

REVISTA

FACTOR DE ÉXITO

¡La clave está en la diferenciación!

REPÚBLICA DOMINICANA 

• EDICIÓN ANIVERSARIA • EDICIÓN ANIVERSARIA •

• EDICIÓN ANIVERSARIA •

ISSN 2520-0100

Gente de Éxito

Jake Kheel

Proteger al medio ambiente
generando rentabilidad
económica sí es posible

Ismael Cala

Constancia

La diferencia entre
perder y ganar

Thony Da Silva

**Vocería Una habilidad
estratégica**

para representar y liderar a otros

Gremios con Éxito

**En ACOPROVI contribuimos con
el desarrollo del sector vivienda
y de la República Dominicana**

Raúl González

**Auditoría energética
como estrategia**



Dr. Camilo Cruz

“El éxito es la
**REALIZACIÓN
PROGRESIVA**
de tus SUEÑOS”



@RevistaFactordeExito



@RevistaFDE



Revista Factor de Éxito



www.revistafactordeexito.com



¡La salud de tu familia
no tiene precio!

Piensa en ellos y bríndales
la mejor **cobertura**
de **seguros**
internacional

Ofrecemos una respuesta de
emergencia médica
las 24 horas,
los 7 días de la semana...

¡Somos la opción que estabas buscando!



Claria
LIFE AND HEALTH INSURANCE

Ave. 27 de Febrero, Casi Esquina Privada,
Torre Forum, Local 12-A
TEL: (809) 740 - 5253
FAX: (809) 740 - 5143

 www.claria.us



Primera maleta incluida



Comida a bordo



Open bar



El calor Dominicano

Al volar con nosotros en las rutas Miami -
Santo Domingo / Santo Domingo - Miami

¡TODO VA POR LA
CASA!

www.pawadominicana.com

CALL CENTER +829 735 0300

 pawadominicana  pawadominicana  pawadr



Volemos juntos

Llegamos a la República Dominicana con una maleta llena de experiencias y buenos deseos, con un sueño, el gran sueño de crear en estas tierras un medio de comunicación fresco y actual que promoviera la difusión de informaciones en positivo, con la visión de reforzar siempre las actitudes hacia el logro del éxito, ese sueño se hizo una hermosa realidad que nos permite hoy celebrar un año de existencia de la Revista Factor de Éxito, 12 meses que hemos recorrido poco a poco, con paso fuerte, recibiendo múltiples bendiciones, satisfacciones que nos permiten incentivarlos a seguir luchando por sus sueños, porque con trabajo y perseverancia todo es posible.

Y antes de hablarles de esta maravillosa edición aniversario, quiero expresar mi profunda gratitud primeramente a Dios y al público dominicano, por hacer este sueño posible, a nuestros articulistas, anunciantes, colaboradores y aliados, y por supuesto, gracias a nuestro equipo, que día a día trabaja con pasión para que cada ejemplar sea un producto de calidad del agrado de todos ustedes.

Es una realidad que la Revista Factor de Éxito ha estado repleta de bendiciones desde sus inicios, ejemplo de ello, es que tenemos el honor de contar en esta edición con el Dr. Camilo Cruz, quien se convirtió en el protagonista de la portada aniversario, gracias a él por su apertura y cercanía, demostrando con sus palabras que valió la pena todo este camino recorrido.

En Gente de Éxito contamos con el apoyo de la Fundación Grupo Punta Cana, su vicepresidente Jake Wheel, dio a conocer el trabajo que realizan en pro de la protección del medio ambiente, mostrando el liderazgo e innovación que han desarrollado en el sector, labor reconocida a nivel nacional e internacional. Un trabajo admirable que merece ser conocido y apoyado por todos los dominicanos... ¡Felicitaciones!

Como siempre, contamos con el respaldo de una élite de profesionales exitosos, emprendedores que decidieron compartir sus conocimientos y experiencias a través de nuestras páginas, demostrando una vez más que sí se puede obtener un producto con sello único, porque para nosotros la clave está en la diferenciación.

Disfruten de cada una de las páginas de esta edición de colección, que fue construida con amor para el público dominicano, en la búsqueda de aportar valor agregado, teniendo como norte el éxito.

Me despido tomando una frase del Dr. Camilo Cruz, "el éxito es el resultado de las decisiones", los invito a decidir tener las riendas de su vida, a decidir caminar viendo al frente tras una meta, y por supuesto, a conectarse con el éxito, porque solo lograrán sentirse exitosos al estar bien con ustedes mismos, al hacer realidad todos esos sueños que rondan su mente, decidan transitar el camino del éxito, que con gusto nosotros estaremos allí para acompañarlos.

¡Gracias por este gran año!... Continuaremos en la ruta de la excelencia... ¡Acompáñanos!

Fiabel Cristina



Fotografía: Tintorelli Photo & Digital Cinema Photography

Quien busca la excelencia encuentra el éxito



LIVE
@
CHAVON

ABRIL 15
CASA DE CAMPO
BRUGAL

The Medina Co. ANFITEATRO ALBU DE CHAVON CASA DE CAMPO ghp

JENNIFER LOPEZ



CASA de CAMPO
RESORT & VILLAS

TARIFAS DESDE \$299 POR PERSONA / POR NOCHE, CON ESTADÍA Y ENTRADAS GENERALES INCLUIDAS.

809.523.8698 • res1@ccampo.com.do • www.casadecampo.com.do



Contenido

PANORAMA- Pág. 8

GREMIOS CON ÉXITO: Héctor Bretón
Contribuimos con el desarrollo del sector vivienda y de la República Dominicana.
Pág. 12

PORTADA: Dr. Camilo Cruz
"El éxito es la realización progresiva de tus sueños - Pág. 14

GENTE DE ÉXITO: Jake Kheel
"Proteger al medio ambiente generando rentabilidad económica sí es posible" - Pág. 18

ESCALA CON CALA
Constancia: La diferencia entre perder y ganar.
Ismael Cala - Pág. 20

ESTRATEGIA Y COMUNICACIÓN
Vocería: Una habilidad estratégica para representar y liderar a otros.
Thony Da Silva Romero - Pág. 22

6 Pasos de marketing digital, el gran aliado del empresario moderno.
David Angulo - Pág. 24

Innovación Project Valerie.
Pavel De Camps Vargas - Pág. 26

Palabra: Planificación + Compromiso.
Rosángela Rodríguez - Pág. 30

REPÚBLICA DOMINICANA: UNA PUERTA ABIERTA
Formalizar su negocio en la República Dominicana:
El impuesto sobre la Renta - Galina Tapia Bueno - Pág. 34

REPÚBLICA DOMINICANA LO TIENE TODO
San Fernando de Montecristi: La tierra de los Moros- Pág. 36

¿Cómo invierte nuestro cerebro?
Joselyn Quintero - Pág. 38

Importancia de la cultura tributaria en las empresas.
Nakary Pereira - Pág. 40

Reputación Corporativa en la era de la posverdad.
Roelisabell García - Pág. 44

El éxito de Glen Moray se siente en República Dominicana - Pág. 46

Emprendedores con éxito: contrata.com.do
La forma más rápida de contratar servicios en República Dominicana - Pág. 48

Auditoría energética como estrategia.
Raúl González Acuña - Pág. 52

EMPRESARIALES VIP.
HUB 2017: ¡Repleta de oportunidades para los buenos negocios! - Pág. 56
Empresarios debaten sobre institucionalidad y pacto fiscal - Pág. 58

UNA RECETA DE ÉXITO:
TRÓPICO: Chef Luigi Puella Díaz - Pág. 60

5 pasos para convertirte en emprendedora.
Laura Posada - Pág. 62

Directorio

Revista Factor de Éxito República Dominicana
Número 7, Año 2- Marzo / Abril 2017

Directora:

Isabel Cristina Rolo Figueroa

Comité Ejecutivo:

Héctor Rolo Pinto - Isabel Figueroa de Rolo
Andrés García - Isabel Cristina Rolo Figueroa
Arianna Rolo Figueroa

Director de Arte:

Héctor Rolo Pinto

Directora Editorial:

Isabel Figueroa de Rolo

Jefe de Diseño-Diagramación:

Delfín Itriago

Diseño Gráfico:

Mailán Sequera - Eduardo Salguera - Armando Medina

Jefe de Redacción:

María José De Sousa

Gerente de Relaciones Públicas

Carlos García

Gerente de Comercialización y Ventas:

Alberto Castro

Portada:

Camilo Cruz

Gente de Éxito:

Jake Kheel

Fotografía Editorial:

Tintorelli Photo & Digital Cinematography

Locación:

Calligaris

Colaboradores:

Luz Angela Poveda - Eventos Taller del Éxito

Michel D. Suárez - Director Prensa

y Contenidos Cala Enterprises

ACOPROVI - Héctor Bretón

Pizzolante Estrategia + Comunicación

Ecomensajería

Instituto Dominicano Culinario - Luigi Puella Díaz

New Link

Eduardo Hernández

Asociación Nacional de Jóvenes Empresarios

Articulisitas de la presente Edición:

Ismael Cala - Thony Da Silva Romero - David Angulo

Pavel de Camps Vargas - Rosángela Rodríguez

Galina Tapia Bueno - Joselyn Quintero

Nakary Pereira - Roelisabell García

Raúl González Acuña - Laura Posada

Distribución:

Holiday Inn - Crowne Plaza

Cámara de Comercio y Producción de Santo Domingo.

Asociación Nacional de Jóvenes Empresarios- ANJE.

Asociación de Venezolanos en República

Dominicana - ASOVERD.

Asociación Interamericana de Empresas - ASINE.

Asociación de Bancos Comerciales

de la República Dominicana, Inc. - ABA.

Salas de espera de banca y seguros.

Casa de Campo

Grupo Punta Cana: aeropuerto, hoteles

y Fundación Grupo Punta Cana

Salas VIP Before Boarding - Aeropuerto de las Américas

Editorial Océano y Distribución selecta a través de

Ecomensajería, aliado estratégico del desarrollo

sostenible en el impacto ambiental de reducciones de Co2.

Para contratación de espacios publicitarios:

María Concepción Romero

mc.romero@revitafactordeexito.com

Contacto República Dominicana

+1 829-340-5724

info@revitafactordeexito.com

Instagram: @RevistaFactordeExito

Twitter: @RevistaFDE

Facebook: Revista Factor de Éxito

www.revitafactordeexito.com

Revista Factor de Éxito Venezuela

Factor de Éxito C.A. +58-243-553-0533

factordeexito@gmail.com

Revista Factor de Éxito Panamá

Héctor Antonio Rolo Figueroa +507-6450-3293

Jacqueline León +507-6976-9133

Factor de Éxito Rolga Group SRL

RNC 1-3135817-9

Registro de publicación impresa: ISSN 2520-0100

Registro de publicación electrónica: ISSN 2520-0585

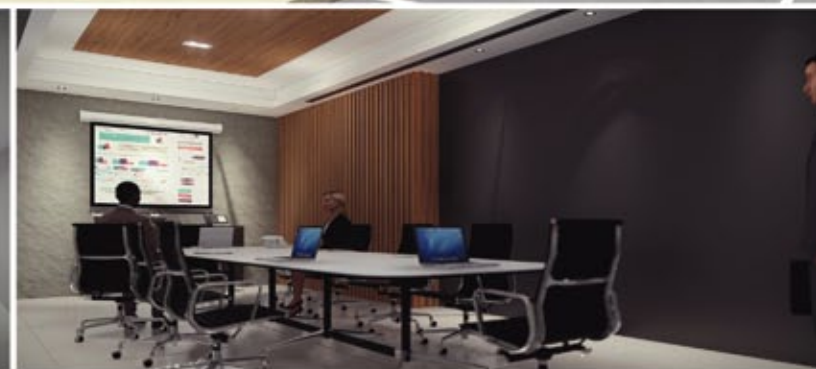
El contenido de los artículos no refleja
necesariamente el contenido del Directorio



CENTRO PROFESIONAL
PUNTA CANA

"NO ES MODA, ES ESTILO
NO ES APARIENCIA, ES CLASE."

...PORQUE YA LOS NEGOCIOS NO SE HACEN DE LA MISMA MANERA.



-SALA DE REUNIONES EN CADA NIVEL
-140 PUESTOS DE ESTACIONAMIENTO

-TERRAZA PARA EVENTOS
-AREA DE CAFETERIA

-SEGURIDAD 24/7
-VISTA PANORÁMICA

www.CENTROPROFESIONALPUNTACANA.COM

📍 BLVD. 1 ERO DE NOVIEMBRE ESQUINA CALLE CAYENA, PUNTA CANA VILLAGE
PROV. LA ALTAGRACIA, RD.

☎ +1809-2848133 / +1809-9592714

✉ VENTAS@CENTROPROFESIONALPUNTACANA.COM

📷 @CPPUNTACANA

📌 CENTROPROFESIONALPUNTACANA

POINS
ARQUITECTOS

DESARROLLADO POR

noriega
Group



PIZZOLANTE Estrategia + Comunicación abre oficina en México

Consolidando así su presencia regional e incrementando su capacidad de prestación de servicios en consultoría en estrategia y comunicación en dicho país.

“Hemos ido evolucionando de manera natural y focalizada como organización internacional, adquiriendo experiencia y formalizando unidades de negocio en diferentes países. Por décadas hemos recorrido Iberoamérica de la mano de nuestros clientes y aprendido a comprender diferentes mercados y múltiples sectores. El desarrollo de

metodologías propias, focalizadas en brindar soluciones innovadoras a problemas reales de las empresas y las ganas de nuestro equipo de siempre dar la milla extra, es la fórmula para agregar valor a nuestros clientes y capturar ese valor que se convierte en reputación y confianza.”, comentó Italo Pizzolante Negrón, Socio Fundador y Presidente del Consejo Directivo de PIZZOLANTE.

A la cabeza de esta operación estará Helena Rodríguez Navarro, profesional dedicada a la gerencia de comunicaciones desde hace más de 16 años, con experiencia en distintos países y sectores, quien buscará potenciar la oferta de servicios de la firma consultora en el mercado mexicano. “Con la formalización de nuestras operaciones en México, estamos apostando a un mercado donde la protección y el fortalecimiento de la reputación son entendidos como elementos prioritarios en los objetivos de negocio. Nuestro propósito como firma consultora es poder gestionar esta gran responsabilidad, entregando resultados tangibles que aporten a los logros del

negocio de nuestros clientes”, comentó Rodríguez.

PIZZOLANTE ofrece consultoría en 4 focos: Gestión de Riesgos, Gestión de Expectativas Sociales, Gestión de Marca y Gestión de Gente. Dentro de estos pilares están incluidos servicios como el Manejo de la Reputación, Comunicación Corporativa, Planificación Estratégica, Identificación de Riesgos, Sustentabilidad y Responsabilidad Social, Change Management, Engagement, Relaciones Públicas, Capacitación y Desarrollo de Talento, entre otras prácticas y áreas de especialidad.

El mantener una oferta de valor adecuada a los requerimientos cambiantes del entorno y a las variaciones de las tendencias de los consumidores a escala global, es lo que ha permitido a esta firma regional ampliar su ámbito de actuación y consolidar su presencia en el mercado latinoamericano. Esta nueva operación se une a las sedes existentes en Panamá, República Dominicana y Venezuela.



Grupo SID cumple 80 años de éxitos empresariales

En un evento realizado en el restaurant La Cassina, los principales ejecutivos del Grupo SID compartieron el lanzamiento de la nueva campaña publicitaria “80 años al servicio de la familia dominicana”. Desde 1937, Grupo SID ha mantenido su compromiso de mejorar el bienestar de los dominicanos a través de productos y servicios de primera calidad.

En sus palabras de bienvenida a la actividad, Ligia Bonetti, presidente ejecutiva

del Grupo SID, expresó lo siguiente: “Para toda la familia del Grupo SID es motivo de orgullo, pero a la vez de agradecimiento, celebrar este camino que hemos transitado. Solo hay que pensar que lo que inició en 1937, como una planta procesadora de semilla de maní y productora de una sola marca de aceite “El Manicero” hoy es todo un conglomerado de empresas que manufacturan, mercadean y distribuyen una amplia gama de productos y marcas propias e internacionales”.

Durante ocho décadas, el Grupo SID ha trabajado incansablemente para convertirse en un consorcio que no ha dejado de evolucionar para satisfacer las más variadas necesidades del consumidor. Las alianzas estratégicas con importantes empresas nacionales e internacionales han sido uno de los motores de su crecimiento, permitiendo ampliar y fortalecer una oferta que forma

parte importante de la vida diaria de los dominicanos, con el empuje de un equipo gerencial que fortalece, día a día, los activos más importantes del Grupo SID: sus marcas, sus recursos humanos y la calidad de sus productos y procesos.

