presupuestarios en marketing en contextos de restricciones de liquidez, sin que ello implique una falta de fe en el valor de esta función.

Existe una necesidad imperiosa de reconciliar marketing y finanzas. La expectativa de autonomía irrestricta en la ejecución presupuestaria y la verdadera descentralización requieren disciplina y autorregulación financiera. El componente de riesgo inherente a muchas inversiones de marketing, especialmente aquellas de naturaleza intangible, nos invita a mercadólogos y financieros a construir puentes de diálogo, apoyándonos en herramientas tecnológicas y en el lenguaje común de las finanzas para generar sinergias que fortalezcan a la organización.

Artículo resumido por Co Pilot. El original inextenso fue publicado en LinkedIn.



Egresados y Colocación Laboral

809-686-0021, extensiones 2345 y 2072

WhatsApp: 809-443-2263

egresados@unapec.edu.do