Un futuro promisorio

Más allá de la tradicional producción de grasas y aceites comestibles de su etapa inicial, la evolución de la empresa no se detiene. Con 8 plantas de producción y 11 centros de distribución estratégicamente ubicados para servir a todo el país, la excelencia del Grupo SID le ha permitido consolidarse no solo con sus marcas locales, también con marcas de inigualable calidad de empresas de reconocido prestigio internacional: Kimberly Clark, Hershey's, Campofrío, Kraft Foods, Ajax-Clorox, Kellogg's, Dannon Company, Solae y General Mills, Henkel y Diageo.



En coordinación con la AIRD, ADOZONA, CEI-RD, PROINDUSTRIA y el Ministerio de Industria, Comercio y Mipymes analizan oportunidades de crecimiento con los encadenamientos productivos

Los encadenamientos productivos que se están produciendo en el país entre las empresas de zonas francas y la industria local se han convertido en una llama inspiradora para cientos de empresas nacionales que ven en estos intercambios comerciales grandes oportunidades de crecimiento, que incentivan la competitividad y, consecuentemente, las facilidades para hacer negocio.

Esta realidad quedó plasmada durante el debate denominado "La experiencia nacional e internacional en materia de Encadenamientos Productivos entre la industria local y las empresas de zonas francas", celebrado recientemente en el hotel Jaragua, de esta capital, patrocinado por instituciones públicas y privadas.

La actividad, que tuvo el respaldo del Banco Mundial y de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), fue auspiciada por el Ministerio de Industria Comercio y Mipymes, Consejo Nacional de Zonas Francas de Exportación, Asociación Dominicana de Zonas Francas, Asociación de Industrias de la República Dominicana, el Centro de Inversión y Exportaciones de República Dominicana, y el Centro de Desarrollo y Competitividad Industrial (Proindustria).

Durante el debate, moderado por la directora ejecutiva de la AIRD, Circe Almánzar; y el vicepresidente de ADOZONA, José Manuel

Torres, altos ejecutivos de empresas nacionales y de parques de zonas francas que operan en el país plantearon la necesidad de una estrategia Gobierno- país, en la que el primero se comprometa a establecer el marco legal, los acuerdos comerciales y tratados de libre comercio que facilite los encadenamientos, y las empresas asuman la responsabilidad de mejorar todos sus procesos productivos, sus costos y niveles de calidad.

Durante el debate se expusieron algunos casos de éxito fruto de los encadenamientos productivos, así como las principales limitaciones que afronta la industria local para cumplir con los niveles de exigencia que requieren las zonas francas, informó una nota la Dirección de Comunicaciones del Ministerio de Industria, Comercio y Mipymes (MICM).

El panel estuvo integrado por Edwin Ortega, gerente de Logística y Planificación de Creative Lighting Solutions; Francisco Garrido, jefe de Compras de Laboratorios Rowe; Gerardo Coto, gerente general de Baxter; Rodolfo de Los Santos, gerente de Aseguramiento de Producto, Logística y Adquisición de Hanes; y Mirtha Sierra, gerente de Planta de Cuttler Hammer Industries, en representación de las zonas francas; y de parte de la industria local Hugo Escorce; gerente de Planta de Productos Familia; y Eduardo Escalona, presidente de Editora Padilla.

NESTLÉ lanza nuevo
Caldo de Gallina
MAGGI® Mi SABOR



"Soy más de lo que ves" es la plataforma de comunicación con la que Nestlé Dominicana, S.A. lanza su nuevo **Caldo de gallina MAGGI® Mi Sabor**, de la mano de un entusiasta movimiento ciudadano, y contando emotivas historias reales, que procuran crear conciencia y una visión positiva de las personas que luchan cada día por salir adelante y superarse en la vida, en vez de ser discriminadas, enarbolando prejuicios sociales infundados. La campaña es parte del mensaje que lleva la envoltura del nuevo **Caldo de gallina MAGGI® Mi Sabor**.

La nueva sopita MAGGI® Mi Sabor, al igual que las historias de la campaña, contiene en su interior más de lo que se puede percibir externamente. El valor agregado que diferencia este nuevo caldo de gallina radica en sus ingredientes, pues contiene cebolla, ajo y verduritas naturales deshidratadas en trocitos, con cero por ciento de grasa por porción. "Esta nueva facilidad culinaria es mucho más que una simple sopita, porque lleva dentro los ingredientes naturales que las dominicanas utilizan en la preparación diaria de sus comidas. Estos tres ingredientes, propios de la cocina tradicional, sumado al delicioso y auténtico sabor a gallina, facilita la labor de la consumidora en la cocina y le provee la mejor solución de sabor para el deleite y felicidad de su familia", expresó Marisol Martínez, gerente de Mercadeo de culinarios de Nestlé Dominicana.

"Las historias de la campaña fueron escogidas como resultado de la interacción de MAGGI® con los consumidores, de quienes surgió la idea de hacerlas públicas, como muestra fehaciente de otras numerosas historias de gente oficiosa y meritoria que se esfuerzan con esmero y pasión, para sacar adelante una familia", resaltó Martínez.



GILDAN entrega importante donativo al Hogar Salvando Niños con SIDA

Como parte de su compromiso y sus labores de responsabilidad social corporativa, GILDAN República Dominicana hizo entrega del donativo de RD\$2,157,960.04, monto recaudado en la tercera edición de la carrera/caminata Gildan Glow Run a beneficio de la Fundación REMAR, Hogar SANISI, (Salvando Niños con Sida).

Por tres años consecutivos, GILDAN ha llevado a cabo esta iniciativa que busca ayudar a causas sociales enfocadas en niños en condiciones de vulnerabilidad y con necesidades de salud, educación y atención.

Durante el acto de entrega de los fondos, Eduardo Núñez, Director de la Fundación REMAR, resaltó que con esta generosidad el hogar podrá atender y priorizar las necesidades del centro de acogida de niños que se encuentran con situaciones especiales, algunas discapacidades físicas, violencia familiar, entre otras condiciones.

Freddy Barrantes, Gerente País de GILDAN, reafirmó la voluntad organizacional de brindar apoyo a la niñez dominicana, brindando oportunidades y medios para tener una mejor calidad de vida, bajo un ambiente de esperanza y amor.

Igualmente reiteró el agradecimiento a sus empleados, caminantes, corredores y patrocinadores por la generosidad mostrada una vez más en "aquella noche llena de emociones".

La carrera/caminata fue organizada por PromoOpciones, la distancia recorrida fue de 5K Fun Run (caminata) y contó con puntos de hidratación cada 2.5 km. Asimismo tuvo el apoyo de Serviport, Callmed, CAEI, Multiquímica, Watertek, DP World Caucedo, Humano, Syncro Logistics, Olexia Inversiones, Wurth, HFS Services, Dominican Energy Crops, Jimenez Cruz Peña, SAS Industrial, Aderca, AFP Popular, Madeinsa, Atlantic Caribbean Packing, Incifire, Sidasa, AFZ, PEGASUS, Sistema Eléctrico Generales, Progressa, Manzanillo Fabián, SRL, Hispaniola Plant Vivero, CAEIMCA, Listín Diario, Finotex, GP Net.



Viajes Alkasa lanza su campaña Destinos Alkasa

En el salón Tempranillo de la tienda de vinos Cava Alta se congregó a un grupo de invitados, quienes conocieron de primera mano los atractivos planes de viajes que ofrece la primera edición de esta campaña, de la cual se desprenden los diez mejores destinos para vacacionar este año.

Poder apreciar el majestuoso conjunto arquitectónico de la ciudad de Praga, disfrutar de los reputados restaurantes y cafés de moda de Bogotá, o dejarse envolver por el encanto de las ciudades de Cuba, son solo algunas de las opciones que ofrece Viajes Alkasa a quienes desean regalarse una escapada inolvidable este año 2017. Y es que



como parte de su nueva plataforma Destinos Alkasa, este Travel Management Company pone a disposición del público una serie de opciones locales e internacionales para disfrutar de unas vacaciones inolvidables con acceso a diversos planes y ofertas especiales.

Tras más de veinte años en el mercado dominicano, Viajes Alkasa ha acumulado un valioso conocimiento acerca de los principales atractivos que hacen de cada

destino, un lugar peculiar para explorar y acrecentar el espectro cultural de los viajeros. Por esto, a través de Destinos Alkasa, se propone cada año divulgar los diez mejores destinos para vacacionar.

Y los diez mejores destinos de este año son Europa Latina (España, París e Italia), las Ciudades Imperiales (Viena, Praga y Budapest), Disney + Universal Studio, Alkasa en Cruceros, Chicago, Canadá, el Oeste de Estados Unidos, Colombia, Cuba y el Este de la República Dominicana.

Además de dar a conocer esta nueva campaña, durante la actividad, se anunció la novena edición del Bazar de Vacaciones, y a través del cual se ofrecen magníficas oportunidades de viajes en las sucursales de Viajes Alkasa en Plaza Haché, BlueMall y La Cooperativa La Telefónica, donde los clientes reciben la asesoría especializada de un representante de este Travel Management Company.



Segunda edición del Congreso Marketing Digital Inmobiliario se efectuará en mayo

La firma de consultorías Quifer Consultores, informó que la segunda edición del Congreso Marketing Digital Inmobiliario – MADI 2017, evento pionero e innovador, orientado al sector inmobiliario de la República Dominicana, se realizará el sábado 10 de Junio en Santo Domingo. El congreso está dirigido a los profesionales, asesores y agencias inmobiliarias del país, que deseen

mejorar la experiencia de compra de sus clientes, potenciar su negocio, distinguirse de sus competidores e innovar con las últimas herramientas y tecnologías que ofrece el Marketing Digital. El Congreso MADI 2017 contará con la participación de reconocidos ponentes nacionales e internacionales, expertos en las áreas del Inbound Marketing, Transformación digital, Social Media,



Optimización y Posicionamiento Web. Entre los ponentes nacionales confirmados estará Milca Peguero y Alex Madera, mientras que los expositores internacionales invitados serán Yi Min Shum, Juan Merodio y Billie Sastre. Asimismo, como parte del programa del MADI 2017, se impartirán talleres prácticos en Santo Domingo, Santiago y Punta Cana, sobre Atención al cliente, Marketing de Contenidos y Posicionamiento Web. Para más detalles del Congreso MADI 2017 pueden comunicarse a Quifer Consultores, telf. 829-694-8080, hola@madi.digital - www.madi.digital y en las redes sociales como @CongresoMADI.



Acercando el valor de lo intangible



La firma de consultoría de negocio ANKROM Group, a través de su área de Consulting, puso en marcha la segunda edición de su programa “Jóvenes Comunicadores”, dedicada a ofrecer una oportunidad de desarrollo profesional a largo plazo a los mejores expedientes

de comunicación social de la República Dominicana.

Tras el éxito de la primera edición en 2016, que parte de sus protagonistas hoy integran el equipo, llega esta segunda, centrándose en acercar los conceptos intangibles a los talentos futuros del Caribe bajo el título: “Acercando el valor de lo Intangible”, en relación a la buena gestión de la reputación en las organizaciones. Concedora del valor que tiene la gestión de los intangibles a medio y

largo plazo, Ankrom Group continúa su crecimiento a través de la combinación de la incorporación de talento senior con jóvenes profesionales llamados a liderar la conversación de nuestro futuro.

Para el lanzamiento de esta segunda edición, la compañía realizó una serie de conferencias bajo el título “Acercando el valor de lo intangible” en las principales universidades del país: Universidad Iberoamericana (UNIBE), Universidad Autónoma de Santo Domingo, Universidad Católica de Santo Domingo (UCSD), la Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra (PUCMM) en sus dos campus. La charla estuvo a cargo de los dos seniors Partners de la firma: Eduardo Hernandez Ripoll, que también dirige la división de Comunicación & Reputación y Franklin Polanco, Director de la División Digital. Ambos profesionales están especializados en estrategias de posicionamiento, lobbying, gestión de crisis, consultoría de sostenibilidad, consultoría política, inteligencia digital e inteligencia empresarial.



Héctor Bretón Presidente de ACOPROVI **Contribuimos con el desarrollo del sector vivienda y de la República Dominicana**

Por: María José De Sousa

Gremios con éxito nace con el firme propósito de brindarle un espacio a las diferentes asociaciones, cámaras y fundaciones de la República Dominicana para que expresen lo positivo que es hacer vida gremial, y den a conocer los aportes que brindan día a día para el desarrollo del país, en esta oportunidad le corresponde a los representantes de la Asociación de Constructores y Promotores de la Vivienda, ACOPROVI, hablarnos de los logros de su gestión.

Héctor Bretón, presidente saliente de ACOPROVI, dio a conocer que la asociación actualmente es el ente que vela por preservar el clima de negocios del sector construcción, promoviendo con dinamismo las mejores prácticas, motorizando acciones de desarrollo, e integrando de forma participativa a todos los actores que forman parte de esta actividad económica tan relevante para la República Dominicana.

Bretón ha estado a la cabeza de la asociación durante los últimos 24 meses, tiempo en el que gracias al trabajo sostenido de su equipo, colaboradores y patrocinadores ha logrado considerables avances en los temas de integración del gremio, políticas públicas, abaratamiento del costo de la vivienda y las relaciones tanto con instituciones gubernamentales como asociaciones internacionales.

Dentro de este marco, señaló que las claves del éxito de su gestión, han sido sin lugar a dudas los mismos factores que inciden en los aspectos de su vida: el trabajo, la perseverancia, la integridad y el amor por su profesión.

“ACOPROVI ha sido el medio que me ha dado la posibilidad de aportar al desarrollo del sector vivienda y del país, desde 2005 que me integré como miembro, y como parte de la directiva

“Hemos incentivado la capacitación de los trabajadores, a mayor capacitación mejor salario, y a mejor salario, tendremos más motivos para que más dominicanos trabajen en nuestro sector. Permanentemente propusimos políticas de viviendas que seguro a corto y largo plazo serán implementadas en nuestro país, y que contribuirán a que cada vez más dominicanos cuenten con su techo propio.”

desde 2007, he tenido la oportunidad de trabajar en la revisión y creación de leyes, reglamentos, políticas, mejoras de procesos, creación de estadísticas, estudios de mercado, formación técnica y profesional de los empleados del sector, mejoras al salario de los trabajadores de la construcción, inclusión de los extranjeros en la SS, etc... entre otros tantos temas de gran impacto, que me llenan de satisfacción personal y que sin falsa modestia me han hecho un mejor profesional."

La formación ha jugado un papel muy importante en la gestión de Bretón, porque está convencido de que la educación es la base para el desarrollo de las personas y las naciones. "La formación nos da habilidades y capacidades para desarrollar el trabajo con calidad y ser más competitivos. Tiene un efecto sumativo que nos hace crecer a todos desde el individuo, su grupo de trabajo, su empresa, su sector y el país. Creemos en: #CapacitarEsConstruir."

En relación a las políticas públicas, gestionaron ante la DGII la actualización del tope de vivienda de bajo costo para obtener los beneficios de la ley 189-11, logrando esclarecer la base de cálculo para esta y futuras actualizaciones.

"Realizamos exitosamente la V Mesa nacional de la Vivienda, titulada Vivienda e Institucionalidad, Vivienda para todos, con la participación del presidente de la República Dominicana, Danilo Medina, y el candidato presidencial Luis Anbinader, importantes miembros del sector empresarial y todos los actores del sector vivienda. También trabajamos intensamente en el anteproyecto de la ley de Vivienda y Asentamientos Humanos Dignos junto al Ministerio de la Presidencia, el cual integra propuesta

de ACOPROVI como del Fondo Nacional para la Vivienda, modificación de la legislación de alquileres y creación de un ente propulsor de la vivienda, el cual esperamos sea depositado en el Congreso este año."



Bretón recalcó, que el sector privado, representado por ACOPROVI y las Instituciones Públicas deben ir de la mano para lograr los objetivos del país, por ello, fue notable la interacción y relación con dichos entes, por medio de la firma de acuerdos, acercamientos y colaboraciones. "Debemos estar en comunicación, colaboración y mantener buenas relaciones, y cada parte desde su propio rol apoyar el desarrollo del sector."

En cuanto a la realidad en materia habitacional de la República Dominicana, el vocero manifestó que según el estudio de Oferta y Demanda de Vivienda que realizó ACOPROVI en el 2013, el déficit habitacional del país era de 910,000 viviendas, este déficit aumenta alrededor de 10 mil por año, por lo que ahora la cifra estaría cerca de 950,000.

"A raíz de la implementación de la Ley 189-11 (Ley de desarrollo del mercado hipotecario y el Fideicomiso) se está produciendo cada vez más viviendas de bajo costo, sin embargo, todavía el sector privado no llega a suplir las viviendas que la gran masa de dominicanos necesita, son las llamadas "viviendas de interés social", necesidad en la que el Estado tiene que jugar un rol protagónico. La

creación de un Fondo Nacional para la Vivienda, la utilización de los fondos de pensiones propios por cada trabajador, la implementación del Leasing Habitacional, el alquiler social, etc., son parte de los mecanismos que se requieren para crear una verdadera política de vivienda."

En otro orden de ideas, destacó que la información estadística brinda al sector construcción un marco de referencia para tomar decisiones, identificar oportunidades y desarrollar proyectos. Además permite evaluar la evolución, medir el impacto de las iniciativas implementadas, y así poder proyectar o dirigir con mayor certeza el futuro del sector. "Nos sentimos satisfechos de haber contribuido desde ACOPROVI, con importantes indicadores estadísticos del sector para el país. El índice de costo directo de la construcción de vivienda y los indicadores de la oferta de edificaciones comercializables en Santo Domingo son dos productos que nos llenan de orgullo."

El camino no ha sido sencillo, la asociación ha enfrentado diversos temas un tanto complicados, como el cobro injustificado del mal llamado fondo de pensiones de los trabajadores de la construcción, las demandas laborales injustificadas, medidas administrativas de algún ministerio que entorpece la construcción de viviendas, la falta de capacitación de la mano de obra, entre muchos otros, sin embargo, siempre ha estado en pie de lucha para resolver.

Al dar este completo panorama de la realidad que deja la directiva saliente, Bretón demostró que ACOPROVI es un gremio con éxito, y queda en manos de sus nuevos representantes seguir trabajando en pro de lograr que la República Dominicana tenga una política de vivienda establecida, contribuyendo así con la calidad de vida de los dominicanos. ■

A portrait of Dr. Camilo Cruz, a middle-aged man with short dark hair, wearing glasses, a dark suit, a white shirt, and a blue patterned tie. He is smiling slightly and looking towards the camera. The background is a blurred office setting with blue and brown tones.

Portada

Camilo CRUZ

“El éxito es la
REALIZACIÓN
PROGRESIVA
de tus SUEÑOS”

Por: María José De Sousa

“Muchas personas creen que el éxito es el resultado de la suerte o la coincidencia, o la partida que les haya jugado la vida, o si nacieron en medio de una familia rica o pobre. **Pero lo cierto es que el éxito es el resultado de nuestras decisiones.** Cuando digo que todos nosotros somos arquitectos de nuestro propio destino, es importante entender que es con nuestras decisiones con las que construimos ese destino.”

Nuestra edición aniversario se viste de gala al contar en la portada con el Dr. Camilo Cruz, una viva historia de éxito, autor galardonado y best seller internacional de más de 30 obras leídas en más de 105 países y traducidas en 15 idiomas, empresario, científico y conferencista, que ha tenido el maravilloso compromiso de hablar frente a más de 20 mil personas en un escenario.

Camilo, colombiano de nacimiento e internacional de corazón y profesión, con su estilo dinámico y humorístico ha viajado a 30 países compartiendo su filosofía, logrando la aceptación del público y convirtiéndose en un verdadero líder, exponente de desarrollo personal, excelencia empresarial y liderazgo.

La historia de éxito de Cruz comenzó con un gran sueño, quería ser científico, y su meta era aún mayor, a los 15 años soñaba con convertirse en el primer premio Nobel de química en Latinoamérica, así que esa idea en su cabeza lo llevó a salir de Colombia a los 19 años, para emprender una aventura en Estados Unidos sin dinero, ni documentos en regla, y tampoco hablaba inglés.

“Llegué tras el sueño americano, como llegamos la gran mayoría de inmigrantes a Estados Unidos, con muchos sueños, con ganas de salir adelante y buscando sólo la oportunidad de trabajar por esos sueños. Trabajé en restaurantes, hoteles, fábricas, de lavaplatos, jornalero; lo que fuera mientras aprendía inglés, y buscaba cómo estudiar. Con el tiempo pude ir a la universidad, estudié química, obtuve una maestría y un doctorado, y comencé a enseñar en un par de universidades. Después, ya vinieron mis libros, conferencias y el desarrollo de varias empresas. Yo estoy convencido de que si yo pude hacerlo cualquier persona puede hacerlo.”



“Me gusta esta definición por varias razones. Primero, porque le dice a cada persona que lo importante no es lo que

{El éxito es la realización progresiva de tus sueños}

Camilo Cruz diga que es el éxito, ni lo que sus padres digan, ni lo que los medios digan, sino lo que cada uno de ellos diga. Segundo, que el éxito es progresivo, que no sucede de la noche a la mañana, sino que toma tiempo. Y tercero, que somos cada uno de nosotros los que debemos decidir cuáles son los sueños que deseamos alcanzar. Nadie más.”

Para el autor, el secreto del éxito es bien simple, sólo hay que aceptar el 100% de la responsabilidad por ese éxito, porque cada uno es el arquitecto de su propio destino, sin esperar que alguien más haga las cosas por ellos, entender eso es el paso más importante, porque esa decisión ayuda a eliminar las excusas, a dejar de buscar culpables y a entender que la vida será lo que se decida que va a ser.

¿Ser exitoso o ser feliz?

“Con frecuencia creemos que debemos elegir entre el éxito y la felicidad, entre ser exitosos o ser felices. Esto ocurre porque asociamos el éxito con el logro de metas profesionales o financieras mientras que asociamos la felicidad con el logro de nuestras metas familiares, espirituales o nuestras relaciones personales. Pero lo cierto es que estamos hablando de lo mismo. La felicidad es el resultado del éxito verdadero, y el éxito es en parte el resultado de una actitud positiva, optimista y feliz. Así que, como ves, no es necesario elegir si queremos ser exitosos o felices. Cuando desarrollamos un plan de éxito balanceado, que responda a todas las facetas de nuestra vida y trabajamos diligentemente en ese plan, es imposible despertarnos cada día y no experimentar una gran felicidad y plenitud en nuestra vida.”

“La experiencia le ha permitido a Camilo considerar que el éxito es una aventura, una decisión personal, así que cada quien debería tener su definición de éxito, y la de él es muy sencilla: “El éxito es la realización progresiva de tus sueños”

¿Cómo llegar de un sueño a una meta y de una meta un plan de acción?

“En mi libro **El factor X** digo que una meta no es más que un sueño al cual le has puesto una fecha específica para su logro. Después de eso, el siguiente paso es determinar cómo pretendes lograr este sueño en el periodo de tiempo que le has asignado. ¿Qué necesitas aprender? ¿Quién te puede ayudar? ¿Por qué deseas lograr dicha meta? ¿Cuál es el primer paso que debes dar? Las respuestas a todas estas interrogantes son las que te permiten elaborar el plan de acción. Es así de sencillo. Pero si no das estos pasos tu sueño en lugar de hacerse realidad se queda en una de esas fantasías de las que hablas por el resto de tu vida.”

Y es que para Camilo, la única manera de lograr un sueño es comenzar a trabajar por él, de allí que en varios de sus libros comparta una frase que se le atribuye a Albert Einstein: Para que cualquier cosa suceda primero hay que hacer algo. Parece sencillo, sin embargo, para muchas personas el esperar que algo suceda en su vida no está asociado con sus acciones, sino con factores externos. “Queremos los resultados pero no estamos dispuestos a pagar el precio.”

¿Los triunfadores nacen o se hacen?

“Hace algunos años escribí un libro que se titula **Los genios no nacen se hacen**. Ahí escribo que todos nacemos con los talentos y las habilidades necesarias para hacer nuestros sueños realidad. Estoy convencido que la semilla de grandeza ya se encuentra dentro de cada uno de nosotros. Sin embargo, la decisión de triunfar, de utilizar estos talentos y habilidades para construir una vida exitosa, es una decisión que tomamos en algún momento de nuestra vida. Esto me lleva a pensar que los triunfadores no nacen sino que se hacen. Se hacen en el momento en que deciden tomar esa decisión y comienzan a trabajar para respaldar dicha decisión con acciones concretas”.



**Toma un pedazo de papel
y un lápiz y decide qué es
lo que quieres hacer
con tu vida, y hazlo.
Eso es todo.**

Muchas personas saben que lo que están haciendo no es lo que quieren, sin embargo, les cuesta definir qué es lo que tanto anhelan, y Camilo considera que el gran problema de esas personas que no les gusta lo que están haciendo es que ellas asumen que si siguen haciéndolo en algún momento les va gustar, basados en que pueden seguir haciendo lo mismo día tras día y obtener resultados diferentes.

“Si queremos que algo cambie en nuestra vida nosotros tenemos que cambiarlo. En mi libro la vaca comparto la historia de un perro que siempre se vive quejando porque en el lugar que se sienta hay un clavo que sale del piso y lo pincha en la pierna. Uno se puede preguntar: bueno, y por qué no se sienta en otro lado. El problema es que el clavo lo molesta lo suficiente como para hacerlo quejarse pero no lo suficiente como para hacerlo moverse. Y eso nos sucede a muchos de nosotros. No hay fórmulas mágicas, ni secretos acerca de cómo descubrir qué es lo que quiero hacer con mi vida. Si no te gusta lo que estás haciendo cámbialo.”

Camilo Cruz en sus conferencias se refiere al término metas realizables, es una expresión que utiliza en contraposición de tener “metas realistas”, porque él no cree en metas realistas, debido a que considera que cuando una persona piensa en metas realistas, casi siempre se refiere a metas pequeñas con un logro seguro, y no comulga con eso.

Yo creo que tenemos que tener grandes sueños. Cuando yo hablo de tener metas realizables me refiero a tener metas a las que les has puesto una fecha que toma en consideración qué tan lejos te encuentras de dicha meta y que necesitas aprender para llegar allá, sin importar que tan grandes puedan ser estas metas.

De científico a conferencista internacional... ¿fue fácil?

“Todos los días la vida pone frente a nosotros decisiones. Y no siempre la decisión es entre algo bueno y algo malo. A

veces la decisión es escoger entre dos cosas buenas. Yo estudié ciencia porque amo la ciencia. Ahora soy conferencista y escritor porque descubrí una nueva misión de vida: impactar positivamente la vida de otros seres humanos. En tal sentido, la decisión fue fácil. Lo interesante es que la manera en que yo veo el proceso del éxito es muy científica aún. No tiene nada de esotérico o sobrenatural. El éxito requiere que tengas una meta clara, que desarrolles un plan de acción, que traduzcas ese plan en acciones concretas que puedas realizar de manera inmediata, y que realices dichas acciones hasta que logres la meta que te propusiste. Para mí esta es una manera muy lógica y científica de lograr el éxito.”

¿Se considera un ciudadano del mundo? “Siempre he querido que mis ideas trasciendan. Siento que lo que quiero compartir no es exclusivamente para los latinos como yo o para los inmigrantes sino para todo el mundo. De manera que siempre he hecho lo que sea necesario para llegar hasta donde la gente esté y poder compartir mi filosofía de éxito con ellos. Y eso quiere decir viajar. Yo he tenido la fortuna de viajar a más de 30 países compartiendo esta filosofía y espero seguir haciéndolo por el resto de mi vida.”

Cuando escuchas que tus libros se han leído en más de 105 países y han sido traducidos a más de 15 idiomas te da mucha felicidad saber que hay personas en todos los rincones del planeta que consideran que lo que estás haciendo tiene sentido y es importante. Y eso reafirma tu compromiso para con esa misión personal de vida de influir positivamente en la vida de otros seres humanos.

¿Cómo surge la historia de la vaca?

“Yo siempre me he considerado un estudiante asiduo del éxito. Soy un observador del comportamiento humano, siempre buscando qué es lo que hace que ciertas personas triunfen y otras no. En esa tarea, me encuentro con historias, anécdotas, experiencias, lecciones que me

ayudan a entender mejor el éxito. La vaca fue una de ellas. Lo que me propuse enseñar con esta historia es que el verdadero enemigo del éxito no es el fracaso como muchas veces pensamos, sino el conformismo y la mediocridad. Y ese conformismo es el resultado de las excusas, los pretextos, las justificaciones y demás mentiras que nos decimos para racionalizar nuestra mediocridad. A todo esto yo lo llamo vacas. Y la idea es que para triunfar tenemos que matar nuestras vacas, de otra manera esas vacas matarán nuestros sueños."

Todos tenemos que estar alertas, porque no importa que tantas metas logres y qué tan enfocado estés en tus sueños, las vacas siempre están a la vuelta de la esquina, acechando, tratando de robarte tus sueños. Así que siempre estoy pendiente de no caer en excusas ni en pretextos. Esta es una labor que nunca termina.

¿Cuál es la vaca que más lo ha impresionado o que más recuerda?

"Después de 10 años, he escuchado miles de excusas y pretextos y justificaciones de por qué algunas personas no pueden triunfar o salir adelante. Todas me impresionan porque todas logran lo mismo: robarnos nuestros sueños y situarnos en el papel de víctimas. En cierta ocasión, después de hablar largo y tendido sobre este tema con un colega, escritor, que me preguntaba cómo había logrado que mis libros se convirtieran en éxitos literarios, y yo le explicara lo que yo había hecho, recuerdo que él me miró con ojos tristes y me dijo: **sabes que, Camilo. Yo creo que la mayor diferencia entre tú y yo es que yo ya me acostumbré a ser pobre.** Me impresionó mucho escuchar esto. No sé si sea la peor que he escuchado pero eso no importa. Porque tú puedes leer esto y decir, **por lo menos mi excusa no es tan terrible como esa.** Pero, ¿sabes qué? Si es una excusa es una vaca. Y si es una vaca terminará matando tus sueños de igual manera."

Las dos caras de la comunicación

"Con Ismael nos conocimos hace ya varios años durante la feria del libro en Panamá donde presentábamos nuestros libros. Así que compartimos en varias mesas redondas y conferencias. A raíz de eso nos hicimos amigos, él me invitó varias veces a sus programas y en algún momento tomamos la decisión de escribir un libro sobre comunicación que fuera para todas las personas, no sólo para los comunicadores ni la gente de los medios ni las personas que tienen que hablar en público, sino para todos. Que les enseñara a los padres cómo comunicarse mejor con sus hijos, que les mostrara a los gerentes cómo comunicar mejor sus ideas en la empresa, que les ayudara a las personas a sobreponerse a ese miedo de hablar en público. El libro de Cala y Cruz, *Las dos caras de la comunicación*, ha sido un lindo proyecto, y que bueno ver que la gente lo ha aceptado también en todos los países."

Todos estamos comunicando constantemente. No sólo eso, sino que nuestro éxito a nivel personal, familiar, profesional y empresarial depende de nuestra habilidad para ser buenos comunicadores. La buena noticia es que todos tenemos la capacidad de aprender cómo comunicarnos mejor y eso fue lo que quisimos hacer con el libro.

¿Qué representa Un regalo inesperado en su carrera?

"Yo creo que uno de los factores que más nos motiva a los seres humanos es descubrir que hay en nuestro interior. Me refiero a la idea de descubrir que otros talentos y habilidades se encuentran dentro de cada uno de nosotros. Porque cuando uno aprende a hacer bien algo, uno asume que eso es lo único que puede hacer, lo cual no es cierto. Yo quería saber si podía escribir una novela, y la única manera de

descubrirlo era escribiéndola. Un regalo inesperado fue el resultado de ese reto que yo me puse a mí mismo. Y para uno, como escritor, es muy satisfactorio ver que sus lectores reciben con gran cariño un trabajo que a lo mejor es algo diferente de lo que siempre has hecho."

En este momento estoy trabajando en un libro nuevo que se titula, *El contador de historias*. Y eso es lo que yo soy, un contador de historias. Algunas de esas historias las voy a contar a manera de libros de desarrollo personal, otras a manera de novelas y otras como libros de cuentos. Son simplemente diferentes maneras de contar una historia.

Finalmente, Camilo Cruz dedicó unas palabras al equipo de la Revista Factor de Éxito en su primer aniversario:

"Debo confesar que para mí ha sido un verdadero honor que la revista me haya invitado a ser parte de una edición tan importante como la de su primer aniversario. A lo largo de este año he tenido la oportunidad de leer varios de los números de la revista, y mi pregunta siempre es: cómo es posible que no haya 10 revistas como Factor de Éxito en cada país de Latinoamérica, resaltando historias de éxito, compartiendo las historias de vida de aquellos emprendedores que han decidido salir tras sus sueños, divulgando ideas que nos pueden ayudar a todos nosotros a ser mejores seres humanos. No sé cuál es la razón. Supongo que algunos empresarios de esta industria piensan que hay otras cosas que venden más que el éxito, así que me alegra que un grupo de emprendedores haya decidido que el éxito es un tema suficientemente importante como para dedicarle el tiempo, esfuerzo, energía y excelencia que se necesita para sacar una revista de esta talla. Felicidades a Factor de Éxito y espero en un futuro poder seguir contribuyendo a tan noble propósito." ■

Gente de Éxito
Jake Kheel

PROTEGER AL MEDIO AMBIENTE GENERANDO RENTABILIDAD ECONÓMICA SÍ ES POSIBLE

Por: María José De Sousa

“Los proyectos y programas exitosos de protección ambiental de la Fundación Grupo Puntacana demuestran la posibilidad de tener rentabilidad económica y producir empleo y prosperidad, a la vez que se protege el medio ambiente. Lo que hace que estos esfuerzos valgan la pena es ver resultados positivos que son medibles y cuantificables, convertirse en una cultura empresarial de sustentabilidad.”



Jake Kheel, protagonista de esta edición de Gente de Éxito, es vicepresidente de la Fundación Grupo Puntacana y Co-Director/Productor del documental “Muerte Por Mil Cortes”, un estadounidense que se enamoró de la República Dominicana y decidió quedarse en este país para trabajar en pro de la protección del medio ambiente, labor que ha sido reconocida a nivel nacional e internacional, gracias a su liderazgo e innovación en el área ambiental.

“Yo nací en Florida en una época en que todavía había muchas áreas naturales y sin desarrollo. Mi hermano y yo pasábamos mucho tiempo en la naturaleza, explorando la vida silvestre tropical de esa zona y me enamoré del proceso de conocer, descubrir y compartir con la naturaleza. Más tarde, como estudiante, comencé aprender sobre las grandes amenazas que enfrenta la naturaleza: la pérdida de hábitat y deforestación, la extinción de especies, la contaminación de suelo, agua y aire, entre otros. Decidí entonces dedicar mi carrera y mi vida a enfrentar esos retos ambientales y a buscar soluciones”.

Jake define a la República Dominicana como un país excepcional con una gran diversidad cultural y ecológica que aporta una excelente oportunidad para impactar positivamente la protección ambiental, por ello, se ha convertido en su hogar y su campo de práctica profesional, con el firme propósito de encontrar soluciones a los retos ambientales que se enfrentan a nivel mundial.

El Grupo Puntacana, organización para la que trabaja hace ya varios años, es una empresa comprometida en respaldar el desarrollo sostenible y el progreso del país, promoviendo los sueños de talentos que propician el liderazgo, la ética y la lealtad dentro de sus áreas laborales, porque los directivos del grupo están convencidos que lo más valioso que tienen es su recurso humano, y que su crecimiento es proporcional al crecimiento de su gente.

¿SE CONSIDERA UN EMPRENDEDOR?

“Sería casi imposible trabajar en Grupo Puntacana y con la familia Rainieri sin convertirse en un emprendedor. La visión y filosofía en

esta empresa es promover emprendedores en cada unidad de negocio, incluyendo el área de protección ambiental. Se considera cada área como un eje fundamental al éxito del negocio completo.”

“LA EXCELENCIA ES TRABAJAR DURO, TENER PERSEVERANCIA, PACIENCIA Y TRATAR DE DEJAR UN LEGADO DE IMPACTO POSITIVO.”

¿SE PUEDE ALCANZAR LA EXCELENCIA ECOLÓGICA? ¿CUÁLES SERÍAN LOS PASOS?

“La excelencia ecológica es llegar a tener un balance entre el desarrollo económico, la protección ambiental y otros intereses humanos. Es reconocer que la riqueza y prosperidad humana derivan, en gran parte, directamente de la naturaleza y los bienes que provee la misma. Ese balance se llama desarrollo sostenible.”

“El paso más importante para lograr el desarrollo sostenible es reconocer los grandes servicios y beneficios que aporta la naturaleza a la humanidad y los negocios, y buscar no solo minimizar el impacto ambiental, sino idear

estrategias para eliminarlo.”

¿ES POSIBLE IMPLEMENTAR PRÁCTICAS AMBIENTALES SUSTENTABLES Y DE VANGUARDIA?

“Por supuesto, que es posible, en el caso de las empresas es importante tratar de iniciar con buenas prácticas ambientales en el diseño de nuevos proyectos, tomando en cuenta el posible impacto de dicha actividad ANTES de iniciarlo. Luego, es clave crear estrategias para que la operación y mantenimiento de una actividad incluyan metodologías consistentes de protección ambiental. Por ejemplo, muchos ambientalistas critican los campos de golf por su impacto ambiental. Sin embargo, como cualquier actividad, no todos los campos de golf son perjudiciales, siempre y cuando estén bien diseñados desde el inicio, estén contruidos con un modo de bajo impacto ambiental y sean mantenidos correctamente durante su vida operacional. Los campos de golf del Grupo Puntacana han logrado minimizar su impacto ambiental por la forma en que estaban concebidos antes de su construcción.”

QUEREMOS INFLUIR EN OTRAS EMPRESAS, COMUNIDADES E INDUSTRIAS PARA QUE UTILICEN NUESTRA EXPERIENCIA COMO EJEMPLO Y LOGREN TAMBIÉN MINIMIZAR SU IMPACTO AMBIENTAL. NOSOTROS NO CREEMOS MUCHO EN “MODELOS”, SINO EN LA CREACIÓN DE EJEMPLOS POSITIVOS QUE ESTÉN DISPUESTOS A COMPARTIR SU EXPERIENCIA.

¿QUÉ ATRIBUTOS E IDEAS DE SU TRABAJO, CONSIDERA TRANSFERIBLES Y UTILIZABLES PARA COMPARTIRLAS Y ASÍ INSPIRAR A OTROS A COMPROMETERSE CON LA PROTECCIÓN AMBIENTAL?

“No hay una fórmula única para llegar al desarrollo sostenible, porque cada país, cada comunidad y cada industria representa una situación única con una realidad única que requieren soluciones relevantes a su realidad. Lo que se necesita es tener más ejemplos de impacto positivo en diferentes sectores (turismo, energía, arquitectura, construcción, etc.) creando una especie de competencia entre ellos buscando minimizar su impacto ambiental. El gran aporte de Grupo Puntacana

hacia el desarrollo sostenible ha sido la disposición de compartir sus experiencias, tanto sus éxitos como sus fracasos, para que otros sectores pueden aprender de nuestro trabajo.”

¿CÓMO INICIÓ EL PROYECTO DOCUMENTAL “MUERTE POR MIL CORTES?”

“Mientras yo realizaba programas de servicio comunitario en el suroeste de la República Dominicana, en el 1999, sostuve una conversación iluminadora con varios campesinos de la zona cuando nadábamos en el Río Bahoruco. El río hoy en día es un flujo pequeño, pero constante, que atraviesa el pueblo. Los comunitarios me contaron que el río era mucho más caudaloso en el pasado, lleno de camarones, peces y cangrejos de agua dulce y que éste era uno de los ríos más importantes de la región, cuyo torrente se escuchaba desde una gran distancia. Cuando yo pregunté por qué el río había disminuido hasta convertirse casi en un chorrito, los campesinos, señalando las montañas aledañas, explicaron: Están tumbando los árboles en la loma... esto representó el comienzo de mi exploración, de casi dos décadas, de la Sierra de Bahoruco y de la historia de su progresivo deterioro.

Tras completar la investigación de mi tesis de maestría en la Sierra de Bahoruco y luego de mi establecimiento permanentemente en el país como Vicepresidente de Grupo Puntacana, le presenté a Ben Selkow, un veterano director de documentales, mi interés en el bosque fronterizo como un proyecto multimedia. Juntos, Ben y yo desarrollamos el concepto de Muerte por Mil Cortes, un documental estilo largometraje que explora el brutal asesinato de un guarda parques dominicano para desarrollar un análisis más amplio del problema del tráfico ilegal de carbón desde la República Dominicana hacia Haití, la deforestación masiva y la escalada del conflicto humano en la zona fronteriza. El proyecto comenzó como una investigación científica y luego se convirtió en una película.”

¿HA SENTIDO LA IDENTIFICACIÓN DEL DOMINICANO CON LA REALIZACIÓN DE SU TRABAJO?

“Cuando se estrenó la película “Muerte Por Mil Cortes” en mayo 2016, desarrollamos la campaña C1+ (Sé uno más) contra el carbón ilegal. C1+

busca defender las áreas protegidas y hacer cumplir las leyes de protección medioambiental para evitar que más árboles sean talados para sostener el comercio informal de carbón. El movimiento tiene por objetivo lograr la participación activa y empoderamiento de la sociedad dominicana en la preservación de su flora y fauna, evitando la tala indiscriminada de árboles para fabricación de carbón, el comercio de madera o la siembra de cultivos agrícolas en parques nacionales. El entusiasmo del pueblo dominicano en apoyar ese movimiento me convenció que sí hay una voluntad en el país hacia la protección de los recursos naturales cuando hay conocimiento.”

¿CÓMO HA SIDO LA RECEPTIVIDAD A LA PROTECCIÓN AMBIENTAL?

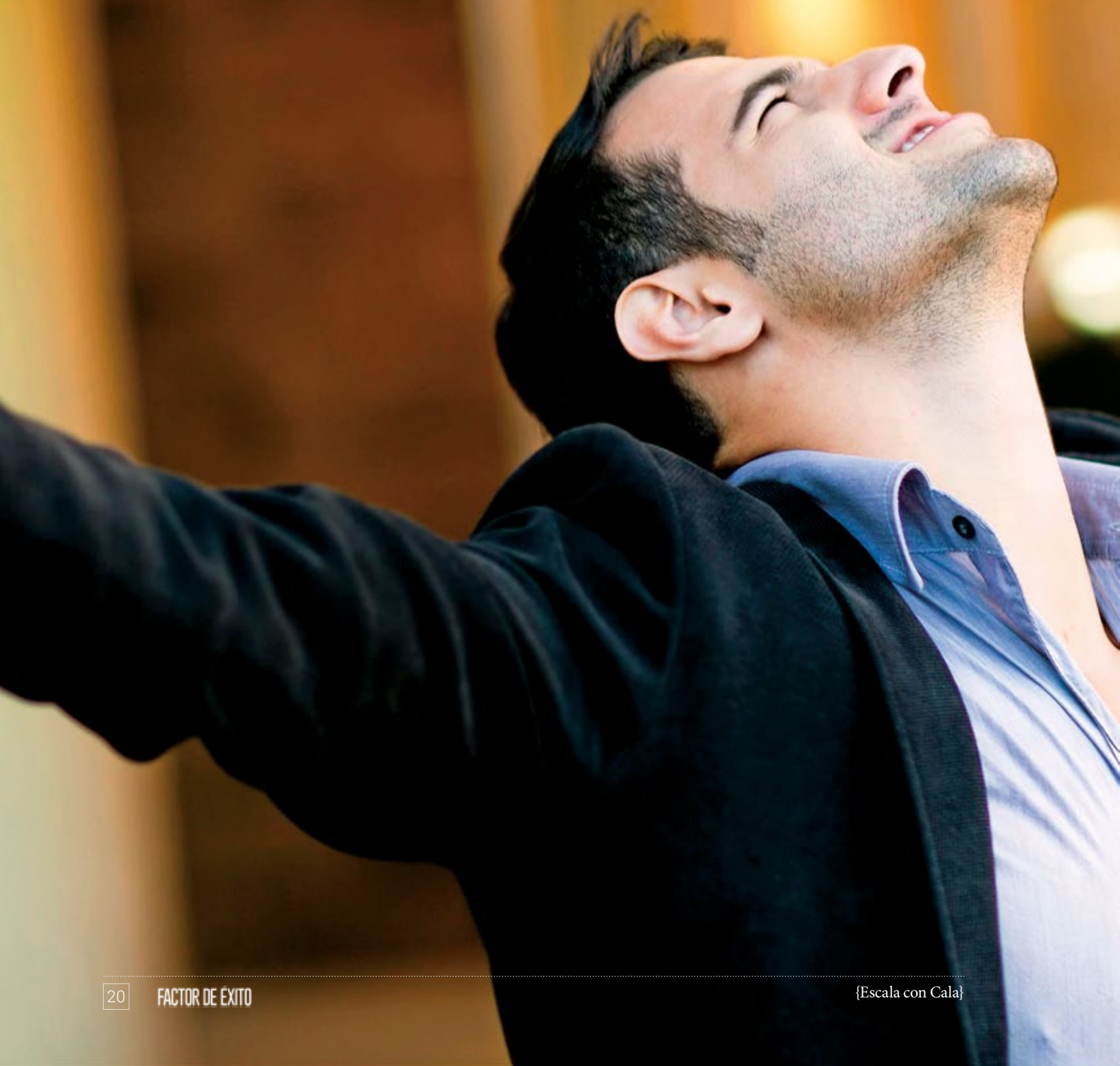
“Cuando comencé a trabajar tiempo completo en República Dominicana en 2005, aun la receptividad a la protección ambiental, especialmente en el sector público y privado, era muy baja. Las empresas no tenían mucha experiencia ni interés en realizar sus operaciones de manera amigable al medio ambiente y el gobierno estaba iniciando la formulación de su primera ley ambiental integral (64-00). Sin embargo, la República Dominicana tiene una comunidad ambiental fuerte en la sociedad civil y una historia en la protección ambiental desde hace muchos años. En la última década y a pesar de las altas y bajas que ha sufrido el Ministerio de Medio Ambiente, el sector privado ha demostrado una entrega y capacidad de realizar cambios positivos en sus operaciones y promover la protección ambiental a una escala importante.” Jake puntualizó que la República Dominicana cuenta con recursos naturales: biodiversidad, ecosistemas, y recursos básicos como agua, suelo y aire puro, únicos en el mundo, parte fundamental del patrimonio nacional, y es una responsabilidad de cada ciudadano conocer su país, sus áreas protegidas, su flora y fauna y aprender a apreciarla.

COMO DECÍA BABA DIOUM, CONSERVACIONISTA SENEGALÉS:
“SÓLO CONSERVAREMOS LO QUE AMAMOS, SÓLO AMAREMOS LO QUE CONOCEMOS Y SÓLO CONOCEREMOS LO QUE NOS ENSEÑEN.”

Constancia

La diferencia entre ganar y perder

Por Ismael Cala



Ismael Cala



Estratega de Vida y Desarrollo Humano,
Autor best-seller y Conferencista
Internacional

El célebre dramaturgo William Shakespeare aseguraba que “si el hombre fuera constante, sería perfecto”. No creo en la perfección, pero sí en la excelencia en todos los aspectos de nuestra vida. Y, en este caso, coincido con el escritor británico en que la perseverancia es una de las claves para el éxito. Tras la ardua tarea para fijar un objetivo, es imposible llegar a alcanzarlo sin la constancia.

En más de una ocasión he recordado mi fórmula de las 3P. La pasión nos impulsa, la paciencia nos regula y la perseverancia nos brinda fortaleza para seguir adelante, a pesar, incluso, de los aparentes fracasos.

Los problemas en el camino a veces nos incitan a abandonar nuestros objetivos, a dejar de luchar por nuestros sueños. Sin embargo, las personas exitosas no se permiten ceder ante los supuestos fracasos, que no son más que pruebas y experimentos.

Thomas Edison ensayó con más de 6.000 sustancias antes de encontrar el elemento con el que crearía el filamento de la bombilla eléctrica. Abraham Lincoln, quien padecía del síndrome de Marfan, perdió varias elecciones antes de convertirse en uno de los presidentes más recordados de Estados Unidos. Walt Disney dijo que “la diferencia entre ganar y perder a menudo consiste en no abandonar”. Curiosamente, el productor cinematográfico fue rechazado en varias ocasiones como caricaturista de prensa, bajo la excusa de que no tenía imaginación. Qué ironía.

La constancia es fundamental en el desarrollo de nuestra vida. Ese ha sido mi enfoque para desarrollar el curso “Liderazgo con Ismael Cala”, junto a Next U, un centro educativo creado por Andrés Moreno, fundador de Open

English. Es cierto que no garantizamos el éxito solo con la constancia, pero la meta es casi imposible sin perseverar.

Las personas perseverantes son optimistas, no se frenan ante los resultados negativos, tienen gran conocimiento de sus emociones y persiguen sus metas hasta conseguirlas.

Ser constante no significa pecar de perfeccionista, pues a veces tendremos que abandonar la ruta para aprender de los errores y comenzar una nueva. Por ello, debemos desarrollar nuevas técnicas que nos ayuden a potenciar las habilidades para convertirnos en personas efectivas que consiguieren lo que desean.

Como defendía el escritor francés Víctor Hugo, “la mayoría de los hombres no carecen de fuerza, sino de constancia”. ■

www.ismaelcala.com

[@ismaelcala](https://www.instagram.com/ismaelcala)

[@Cala](https://www.twitter.com/Cala)

<https://www.youtube.com/user/ismaelcala>

Vocería una habilidad estratégica

para representar y liderar a otros

Thony Da Silva Romero

¿Qué papel tiene la vocería en una organización? ¿Sabías que la vocería debe ejercerse todos los días? Debido a que ese compartir de información permite moldear la percepción interna y externa de la organización bajo los objetivos que se deseen, y además, resulta una herramienta clave para el liderazgo organizacional.

Toda organización tiene la imperiosa necesidad de conectarse con sus distintos grupos de interés o "stakeholders" y, si bien la mayoría se asegura de contar con múltiples canales y medios para hacerlo, siempre requerirá de las personas que forman parte de ella para que la representen ante éstos, bien sea ante una instancia gubernamental, una comunidad vecina o la opinión pública a través de los medios de comunicación. Es por ello, que las organizaciones deben contar con voceros debidamente preparados, quienes tienen la tarea de representar el pensamiento colectivo y el sentir de su organización.

La vocería es el resultado de una combinación de ciencia y arte al comunicar, pues en sí misma, es una herramienta clave en el marco

Thony Da Silva Romero



Consultor / Socio-Director de PIZZOLANTE
Master en Comunicación y Gobernanza
Estratégica.

de toda estrategia comunicacional empresarial. Esta actividad debe estar sujeta a los designios de quienes dirigen los planes que procuran posicionar adecuadamente a la organización, acorde con la estrategia de negocios, y considerando que la labor de vocería asignada a ciertos individuos a partir de sus roles, cargos jerárquicos y/o capacidades, los revisten de un carácter oficial como miembros – representantes de dicha organización.

Por su parte, el resto de nuestros empleados y colaboradores resultan exponentes cotidianos de la empresa y son estos a quienes denominamos “voceros no oficiales”, esos que ejercen de manera informal la “vocería” ante sus anillos directos de influencia, y por ende, deben ser público objetivo de toda estrategia de comunicación organizacional que, brindándoles un nivel de información apropiado y alineado con su identidad, asegure la construcción de una imagen consistente y coherente de empresa.

Los voceros oficiales, por su parte, deben estar adecuadamente formados y preparados con la rigurosidad necesaria para afianzar capacidades estratégicas, verbales y no verbales, que contribuyan a conducirlos hacia el mejor desempeño posible, frente a cualquier audiencia y ante cualquier oportunidad de exposición pública. Esto supone la necesaria inversión en capacitación formal, sostenida en el tiempo de forma profesional y personalizada, que trascienda a la realización de eventos puntuales que en ocasiones se realizan, en intervalos de tiempo excesivamente distantes y de hasta 3, 5 y más años, haciendo este esfuerzo e inversión muy poco efectivo.

Un vocero es el resultado de un proceso de formación y apoyo permanente que, con el tiempo, le

permite adquirir las capacidades, destrezas y experiencia necesaria para que, simultáneo al constante proceso de internalización de la narrativa cambiante y evolutiva de su



Los voceros generalmente están asociados con la responsabilidad de representar a una organización ante los medios de comunicación social, pero esto es solo una fracción de su labor.

organización, le permita trabajar sobre los “issues” emergentes e ir moldeando con su trabajo la interrelación de la empresa y su mercado, bien sea comercial o institucional.

Para todo esto, los voceros deben asimilar algunos principios básicos de su actividad, para iniciar, tener claro que su rol supone construir realidades en la mente de su audiencia, aquellas que le acercarán a su objetivo, asumiendo que todo acto comunicacional es, en sí mismo, un intercambio de poder, y por ello, el vocero debe saber construir el poder que necesita para enfrentar a sus contrapartes. Un buen vocero tiene siempre presente que su discurso y mensajes deben estar fundamentados en la verdad, aquella que está basada en hechos verificables que otorgan la credibilidad necesaria para generar el impacto positivo que este busca y, por último, comprende que la narrativa y su cuerpo deben actuar en perfecta sincronía, con la actitud apropiada

La vocería se ejerce institucionalmente todos los días, ante decenas de audiencias, siendo ese el trabajo que va moldeando la percepción interna y externa de la organización.

La vocería es, a su vez, una herramienta clave para el liderazgo organizacional, ese que supone inspirar, incluir e involucrar a todos los miembros de una organización y movilizarlos de forma alineada al desarrollo y obtención de los resultados que se esperan. ■

✉ thony@pizzolante.com
🐦 @ThonyDaSilva
🌐 Thony Da Silva Romero

productos o servicios. Estos procesos brindan mediciones exactas de alcance y retorno de inversión, con procesos de automatización que ahorran tiempo, y que permiten la escalabilidad.

Si aún no aprovechas el poder del marketing digital para potenciar las ventas y posicionamiento de tu negocio, prepárate para investigar porque lograrás increíbles resultados aplicando bien las siguientes técnicas:



sociales, e incluso sus temores y retos personales. Por último, debes definir cómo tu solución (producto o servicio) puede relacionarse con las necesidades del usuario, y el mensaje con el que se lo vas a comunicar. Teniendo el Buyer Persona perfectamente definido, evitarás desperdiciar presupuestos en publicidad que llega a personas que no estarán interesados en lo que vendes. Es bueno aclarar que puede haber más de un Buyer Persona según el negocio.

1- Definición de metas generales de negocio y objetivos específicos anuales:

Este primer paso es vital para mejorar el retorno sobre la inversión de tus esfuerzos y presupuestos en marketing digital. Debes definir las metas generales de tu negocio a lo largo de su existencia, y establecer con base en ellas qué objetivos específicos se deben cumplir en el año en curso. Cualquier gestión en la empresa que se realice por fuera de estas metas y objetivos significará que: A- Las metas y objetivos están mal formuladas desde el principio, o B- Las gestiones del día a día están mal direccionadas y no contribuyen a alcanzarlos. Todo este ejercicio permitirá tener un enfoque eficaz en el trabajo que generará los resultados esperados.

2- Definición del Buyer Persona:

Para lograr mejores resultados en la publicidad por internet es vital definir un perfil de cliente ideal, ya que con base en él se direccionará la visibilidad del mensaje únicamente a las personas que son potenciales prospectos de clientes. Debes hacer una lista de en qué zonas geográficas se encuentran, rangos de edades, estudios, intereses, entornos

3- SEM (Search Engine Marketing):

Con esta herramienta podrás con poco presupuesto, alcanzar miles y miles de prospectos de clientes, y utilizando la segmentación que hiciste anteriormente en el Buyer Persona, puedes indicarle a las plataformas publicitarias que tu mensaje sea visto sólo por el público objetivo potencial. Las más populares plataformas que puedes utilizar para tal fin son Facebook Ads (que incluye también Instagram), Google Adwords, LinkedIn Ads, y Twitter Ads.

4- SEO (alcance orgánico):

El SEO es una poderosa disciplina que nos ayuda a lograr ser más visibles ante nuestros clientes en buscadores de internet como Google y Bing. Además, se incluyen ciertas tácticas para poder optimizar los procesos de compra cuando ya nos han encontrado.

Entre los aspectos más importantes del SEO, están las Palabras Clave (términos usados para búsquedas), Indexación (que Google nos reconozca), configuración de las SERP (textos de los resultados de búsqueda), y la velocidad y usabilidad (fácil navegación del sitio web).

5- Página Web, Email Marketing y Embudos de Conversión:

Según estudios de mercado, el Email genera mejores resultados de clicks por cada 1.000 usuarios alcanzados (CTR). Además, combinado con técnicas de automatización como los Embudos de Conversión, puedes lograr que los prospectos de clientes te entreguen sus datos de contacto, y hacerles un seguimiento, conversión y fidelización. La Página Web o Blog juega un factor determinante en este proceso, porque es allí a donde enviaremos a los usuarios en los procesos de SEM y SEO, desde allí mandaremos contenidos de valor para los usuarios a través de las campañas de email, e incluso lo usaremos como canal para realizar directamente las ventas y servicio al cliente. Te recomiendo las plataformas Mailchimp, Wordpress, y Active Campaign.

6- Redes Sociales

Es el mayor canal de interacción entre y con los usuarios finales, debes definir en cuáles se encuentra tu público objetivo, compartir contenidos de valor para que interactúen contigo y con los demás seguidores, y llevarlos poco a poco a tu web o punto físico para iniciar el proceso de venta. También puedes apalancarte en influenciadores de tu sector, o compartir contenidos de otras webs y páginas relacionadas con esos temas.

Conclusión: Teniendo todas estas técnicas y herramientas a la mano, y utilizándolas de forma disciplinada, te aseguro que lograrás grandes aumentos en tus ventas y posicionamiento empresarial, ¡espero lo logres! Y si quieres, coméntame tus dudas o cómo te fue con el proceso a mi email info@davidangulo.co para compartir conceptos y experiencias. ■

www.davidangulo.co

info@davidangulo.co

[davidangulomayorga](https://www.facebook.com/davidangulomayorga)

[@DavidAnguloCo](https://twitter.com/DavidAnguloCo)



Innovación Project Valerie

Por: Pavel De Camps Vargas

¿Has soñado alguna vez con tener una laptop con varias pantallas? Y además, que en cada una de ellas puedas desarrollar actividades diferentes sin interferencia, o combinar las 3 para lograr un efecto especial... Pues ya no tienes que seguir soñando, la marca RAZER lo hizo realidad...

Pavel De Camps Vargas



Social Media Analytics

Las portátiles con 3 pantallas 4K

La innovación tecnológica sigue creciendo y las necesidades de tener una visión más amplia en nuestras computadoras portátiles (laptop) está latente hoy en día, principalmente aquellos amantes a los juegos electrónicos, los profesionales de social media, los productores de música, los programadores y aquellas personas que requieren hacer una presentación de diversos temas a la vez, en fin, una alta gama de profesionales necesitan el uso de multipantallas y esa inquietud pronto tendrá respuesta de parte de todas las marcas de fabricantes en el mundo. Sin embargo, una marca, RAZER, tomó la batuta, y ya podemos ver esta innovación en el mercado, el primer ordenador portátil triple pantalla.



Un mundo mejor en cada entrega!

Somos pioneros en movilidad sostenible en República Dominicana. Hemos recorrido más de 100,000 Km de forma eléctrica y dejado de emitir más de 34 Toneladas de CO₂, evitando la contaminación de más de 11 millones de galones de agua promedio y haber sembrado 2,800 árboles. Conectamos la cadena de valor de nuestros aliados de forma sostenible siendo su departamento de mensajería ecológica personalizada y logrando gracias a quien envía "¡Un mundo mejor en cada entrega!".

FACTOR DE ÉXITO

Impacto ambiental de reducciones de CO₂ por utilizar el servicio de Eco Entregas.
Reconocemos a Revista Factor de Éxito como aliados estratégicos del Desarrollo Sostenible.



465.64

Kg de CO₂ dejados de emitir



1,326.30

Kms eléctricos



39

Árboles equivalentes



173,887

Galones de agua limpia



Razer presenta un par de atractivos prototipos o conceptos de computadoras portátiles (laptop) con 3 pantallas. Los creadores de esta innovadora portátil fueron reconocidos en otros tiempos por sus accesorios para juegos, como ratones y teclados, pero rápidamente se ha convertido en un líder en la categoría de computadoras portátiles con sus sistemas Blade.

resolución de 11520 x 2160 píxeles está instalada en un cuerpo grueso, sin embargo, eso se debe a que tiene dos pantallas adicionales de 17 pulgadas ocultas dentro de la tapa. Razer dice que es "la primera portátil del mundo con tres monitores incorporados", lo que parece ser cierto, aunque hasta ahora a nadie más se le había ocurrido la idea. Las dos pantallas adicionales se

La portátil tiene una tarjeta de gráficos Nvidia GeForce GTX 1080, que es la de más alta gama en este momento para la línea de portátiles, y cada una de las tres pantallas usa tecnología G-sync de Nvidia, que iguala la frecuencia de la pantalla con la salida del hardware de gráficos.

Energía para el triple de la productividad

La pantalla multi-12K, brinda un espacio de trabajo amplio y flexibilidad para hacer frente a cualquier tarea. Utilizar las tres pantallas como uno para atravesar sus proyectos creativos a través de la gran pantalla. Otra opción es tomar ventaja de cada pantalla de forma independiente, ejecutando varias aplicaciones al mismo tiempo permitiendo el desarrollo de múltiples tareas como nunca antes. Podemos decir que tendremos una visión más amplia a la hora de trabajar o divertirnos. ■



La portátil Project Valerie tiene 1.5 pulgadas de grosor y pesa unas 12 libras.

La nueva portátil de Razer es un prototipo llamado Project Valerie, y es muy diferente de la línea de productos tradicionales. Este nuevo Project Valerie es más grande y audaz. Su pantalla de 17 pulgadas de 4K con impresionante

despliegan desde los costados de la principal, a través de lo que Razer llama "un mecanismo de despliegue automático" y quedan en su lugar sin necesidad de ajuste por parte del usuario.





Llegó a República Dominicana

¡Solucionaremos
tu problema de recarga
estés donde estés!



Somos líderes mundiales en la fabricación de **estaciones de carga para móviles** y otros dispositivos

Te ofrecemos:

- Calidad, porque fabricamos los equipos.
- Efectividad, debido a que nuestra tecnología detecta el tipo de móvil conectado y el estado de su batería para brindar máxima recarga en el menor tiempo.
- Seguridad, el sistema de YupCharge garantiza la protección de datos de los dispositivos.
- Publicidad, en nuestras unidades móviles puedes darle visibilidad a tu marca, y promocionar tus servicios.

¡Olvídate de quedarte sin batería,
usa tu móvil sin complicaciones!



Telf: 809 403 47 07 / 849 330 09 79
info@yupcharge.com.do

Facebook icon @yupchargedo

Instagram icon @yupchargerd

www.yupcharge.com.do

Palabra: Planificación + Compromiso

Por: Rosángela Rodríguez

¿Tienes palabra? ¿Generalmente respetas los tiempos con los que te comprometes? Si tu respuesta es no, es muy importante este artículo para ti, porque te permitirá conocer los beneficios de tener palabra...

Yo te devuelvo la llamada".
"Espera mi correo electrónico".
"Te aviso para reunirnos".

"Mañana te mando toda la información"... y así, más oraciones que convierten el hoy en mañana, el mañana en pasado mañana y así sucesivamente.

Reuniones perdidas, proyectos atrasados, decisiones suspendidas y un sinnúmero de acciones congeladas, porque alguien no cumple su palabra, no asume su responsabilidad y posterga el cumplimiento de un compromiso adquirido.

Lo peor en estas oraciones no es el hecho de que se posponga o se planifique para después, sino que se ha

convertido casi en un virus de rápido contagio, el que además, no se cumpla y que incluso quien emite la frase y quien la recibe, sabe que no será cumplida.

Esto puede ocurrir a nivel familiar, de pareja y de trabajo, convirtiendo la vida en un mar de supuestos, donde todos dependemos del compromiso real con la palabra de las personas que nos rodean.

El emitir convenios para futuro no tiene nada de particular, si todo el que emitiera esas frases fuese realmente cumplido, que entendiera que su tiempo incide en el tiempo de otros y que no hacen falta contratos firmados para ser responsables con los compromisos adquiridos.

Rosángela Rodríguez



Ingeniero Industrial

Tu tranquilidad es
nuestro mayor compromiso



Asegura tu tranquilidad

y la de tus seres queridos

resguardando **tu presente y futuro** en nuestras manos.



DMB *seguros* RD

dmbsegurosrd@gmail.com / cg.dmbsegurosrd@gmail.com

+1-829-975-9075 / 829-763-9075

La palabra que empeñamos en cualquier circunstancia de nuestra vida, habla mucho de nosotros, de nuestros valores, de nuestra formación y, cuando lo acercamos al medio empresarial, de la capacidad que tenemos para organizarnos, planificar, elaborar una agenda y coordinar nuestro trabajo junto al de otros en función de un bien común.



Por más de 15 años durante los cuales ejercí como Gerente de Producción de una Planta Industrial, me tocó liderar no solo proyectos internos, sino también externos con clientes, proveedores e incluso, oficinas gubernamentales. Coordinar que el trabajo de planta fluyera, que se cumplieran los planes de producción y que en simultáneo pudiera cumplir con los proyectos externos, básicamente se debía a tres aspectos fundamentales:

1. Planificación estratégica.
2. Compromiso en el manejo de una agenda.
3. Cumplimiento de mi palabra.

Ahora bien, sé que al estar inmersos en nuestro día a día pareciera abrumador cumplir con nuestro trabajo, asumir los compromisos externos y los de nuestra vida personal, sin embargo, puedo asegurarles que la mezcla de esos tres aspectos que mencioné anteriormente son una muy buena herramienta para acercarnos a la mejor versión de compromiso y cumplimiento y, nos convertirá en esa persona con la

que se desea trabajar, porque nunca dejará plantado o esperando por respuesta ni resultados a nadie.

Se hace necesario a todo nivel: familiar, social, empresarial, comercial y otros, que generemos una cultura real de compromiso, con nuestros compromisos. Que entendamos el valor de la palabra y cómo ella puede ser más que un contrato firmado.

Para lograr una cultura social de compromiso, la cual se basa en la repetición constante y a lo largo de los años de buenas acciones enfocadas en el cumplimiento de nuestra palabra, voy a resumir unas sencillas pero contundentes acciones que podrán ser implementadas en cualquier área, a saber:

Como persona integral:

1. Llevar una agenda (escrita, digital, de voz, etc.): Escribir lo acordado, colocar fecha de revisión y cumplir con nuestra parte. Indispensable revisar diariamente la agenda.



2. **Respetar la agenda y los acuerdos:** No es solo planificar, es también respetar lo pautado y no cambiar por conveniencia.

3. **Decir la verdad:** Esto implica ser honestos con nosotros y con quien hacemos el compromiso. Analizar nuestra disponibilidad y precisar con claridad cuándo y cómo podremos cumplir. Eso sentará las bases de la confianza en la otra persona hacia

nosotros y desarrollará nuestra voluntad.

4. **Decir que NO:** Al revisar nuestra agenda y observar los compromisos, debemos poder asumir cuando sí y cuando no podremos cumplir lo que se nos solicita. Decir no y proponer una fecha en la que realmente seamos responsables para cumplir, es sinónimo de madurez.

5. **Planificar con un planificador de actividades:** Usar el que más nos guste, pero usarlo. Planificar allí proyectos del trabajo y en simultáneo los personales y familiares.

6. **Cumplir:** Es sencillo. Si lo dijo, cúmplalo.

Como empresa:

1. **Sea promotor del cumplimiento:** La empresa debe dar el ejemplo. Cumplir con sus responsabilidades y exigir que se cumplan las obligaciones.

2. **Genere campañas que promuevan el cumplimiento:** Muestre los beneficios de cumplir con las responsabilidades y convierta esto en un valor de su empresa.

3. **Planifique reuniones donde se exponga este valor:** Adicional a las reuniones de trabajo, promueva una reunión periódica que motive e instale en su personal la ventaja competitiva de ser cumplido con la palabra.

Estas sencillas acciones harán de usted sea una persona confiable y en quien se pueda depositar confianza y, de la empresa, una promotora de valores fundamentales para la sociedad. Necesitamos gente de palabra, más que de papeles. Necesitamos gente comprometida. Necesitamos gente que promueva el valor de cumplir. ■

www.yayiteando.com.ve

[Yayiteando](#)

[@yayiteando](#)

[@yayiteando](#)

EUROSTAR COOKWARE RD

Pioneros en la venta de
utensilios de cocina
de **acero inoxidable**



¡Una verdadera posibilidad de desarrollar tu negocio propio con productos exclusivos de alta calidad y con garantía de por vida!

Utensilios finos de cocina en acero quirúrgico 18/10, vajillas en porcelana fina, cubertería, cristalería y purificadores de agua y aire.

Consulte nuestros
**Planes de
financiamiento**
SIN INTERESES



Calle Pedro Livio Cedeño N° 13, la Agustina Santo Domingo, Distrito Nacional República Dominicana
Teléfonos: Fijo +1 809-541-2581 / 549-5475 Móviles +1 849-352-4954 / 356-0202

www.eurostarcookwarerd.com



Formalizar su negocio en la República Dominicana

El impuesto sobre la Renta

Por Galina Tapia Bueno

Galina Tapia Bueno



Abogada
Especialista en Derecho Corporativo
Fundadora de Gilbert Tapia Legal SRL.

¿Tienes idea si te corresponde o no pagar el ISR?Cuál es el porcentaje, cómo se establecen los plazos, qué pasa si no cumples con dicha obligación... Conoce los detalles del proceso, para asumir sin complicaciones tu obligación tributaria.

La inscripción de una persona física o jurídica en el Registro Nacional de Contribuyentes (RNC) que se encuentra a cargo de la Dirección General de Impuestos Internos (DGII), conlleva la generación automática de deberes formales fiscales que deben ser cumplidos recurrentemente por ese contribuyente, como es el caso de la declaración y pago de los impuestos que le apliquen por el tipo de actividad económica que realice.

El Impuesto sobre la Renta (ISR) es uno de los principales tributos nacionales y grava todos los ingresos, rentas o beneficios de: (i) las personas físicas residentes, considerándose residente la persona que permanece en el país por 182 días, consecutivos o no, dentro de un período fiscal; (ii) las personas jurídicas nacionales o extranjeras registradas en el RNC; y (iii) las sucesiones indivisas donde sus causantes tengan residencia en el país.

El ISR se aplicará sobre las rentas de fuente dominicana y extranjera para las personas físicas o jurídicas residentes o registradas en la República Dominicana; mientras que las personas físicas o jurídicas que no tengan su residencia permanente o registro en el país, solo tendrán el deber de tributar el ISR sobre sus rentas de fuente dominicana. No obstante lo anterior, cuando una persona física fije su residencia permanente en el país, sus rentas de fuente extranjera estarán sujetas al ISR a partir del tercer año o período fiscal contado a partir del año en el que fijó su residencia permanente.

Para las personas físicas, el ISR recae sobre el ingreso de su trabajo personal o de sus actividades comerciales. En el caso de las personas con dependencia laboral, la persona no tiene la obligación de presentar directamente su declaración jurada del ISR, debido a que el empleador es quien deberá efectuar esa declaración y proceder con la retención de ese impuesto para pagarlo a la DGII. El ISR para personas físicas en régimen ordinario debe ser declarado y pagado a la DGII a más tardar el 31 de marzo, y para el régimen de Procedimiento Simplificado de Tributación (PST) a más tardar el 28 de febrero, ambos respecto el período fiscal anterior con cierre al 31 de diciembre. El ISR para personas físicas tiene una tasa progresiva de aplicación de un 15%, 20% y 25% según

la siguiente escala para el año 2017: (i) renta hasta RD\$416,220.00, exento del ISR; (ii) renta desde RD\$416,220.01 hasta RD\$624,329.00, tasa de un 15% sobre el excedente de RD\$416,220.01; (iii) renta desde RD\$624,329.01 hasta RD\$867,123.00, una cuota de RD\$31,216.00 más el 20% sobre el excedente de RD\$624,329.01; y (iv) renta desde RD\$867,123.01 en adelante, una cuota de RD\$79,776.00 más el 25% sobre el excedente de RD\$867,123.01.

será sancionada por la DGII con la aplicación conjunta de: (i) un recargo por mora de un 10% sobre el valor del ISR a pagar por el primer mes o fracción de mes en atraso, en la que dicha mora se reducirá a un 4% a partir del segundo mes o fracción de mes en atraso; y (ii) un interés indemnizatorio de un 1.10% sobre el valor del ISR a pagar por mes o fracción de mes en atraso. Ambas sanciones serán aplicadas por la DGII de forma indefinida hasta el pago total del ISR adeudado por esa persona.



Para las personas jurídicas, el ISR recae sobre sus ingresos o beneficio obtenido durante un período fiscal determinado. La tasa del ISR es de un 27% sobre la Renta Neta Imponible, la cual se determina por la diferencia entre la Renta Bruta (total de los ingresos) menos las deducciones permitidas por la ley (intereses, depreciaciones y amortizaciones permitidas, entre otros). El ISR para personas jurídicas debe ser declarado y pagado a la DGII dentro de los 120 días contados a partir de la fecha de cierre fiscal establecido para esa persona jurídica, según las fechas establecidas en el Código Tributario para esos fines: (i) al 31 de diciembre; (ii) al 31 de marzo; (iii) al 30 de junio; y (iv) al 30 de septiembre.

En caso de una persona no declarar y pagar el ISR dentro del plazo establecido a esos fines, dicha persona

En vista de lo anterior, es recomendable confirmar la fecha de cierre fiscal correspondiente a su régimen si es persona física o el seleccionado para su empresa en sus documentos corporativos, para proceder con la declaración y pago del ISR en los plazos establecidos en la legislación tributaria y así evitar la imposición de sanciones por la DGII. ■

✉ gtapia@gtlegal.com.do



En el noroeste de la República Dominicana se encuentra la provincia Montecristi, conocida como la tierra de los Moros, se limita al norte y oeste con el Océano Atlántico, al este con las provincias Puerto Plata y Valverde, y al sur con las provincias Dajabón y Santiago Rodríguez.

Montecristi es una ciudad tranquila fundada por Nicolás de Ovando en 1501, llamada San Fernando de Montecristi por el rey Fernando de España, llena de historia y reconocida por sus bellezas naturales. Lugar donde, aunque muchos lo desconozcan, se instaló el primer acueducto, el primer ferrocarril y los primeros teléfonos del país.

Montecristi es uno de los destinos turísticos más codiciados del norte de la República Dominicana por sus atractivos naturales, eventos culturales y variedad de actividades que se pueden desarrollar.

El turista se deja deslumbrar por los extensos manglares, sus hermosas playas de aguas cristalinas y arenas suaves y blancas, y las áreas protegidas con flora llamativa y múltiples especies de aves.

¿Cuáles son las atracciones turísticas de Montecristi?

Museo de Máximo Gómez:

Es la casa donde se dio el encuentro entre José Martí, apóstol cubano y el generalísimo Máximo Gómez.



Parque Nacional de Montecristi:

Es el destino turístico más visitado de la provincia, posee una superficie de 550 kilómetros cuadrados, está rodeado por lagunas costeras, playas y manglares, y cuenta con una meseta de piedra caliza de unos 237 metros desde la cual se puede ver puntos de la costa y las laderas boscosas del lado norte de la meseta.



Cayo Arena

Un pequeño islote localizado frente a las costas de Punta Rusia y la Ensenada que tiene la particularidad de ser el único islote de coral en toda República Dominicana.



San fernando de Montecristi

La tierra de los Moros

Por: María José De Sousa

La Ensenada

Preciosa por la longitud de la playa y el trato amigable de su gente.



Punta Rucia

Playa muy extensa, ideal para la familia, con aguas cristalinas y una suave arena blanca, a sus alrededores se encuentran pequeños restaurantes y locales.

Montecristi es una hermosa muestra natural de que **República Dominicana lo tiene todo**, bellezas para mostrar tanto al turista como al dominicano que decide conocer cada espacio de su hermoso país...

El Morro

Es una loma con forma de camello echado, como un viejo sabueso cuidando el puerto de la ciudad de Montecristi y la Playa de Montecristi con arena áspera, rojiza y fuerte oleaje que pega contra el acantilado que se forma tras la loma de El Morro.

Playa del Morro

Es un espectáculo impresionante, por la majestuosa bravura del mar. Los turistas prefieren esta playa por la poca profundidad de sus aguas, y por el buen pescado frito con yuca que venden los comerciantes en la zona.





¿Cómo invierte nuestro cerebro?

Por: Joselyn Quintero

Joselyn Quintero



Especialista en Finanzas, Autora y Creadora de Armonía Financiera

Alguna vez has pensado en la capacidad que tienes para decidir en medio de situaciones difíciles o de euforia... Descubre por qué es preferible que las decisiones que impliquen dinero no las tomes cuando tu estado emocional sea de alegría exagerada o mucho entusiasmo...

Nuestro cerebro es una masa de 2 kilos y 70% de agua que forma parte del sistema nervioso central. Es la torre de control que reacciona ante todos los movimientos externos, y prepara al cuerpo para preservar la vida. Cada vez que tomas una decisión de dinero, tu cerebro funciona como si estuviese en medio de la jungla, cazando para comer o siendo perseguido por un animal. Aquí aprenderás cómo tu cerebro se puede equivocar al invertir y qué hacer para evitarlo.

Este cerebro, que a su vez es una de las estructuras más complejas del universo, se divide en dos hemisferios y 4 lóbulos: Occipital (reconocimiento visual), Temporal (reconocimiento de sonidos y lenguajes), Parietal (movimiento, orientación y cálculo), y Frontal (planificación, aprendizaje y reconocimiento de las emociones).

Como ves, sólo una pequeña parte del cerebro es la que maneja lo "racional", mientras que el resto es un sistema de respuesta automática. El lóbulo frontal está ubicada en el entrecejo y logra estar maduro en el humano entre los 17 y 20 años de vida (de ahí que muchos jóvenes no midan las consecuencias de lo que hacen). Las decisiones se llevan a cabo calibrando 2 sistemas: el de recompensa (el placer de ganar) y el de aversión (el miedo de perder). Veamos qué son y cómo funcionan.

El placer de ganar

Son las estructuras cerebrales que segregan dopamina y permiten al individuo sentirse optimista, motivado y hasta eufórico. Este sistema preparaba a nuestros ancestros para salir a cazar cuando estaban hambrientos. Hoy nos permite comprar un producto nuevo, invertir en la bolsa y vivir experiencias novedosas.

Pero es aquí donde se genera la mayor parte de las decisiones erradas de dinero.

Los especialistas de neuromarketing saben muy bien que un cerebro emocionado ante la recompensa de algo, abre una billetera jugosa. Y la emoción registrada no necesariamente es por ese "algo", sino por lo que creemos que ese "algo" nos va dar. Saber diferenciar esto es vital para decidir dónde poner nuestro dinero.

nuestros ancestros para salir corriendo o atacar al animal hambriento que nos quería matar. Hoy día, es el sistema que nos cuida de cometer errores innecesarios y nos ayuda a ser precavidos (aunque a veces nos impide crecer o cambiar).

No hay tests que te diga cuán arriesgado eres al invertir. Sólo lo sabes



La próxima vez que estés muy emocionado acerca de una inversión, llama a un amigo escéptico y pregúntale su punto de vista. Eso ayudará a calibrar tu decisión.

cuando la situación está presente, se activa el sistema y tomas decisiones. Por ello, debes conocer tu capacidad para decidir en medio de situaciones dolorosas (gestión de la ínsula) aprender a través de las memorias emocionales (gestión de la amígdala).



La próxima vez que estés frente a una oportunidad de inversión, revisa el peor escenario y el potencial de pérdida. Ahí sabrás si estás listo para invertir.

Cada cabeza es un mundo, cada cerebro es un universo. Conóctete. ■

El dolor de perder

Este sistema se genera a partir de la interacción de tres áreas cerebrales: La amígdala, la ínsula y el hipotálamo. Estas áreas eran las encargadas de preparar a

Importancia de la cultura tributaria en las empresas

Por Nakary Pereira

Nakary Pereira



Licenciada en Contaduría
Especialista en Derecho Tributario

¿Tu empresa tiene cultura tributaria? ¿Sabes cuáles son tus deberes? ¿Cuál es el marco legal por el que debes regirte y respetar? Te presentamos un panorama general del tema, para que establezcas el camino a seguir...

La cultura tributaria en las empresas debe formar parte de la estructura organizacional, la mayoría de las veces se actúa de manera reactiva ante una fiscalización de los órganos reguladores o cuando se paraliza un proceso administrativo por falta de alguna solvencia. Tener conciencia tributaria ayuda a planificar el flujo de caja, realizar planificaciones fiscales y en general a tomar decisiones gerenciales efectivas.

Generalmente las empresas PYMES, que con mucha frecuencia son familiares, carecen de controles y políticas contables coherentes con el marco legal, por falta de formalidad y desconocimiento de las leyes, restándole importancia dentro de las mismas.

El guardián de su salud

que ELIMINA insectos voladores



Elimina insectos voladores con Piretrina Natural extraída de las flores del crisantemo.



Sustancia tóxica para los insectos pero inocua para las personas y animales de sangre caliente.



Utilizado contra plagas en el sector agrícola e insectos domésticos.



Producto de uso permitido en la producción orgánica.

Distribuidor Exclusivo RD: Michael Distribuidora Eximport, S.R.L. RNC: 1-31-18862-1
Número de Habilitación: 52301 a 25414 Certificado para Registro Número de Regulación 151



829-975-9075



zoneguard.rd@gmail.com



@rdzoneguard



zoneguard.rd



Hoy en día se debe entender que las sociedades desde el mismo momento de su creación o constitución, ya se encuentran dentro de un ámbito legal, por lo cual se hace obligatorio el conocimiento de las distintas normas específicas para algunos sectores de la economía, por mencionar: la construcción, textiles, agropecuaria, bancos y seguros.

Actualmente son muchas las empresas que están abriendo sus puertas en República Dominicana en diferentes sectores motivado en gran parte a los índices macroeconómicos positivos que han persistido en los años recientes, por lo cual se hace necesario revisar el marco impositivo para evitar infracciones, así como las sanciones que establece el Código Tributario (Ley Nro.11-92), que son puestas en práctica por la Administración y los Tribunales competentes.

De acuerdo a la magnitud de la situación que se trate, las sanciones a ser aplicadas a las contravenciones tributarias, tienen diferentes categorías, tales como: recargos, intereses, otras penas pecuniarias, inhabilitaciones de licencias, permisos, clausuras de locales; llegando incluso hasta las privaciones de libertad.

Es imperativo contar con una buena asesoría en materia impositiva en todo tipo de negocios; muchas veces se delega esta responsabilidad solo al departamento Administrativo – Contable, y en la mayoría de los casos se percibe es justamente al final del ciclo cuando llega la factura sin comprobante fiscal y/o incumpliendo los deberes formales establecidos en la norma.


Es responsabilidad de todas las personas encargadas de comprar un bien o requerir un servicio a los correspondientes suplidores, el exigirles los respectivos comprobantes fiscales con derecho a crédito fiscal con el RNC de la empresa, lo que permite una adecuada contabilidad fiscal.



Muchas veces se dan situaciones algo tensas en los contribuyentes, cuando al final de mes o más aun al cierre del ejercicio fiscal, revisan el monto del impuesto a pagar que sobrepasa sus expectativas y lamentablemente ello ocurre por no haber solicitado los comprobantes fiscales que debieron haber soportado las compras de bienes y servicios realizadas, los cuales son el medio idóneo para reportar el gasto ante la Dirección General de Impuestos Internos y lograr un pago acorde con el verdadero desenvolvimiento económico societario. ■

 nunez.pereira.asoc@gmail.com

 Nuñez Pereira & Asociados

 @Nunezpereirayasociados

¡Aprovecha todo el potencial que tienen las

redes sociales para tu empresa!



FACTOR DE EXITO

Creación de contenido
y manejo de redes sociales



Llama ya al:

829-340-5724

o escribe a:
factordeexitord@gmail.com

¡Conquista a tu público
y consigue más clientes!

 Factor de Éxito

 @FactordeExito

 @FactordeExitoRD



Reputación Corporativa

en la era de la posverdad

Por Roelisabell García



¿Tienes idea de qué es la era de la posverdad? Has analizado la importancia que tiene hoy en día la reputación para las organizaciones... ¿Consideras que en la actualidad las personas son más emocionales, o menos que antes?... Descubre cuál es el espacio que tiene la reputación en nuestros días..

Una palabra que cada día cobra más sentido en la realidad sociopolítica actual es la Posverdad (del inglés post-truth), neologismo elegido palabra del Año 2016 por el Diccionario Oxford. La podríamos definir como un conjunto de "circunstancias en que los hechos objetivos influyen menos en la formación de la opinión pública, que los llamamientos a la emoción y a la creencia personal".

Algunos hechos políticos recientes como el triunfo del Brexit, la victoria de Donald Trump y el "no" a la paz en Colombia, han encontrado explicación o indicios de ella detrás de la Posverdad, pero ¿este fenómeno solo sirve para explicar los más recientes y desconcertantes acontecimientos

sociopolíticos o también es útil para entender los más disruptivos cambios que están teniendo lugar en la esfera empresarial y corporativa?

Desde luego, sabemos que los consumidores deciden en base a sus creencias y sentimientos y por eso cada vez se apuesta más a una comunicación integral; pero cuando las personas dejan de ver sus sentimientos como sus emociones y pasan a entenderlo como "verdad", en momentos de crisis por ejemplo, esta tendencia a no "juzgar por hechos" si no por la verdad que surge de los sentimientos o creencias y su influencia para conformar la opinión pública puede agudizar el trauma.

de percepciones, sentimientos positivos o negativos que tienen los diferentes públicos y la sociedad en general, resultado de la trayectoria, responsabilidad y coherencia con que la empresa opera en todas sus áreas. En una economía de intangibles (elementos no materiales) donde estos representa el 80% del valor total de una empresa, la reputación es el más importante.

Para una gestión eficaz de la reputación en una época de inmediatez y falta de referentes estables debemos prestar especial atención a los sentimientos de nuestros públicos, los valores y costumbres que se van renovando,

de este intangible y miden el impacto de la reputación conectada a los resultados de los negocios, integrando a todos sus stakeholders. -Quinto nivel: espacio en el que ya la compañía integra la reputación en el centro, influyendo en la toma de decisiones de la compañía, en su estrategia y operaciones. Es el máximo nivel de importancia que la reputación puede alcanzar dentro de una compañía y al que deben aspirar aquellas que entiendan el contexto socioeconómico actual.



En tiempos de crisis la verdad los hará libres o la posverdad los mantendrá atados, incluso puede ser lo que cause la herida, contra esto solo una gestión estratégica de la reputación puede detener o mitigar los efectos.

monitorear e investigar estos cambios nos permitirá detectar a tiempo un sentimiento negativo hacia una situación o elemento que nos pueda perjudicar.



La reputación como definición general es la: "Opinión positiva o negativa que la gente tiene sobre una persona o una cosa por sus cualidades."; para el mundo corporativo la reputación es el conjunto

El Reputation Institute organiza la importancia que dan las organizaciones a la reputación en una escalera de cinco niveles, denominado el Reputation Management Journey.

-Primer nivel: lo ocupan aquellas organizaciones que apenas exploran la relevancia de la reputación.

-Segundo nivel: sitúan las empresas para las que la reputación empieza a convertir en prioridad.

-Tercer y cuarto nivel: las compañías ya reconocen el valor

La reputación conformada por la admiración, la confianza, los sentimientos positivos y la estima que hasta hace poco resultaban secundarias y que parecían simples, hoy tienen un espacio importante en la inteligencia empresarial.

En este contexto volátil, donde la tecnología ha cambiado la dinámica de comunicación y en el que aun con la infoxicación o sobre información, las personas son cada vez más emocionales. Solo aquellas empresas que resguarden su reputación como su elemento de diferenciación, que entiendan su incidencia y responsabilidad podrán sobrevivir a la incertidumbre de la verdad relativizada, a la llamada era de la posverdad, que también es la era de la hipertransparencia, un reto pero sin dudas una gran oportunidad para el mundo corporativo. ■

@roelisabellgr

Roelisabellgr

Roelisabell Garcia Rossó



El éxito de Glen Moray

se siente en República Dominicana

Por: María José De Sousa

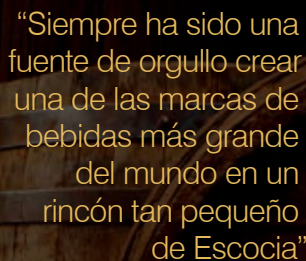


Iain Allan, embajador de Glen Moray, dio a conocer las bondades de la marca de whisky, brindando detalles del éxito alcanzado a nivel mundial, en el marco de su visita a República Dominicana

Glen Moray es una marca en la que los consumidores pueden confiar por su calidad y gran rango de variedad fácilmente disfrutado por cualquiera, características peculiares de SpeySide, zona que concentra la mayor cantidad de destilerías de Escocia, recogiendo los aromas, sabores y el estilo de los típicos whiskies del lugar. Los whiskies en Speyside son ligeros, dulzones y fáciles de catar.

Allan manifestó que Glen Moray maneja 10 etiquetas diferentes para whisky, y en República Dominicana desde hace 6 meses están importando 3 de ellas: Glen Moray Classic, Glen Moray 12 años y Glen Moray 15 años, en línea con aquellos consumidores

que se quieren iniciar en la categoría de single malts. Vale la pena destacar, que Glen Moray ha ganado muchos premios en los últimos años a través de concursos como el IWSC, ISC, WWA y otros.



“Siempre ha sido una fuente de orgullo crear una de las marcas de bebidas más grande del mundo en un rincón tan pequeño de Escocia”

Cómo nace el Glen Moray Classic Single Malt

“El maestro destilador recoge la mezcla del whisky basado en caracteres



específicos de las barricas disponibles para él. La edad no es importante en este punto de entrada del whisky, pero mantener el gusto y el estilo sí es de suma relevancia. El whisky es muy ligero y simple. Se envejece en barricas de bourbon. Tenemos el sabor de dos lugares, el espíritu y el carácter dentro de ella, y luego lo ponemos en la barrica y dejamos que el barril le añada el carácter. Posteriormente, el buen whisky se toma, y es envejecido por un período de ocho meses en barricas de puerto leonado, que han sido traídas de Portugal para producir Glen Moray Single Malt clásico”, explicó con mucha pasión el experto.

The Macallan Distillery, ahí aprendí tanto acerca del whisky y también me di cuenta de que hay mucho más que descubrir.

Luego Iain se trasladó a la Destilería Glen Moray en 2005 para administrar y desarrollar el Centro de Visitantes de allí. Después de muchos años trabajando junto a Graham Coull, maestro de malta Master Malt Master de Glen Moray y Master Blender Master 5, Iain obtiene experiencia de primera mano y conocimientos sobre los mejores whiskies de Glen Moray.



Orgulloso de sus orígenes

El whisky siempre ha estado cerca de mí, por haber crecido en Speyside, siempre me ha encantado el producto. Después de haberme graduado en la Universidad surgió una oportunidad de trabajo en la Destilería Macallan como Gerente del Centro de visitantes en

Como embajador de la marca, Iain lleva a Glen Moray tanto al Reino Unido como a otros mercados internacionales. Realiza varias degustaciones VIP en todo el mundo y organiza clases magistrales en muestras comerciales y de whisky durante todo el año. Continuar creciendo y desarrollar la

experiencia del visitante en el hogar de la destilería sigue siendo importante para él. El Centro de Visitantes es frecuentemente nominado para premios y tiene una reputación como una experiencia de primera clase en Speyside.

“Ser embajador de Glen Moray para mí es más que un trabajo, es una pasión... Yo siempre he considerado que hay dos roles diferentes en Glen Moray, manejar el centro de visitantes y ser embajador de la marca, pero en esencia yo veo los roles como iguales porque ambos están envueltos en la educación y en hablar con las personas acerca de Glen Moray... Es difícil señalar un aspecto de este trabajo que yo no ame, ya que todas las partes son buenas, especialmente estar atendiendo a los shows o ferias de whisky. Donde quiera que sea, siempre hay un sonido alrededor de la habitación con gente disfrutando, y tienes el chance de hablar con tantas personas en un tiempo tan corto.”

Finalmente acotó: “Si usted no está acostumbrado a beber whisky en un primer momento puede ser bastante adormecedor en el paladar. Pero la invitación es a bucear en ese mundo, porque es el viaje más grande de sabores que encontrará “. ■

¡Compartimos historias!

Emprendedores
con éxito



contrata.com.do

¡La forma más fácil y rápida
de contratar servicios
en República Dominicana!

Por: María José De Sousa



En esta edición de **Emprendedores de Éxito** presentamos a Contrata, una página de internet en la que los dominicanos pueden encontrar y/o solicitar diferentes tipos de servicios, prestados por profesionales especialistas en diversas áreas, desde programadores y diseñadores, hasta plomeros y organizadores de eventos. Ofrece más de 180 servicios diferentes, y cuenta con 3200 proveedores registrados atentos a brindar una respuesta de forma inmediata.



José Columna, creador de Contrata, asegura que la idea surgió por una necesidad, debido a que es ingeniero civil y se encontraba haciendo una remodelación de la nueva tienda de su hermana Sarah Columna, que es arquitecta, cuando el pintor les incumplió, a pesar de que ya le habían pagado el 50% por adelantado.

"Mi primera reacción fue empezar a buscar en internet, sin embargo, la realidad es que no encontré nada. Inmediatamente me di cuenta de la necesidad que había en este país de mejorar y facilitar las subcontrataciones de servicio, me puse en contacto con unos primos desarrolladores que están en España y se comenzó la parte inicial de Contrata.com.do."

Revista fullsalud

REPÚBLICA DOMINICANA 

Familia • Nutrición • Belleza • Sexología • Deportes



¡La Revista Full Salud
llegó a República Dominicana!
Una tribuna para el talento médico del país...

¿A quién va dirigida?

Pacientes, médicos, inversionistas
del sector salud, empresarios del ramo
y al público dominicano en general...

¡Porque **todos** debemos pensar
en **nuestro bienestar!**

Reserve su espacio
y tenga presencia en nuestras

próximas
ediciones

Más información: +1 829-340-5724

UNA PRODUCCIÓN DE



FACTOR DE EXITO

 www.fullsalud.com

 @revistafullsalud

 @revistafsalud

 revistafullsalud

¿CÓMO FUNCIONA CONTRATA?

“Simple, el usuario ingresa a la página y mediante un pequeño formulario indica cuál es exactamente el servicio que requiere resolver, dicha información se le envía a proveedores capacitados en el área, para que ellos analicen el trabajo, decidan si les interesa, y si tienen las habilidades para hacerlo contactan al usuario mediante una propuesta. Por cada solicitud realizada en la plataforma, el solicitante puede recibir entre 1 y 5 propuestas de diferentes proveedores y elegir el que más le conviene.”



¿CUÁL ES EL OBJETIVO PRINCIPAL DE CONTRATA?

“Como somos un Marketplace que conecta proveedores de servicios con clientes que necesitan contratar estos servicios, nuestros objetivos son dos: Lograr que contratar un servicio en la República Dominicana sea tan fácil como comprar una camisa o unos zapatos por internet, y llevar trabajo a los miles de proveedores de servicios del país, algo que impactará la economía dominicana completa.”

¿CUÁLES SON LOS ASPECTOS NOVEDOSOS DEL SERVICIO QUE OFRECEN?

“La verdad es que son muchos. Puedo empezar con el ahorro de tiempo que tienen los dominicanos al utilizar nuestra plataforma, la seguridad de que están contratando un negocio confiable, la variedad en cantidad de servicios que ofrecemos y la disponibilidad que tiene un proveedor de trabajar contigo desde que te envía una propuesta.”

“Las habilidades de cada uno en sus áreas, y la pasión que tenemos por el proyecto es lo que nos ha llevado a donde estamos hoy.”

Columna asegura que la mejor estrategia que ha implementado para hacer su proyecto realidad fue ubicar a otros miembros para que se sumaran al equipo, quienes son excepcionales en lo que hacen, y comparten un espíritu emprendedor al igual que él.

Por otra parte, José señaló que el éxito para él es lograr que cualquier proveedor sin importar el servicio que ofrezca pueda olvidarse de la difícil tarea de estar constantemente buscando nuevos clientes y se dedique a lo que realmente ama, su trabajo.

La principal meta de Contrata en estos momentos es aumentar la cantidad de solicitudes de trabajo mensuales sin descuidar ninguno de los otros aspectos, y a la par, están ideando un nuevo App, el cual les permitirá a los proveedores enviar propuestas a los clientes de manera más sencilla desde cualquier parte con su teléfono móvil.

Finalmente, el joven emprendedor puntualizó que el mejor consejo que puedo compartir con todas las personas que quieren iniciar su propio negocio, es que no traten de hacerlo todo solos, debido a que rodearse de personas estratégicas y conformar un equipo es fundamental, inclusive si eso implica compartir parte de la compañía o de los beneficios.

“Es mejor tener el 50% de una compañía que genere muchos ingresos, que el 100% de una que genere poco, tomando en cuenta también que el camino solo es más largo.”

¡Contrata, una muestra más de las excelentes iniciativas que nacen en la República Dominicana! ■

#FELICITACIONES

15%*

de descuento

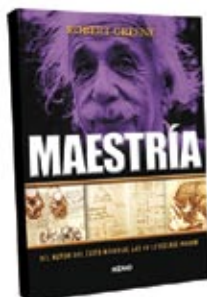
 www.oceano.do

En tu primera compra en nuestra #libreriaonline con el código **EMPRENDE15** y recíbelos en la comodidad de tu hogar

* No aplica con otras ofertas ni tarjetas de regalo

* Válido hasta el 15 de abril del 2017

EMPRENDEDURISMO Y DESARROLLO PERSONAL



MAESTRIA Robert Greene

Tomar las riendas de nuestro destino para lograr metas extraordinarias. El poder supremo es la maestría.



¡AL ATAQUE! ESTRATEGIAS PARA JÓVENES (Y NO TAN JÓVENES) CON GANAS DE TRIUNFAR Claudio Aros

Este libro aúna la sabiduría de los grandes guerreros y estrategias de Oriente para afrontar los problemas y obstáculos del día a día.



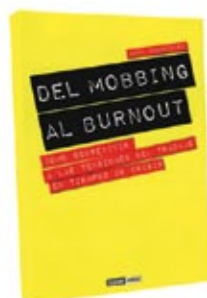
LAS 33 ESTRATEGIAS DE LA GUERRA Robert Greene

Aprenda a enfrentar las batallas cotidianas con las mejores estrategias posibles.



EMPRESAS CON CONCIENCIA Carmen Parra

Es el momento de ser conscientes que nosotros, como individuos y como empresarios, podemos transformar desde nuestras plataformas esta sociedad.



DEL MOBBING AL BURNOUT Nora Rodríguez

Guía de supervivencia para el infierno laboral.



GUÍA RÁPIDA DE EL ARTE DE LA SEDUCCIÓN Robert Greene

Donde la fuerza bruta no tiene cabida, resulta inútil o es socialmente inaceptable, la seducción se convierte en una herramienta invaluable.

www.oceano.com.do/libreria

   @OceanoRD

   EditorialOcéanoDominicana

OCEANO
DOMINICANA

809-537-0832

Calle J. Esq. Álvarez Guzmán
Edif. Calidad a Tiempo
Zona Ind. de Herrera, S.D.

Auditoría energética como estrategia

Por Raúl González Acuña

Raúl González Acuña



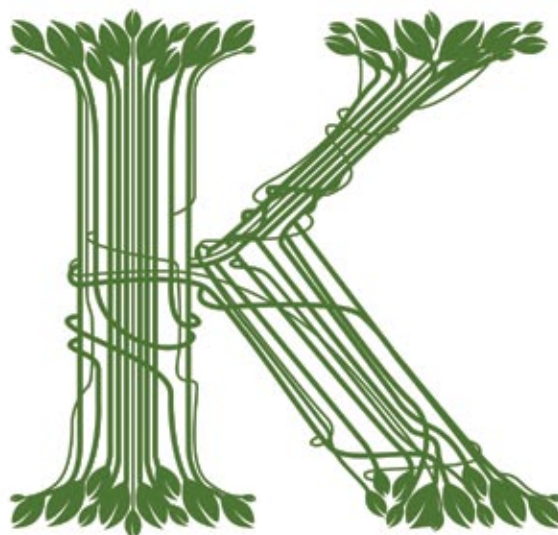
Ingeniero
M.Sc. Presidente RGA ENGINEERING
INTL, S.R.L.

Después de planteada la necesidad de la optimización del desempeño energético de la organización, y de evaluar posibles acciones a seguir, lo mejor es darle paso a las auditorías energéticas, y el éxito dependerá del apoyo que reciba el especialista o auditor de las personas u operarios que conviven en las instalaciones...

Desde el inicio de esta sección en Factor de Éxito, se ha planteado que la optimización del desempeño energético de una organización es la consecución de acciones específicas ordenadas de manera secuencial. Iniciando por la gerencia de todo el proceso, pasando por la definición de las acciones técnicas requeridas, hasta la implementación, y posterior cuantificación económica, lograr la eficiencia energética puede llegar a ser un tema tan complejo como lo son las instalaciones sujetos de estudio.

En el presente artículo se discutirán los pormenores de las auditorías energéticas para plantear las acciones

*Punta Cana Finest Residence
Coming soon...*



BOTANIKA

www.botanikapc.com

Moderno e innovador diseño arquitectónico

Piscina

Área social techada

Arquitectura Resiliente

Lobby con recepción

Áreas verdes con paisajismo

Apartamentos con terrazas privadas

DESARROLLADO POR:

noriega

www.noriegagroup.com

ventas@botanikapc.com

+1 809 - 284-8133

+1 809 - 959-2714





requeridas por una organización para disminuir su consumo.

Como parte de la familia de normas para los Sistemas de Gestión de Energía (ISO 50001:2011), se desarrolló la norma ISO 50002:2014: Auditorías Energéticas: Requerimientos con guía para su Uso. Aquí, se establece que "una auditoría energética es un análisis detallado del desempeño energético de una organización, equipo, sistema o procesos... Las auditorías energéticas se planifican y conducen como parte de la identificación y priorización de oportunidades para mejorar el desempeño energético, reducir las pérdidas energéticas y obtener beneficios ambientales relacionados".

Mecanismos para la identificación de mejoras en el desempeño energético

Por lo planteado anteriormente, se puede entrever que en la norma 50002 se establecen los requisitos básicos a cumplirse para la determinación de

potenciales de ahorro de energía. Para ello, se divide el fenómeno de estudio en tres niveles o categorías: 1, 2 y 3.

Los estudios de nivel 1, son los más económicos e incluyen actividades que se basan en la determinación de potenciales macros, encontrados mediante el análisis de la carga conectada (tipo de servicio, uso de energía), evaluación y/o desarrollo de indicadores de energía a través de la revisión de facturación de servicios, producción u otras variables de importancia, así como de inspecciones visuales de la instalación.

En el nivel 2, se incluyen los entregables realizados en el nivel 1 pero se adentran más en el sistema de distribución eléctrico mediante la instalación de equipos registradores de carga, con lo que se puede apreciar parámetros como el factor de potencia, de carga, de demanda, entre otros, de la instalación. Con esta categoría se pueden hacer recomendaciones de

mayor grado de inversión que el anterior, ya que se cuenta con información más detallada sobre el estatus del sistema.

El nivel 3, comprende los otros dos anteriores y es el tipo más costoso y profundo ya que complementa el estudio del uso de energía con el fenómeno mecánico que ésta motoriza. Por ejemplo: un estudio nivel 3 sobre un sistema de bombas estudia no sólo el consumo de energía, sino incluye a las variables mecánicas como caudal bombeado, presión y redes de tubería. Su uso permite identificar el punto exacto dónde debe realizarse la inversión.

En conclusión,
implementar una auditoría energética es la mejor estrategia para mejorar el desempeño energético de la organización, en contraposición con análisis aislados y desacoplados.

La ISO 50002 plantea tres niveles de estudios para todo tipo de instalaciones, siendo recomendado por mi experiencia el nivel 2 para iniciar un análisis con la mayor información costo-efectiva posible. Es importante destacar que el grado de éxito de una auditoría dependerá enormemente del apoyo que el consultor tenga del personal gerencial y operativo de la instalación, quienes son los que conviven diariamente con ella. ■

www.ragaint.com
regonzalez@usb.ve
gonzalezacuna.raul@gmail.com
info@rgaint.com
[@gonzalezacuna](https://twitter.com/gonzalezacuna)



Un VIOLINISTA, una marca de prestigio
para un evento inolvidable
así es...

Ernesto Molina
"The Violinist"



Ernesto Molina Violinista



@ernestomolinaofficial



www.ernestomolinaofficial.com



contrataciones (829) 340-57-24



HUB
CAMARA
SANTO DOMINGO 2017

¡REPLETA DE OPORTUNIDADES PARA LOS BUENOS NEGOCIOS!

La Cámara de Comercio y Producción de Santo Domingo (CCPSD) celebró la segunda edición de su exposición comercial multisectorial HUB Cámara Santo Domingo. El evento abrió sus puertas con un acto encabezado por Margarita Cedeño de Fernández, vicepresidenta de la República Dominicana; Miguel Vargas Maldonado, ministro de Relaciones Exteriores; y Jochi Vicente, presidente de la Junta Directiva de la CCPSD.

Vale la pena destacar que el acto contó con la presencia de Ji-Zen Tang, embajador de la República de China (Taiwán), país invitado de honor, a quien la CCPSD agradeció por la confianza y reconocimiento de HUB como plataforma idónea para celebrar, aquí en República Dominicana, la exposición anual de los empresarios de su país.

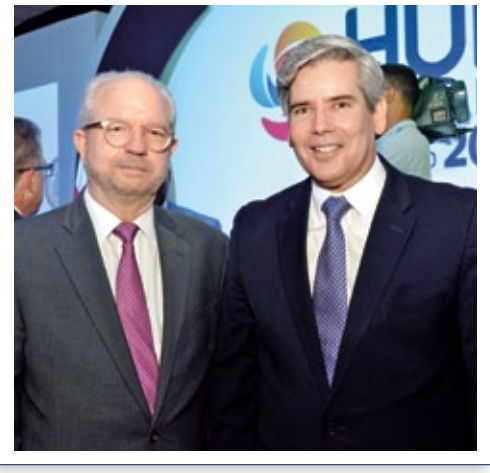
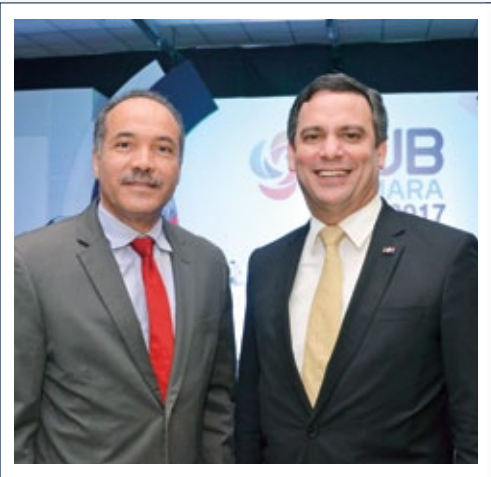
También estuvo entre los invitados especiales el economista y empresario Muhammad Yunus, premio Nobel de la Paz,

quien ofreció la Conferencia Magistral del evento, titulada "Erradicando la pobreza mundial: un préstamo a la vez".

Al dirigirse a los presentes, el presidente de la Junta Directiva de la CCPSD señaló que con esta nueva edición del HUB Cámara Santo Domingo queda evidenciado el crecimiento y la madurez que la institución se había fijado como meta y reiteró que el objetivo de la exhibición es ser el canal ideal para conectar en un solo lugar a una variedad de sectores formales, nacionales e internacionales, en el que las empresas tengan la oportunidad de establecer vínculos, en un ambiente de negocios.

Finalmente, hay que señalar que HUB 2017 fue todo un éxito porque se cumplió su propósito de servir de escenario perfecto para crear y fortalecer relaciones. ■







Panel empresarial ANJE Empresarios debaten sobre institucionalidad y pacto fiscal

Con el objetivo de debatir en relación a la cultura institucional del país y las metas del Pacto Fiscal, la Asociación Nacional de Jóvenes Empresarios (ANJE) activó dos paneles, en los que reunió en un mismo escenario a presidentes anteriores de la institución y líderes del sector empresarial.

El primer panel tuvo como temática las Transformaciones de ayer y hoy en la cultura institucional del país, con la participación de Marino Ginebra, Marisol Vicens y Manuel Díez; y el segundo panel se trató sobre ¿Cómo hacer del Pacto Fiscal una realidad? con José Luis De Ramón, Ligia Bonetti y Jochi Vicente, siendo moderados ambos paneles por representantes de ANJE.

En su discurso de bienvenida, Eugene Rault Grullón, Presidente de la Asociación, se refirió al Pacto Fiscal haciendo un llamado a que todos los sectores se aboquen a una revisión de la estructura fiscal nacional, con una visión que no sobre ponga los intereses de un sector

sobre otro, sino pensando en los mejores beneficios para el país y los ciudadanos.

Igualmente recordó los 20 deseos de los jóvenes empresarios para el 2017, dentro de los cuales citó la importancia de: - Contar con mayor eficiencia, control y calidad del gasto público, atendándose las áreas prioritarias para el desarrollo del país. - Generar nuevos ingresos públicos, fomentando la formalidad y reduciendo la evasión de impuestos. - Contar con una Ley de Responsabilidad y Transparencia Fiscal que transparente el proceso del presupuesto, elimine la discrecionalidad del gasto público y establezca topes al déficit para evitar un crecimiento descontrolado en la deuda pública. - Simplificar la estructura tributaria por medio de la eliminación de distorsiones causadas por los múltiples parches tributarios.

En este mismo orden, los invitados al panel económico señalaron la importancia de contar con principios básicos que definan la visión país de un Pacto Fiscal, al tiempo





que coincidieron con los deseos de ANJE al resaltar la necesidad de una revisión del gasto público y generación de ingresos por parte del Estado, así como la reevaluación de los sectores que como país deben ser priorizados y estimulados.

Por su parte, los invitados al panel institucional, hicieron una retrospectiva sobre las situaciones socio-políticas que durante la época de su presidencia en ANJE fueron susceptibles de importantes demandas de la sociedad en lograr mayores niveles de

democracia e institucionalidad. Avanzaron en un análisis sobre las reformas que entienden son pendientes y necesarias para fortalecer la institucionalidad, la autonomía e independencia de los poderes del Estado y fortalecimiento del régimen electoral. Sobre esto último señalaron la importancia de que se apruebe una Ley de partidos y agrupaciones políticas y reforma a la ley electoral.

Este evento empresarial fue realizado en conmemoración a más de una década de publicaciones de "Los 20 Deseos de

ANJE", y contó con el patrocinio de: Lift Air Group, y con el Diario Libre como Media Partner, además del respaldo de las empresas colaboradoras de ANJE 2017 tales como: Banco Popular Dominicano, INICIA, MARTI, Grupo Punta Canta, Primma Valores, Parque Industrial Zona Franca Las Américas, Humano, United Capital, ARS Palic, GCS Systems y Grupo SID. ■

@ANJE_RD

ANJE_RD

Una receta
de Éxito



TRÓPICO

En nuestra edición aniversario tenemos el gusto de contar con una receta del Chef Luigi Puello, uno de los profesionales en el área de la gastronomía con mayor preparación académica y profesional de la República Dominicana, con más de 20 años de experiencia. Consultor y Chef creativo de importantes empresas del país, y además, pilar en la formación de profesionales en el área, quienes serán los encargados de dar a conocer la exquisita gastronomía dominicana en el mundo.



Ingredientes:

Gelee de Mandarina y Sriracha*

- 16 onzas de jugo de mandarina
- 1/2 onzas de Sriracha
- 10 láminas de gelatina sin sabor
- 6 onzas de azúcar granulada
- 1 pizca de sal

ELABORACIÓN:

Hidratar la gelatina en agua fría. En una olla, colocar el resto de los ingredientes y llevar al fuego hasta que rompa hervor. Incorporar la gelatina. Colocar en un molde cuadrado desmoldable a refrigerar hasta que asiente.

Helado de Miel Blanca y Romero*

- 16 onzas de leche
- 8 onzas de Miel Blanca de Romero
- 8 unidades de yemas de huevo
- *- 7 onzas de crema batida
- 1 pizca de sal.

ELABORACIÓN:

Colocar la leche en una olla junto con la sal a calentar y cuando empiece a hervir, añadiremos la miel y removeremos hasta que se disuelva completamente. Retiramos la leche del fuego y batimos las yemas de huevo para agregarlas a la olla

Luigi Puello Díaz



Chef
Director académico del Instituto
Culinario Dominicano (ICD)

equiparando densidades. Volvemos a poner a fuego lento y esperamos a que espese sin dejar de remover.

En un recipiente más grande que la olla, poner agua fría para hacer un baño maría invertido e introducir la olla para enfriar el helado, mientras se enfría, seguir removiendo. A continuación, agregar la crema previamente batida a medio punto con movimientos suaves y envolventes hasta que queden bien mezclados los ingredientes. Después, verter el helado en el molde deseado e introducir en el congelador hasta que se solidifique.

MONTAJE Y PRESENTACIÓN

Colocar la placa de gelee de mandarina y sriracha, sobre este colocar un quenelle de helado de miel, rociar cacao nips y servir con una cuña de pitajaya y una cuña de mandarina, agregar hojas de menta. ■

 Chef Luigi Puello

 @chefluigipuello

 @CLP_RD



5 PASOS PARA CONVERTIRTE EN EMPREENDEDORA

Por Laura Posada

¡Conéctate con, Gente de Éxito!



Anuncia con nosotros

la clave está en
la diferenciación!

www.revistafactordeexito.com



UNA PRODUCCIÓN DE



FACTOR DE ÉXITO



Revista Factor de Éxito

@RevistaFDE

@RevistaFactordeExito

Laura Posada



Life Coach

¿Estás cansada de lo que estás haciendo a nivel profesional? ¿Quisieras ser dueña de tu tiempo y tomar las decisiones que guíen tu vida? Entonces llegó el momento de emprender... Sigue leyendo y encontrarás excelentes consejos que te permitirán atreverte a dar el gran paso.

Si eres una mujer que quiere independencia financiera o emocional, entonces podrías contemplar la idea de convertirte en emprendedora, fundar tu propio negocio, dirigirlo bajo tus propias reglas y hacerlo florecer con tus capacidades. Puede que, en un primer momento, te parezca una tarea titánica, o que dudes de tus habilidades porque nunca lo has intentado y no sabes ni siquiera cómo empezar, pero no es un imposible.

Millones de mujeres en el mundo han fundado sus propias empresas y son exitosas, ¿por qué no puedes ser tú una de ellas?

Este puede ser un momento definitivo en tu vida. Por supuesto que es difícil dar el salto de un empleo estable, en el que recibes un sueldo al final de cada mes, a algo un poco más incierto. Pero los beneficios son numerosos. En primer lugar, te estás haciendo cargo de ti misma, puedes tomar tus propias decisiones, y no hay límites en cuanto al crecimiento de tu negocio. Si haces las cosas bien, puede ser la mejor decisión de tu vida profesional. Para ello te ofrezco estos cinco consejos:



No te enfoques en las industrias convencionales: Hay industrias y servicios profesionales que ya están saturados y es poco probable que vayas a tener éxito en ellos. Recuerda que para tener un negocio exitoso lo importante es que vendas algo que la gente necesite, y para ello debes ser muy creativa. Observa a tu alrededor y nota qué hay, qué necesidades tienen los que te rodean. Analízate internamente y detecta tus habilidades especiales. Sobre todo, debes escoger algo que te guste o mejor aún, que te apasione. Actualmente hay muchas posibilidades de negocios en internet, busca, investiga, pregunta. No te cierres de entrada a ninguna posibilidad.

No pienses por anticipado en los millones que ganarás: Si te basas únicamente en el dinero que recibirás, no tendrás la capacidad de ver el negocio a futuro. La mayoría de las empresas tardan en crecer, y en los primeros años es probable que no recibas todo lo que esperas. Enfócate en la empresa, en cómo hacerla crecer, en qué ventajas competitivas puedes ofrecer y en cómo



encontrar nuevos clientes y fidelizarlos. Eso te reportará muchas más ganancias a largo plazo.

No dejes de aprender: El proceso de aprendizaje no termina nunca. Debes estar siempre al tanto de las nuevas tendencias y tecnologías y cómo puedes aplicarlas a tu empresa. Mantén la mente siempre abierta a nuevas oportunidades de aprendizaje.

Debes estar dispuesta a hacer sacrificios: Nada bueno viene sin esfuerzo. Tener tu propia empresa muchas veces implica trabajar más que si tuvieras un empleo regular. Debes estar muy consciente de este hecho, pero entender a la vez que la recompensa es grande, ya que estás trabajando para ti misma y para tu familia. ■



Trabaja desde lo pequeño a lo grande: Es importante ser realistas y empezar de abajo hacia arriba, de lo pequeño a lo grande. Puede que en el momento no tengas un gran capital para invertir. No importa. Puedes empezar un negocio desde tu computador personal o desde la cocina de tu casa. Lo importante es tener una idea original y un buen plan. ■

www.lauraposada.com

info@lauraposada.com

team@lauraposada.com

media@lauraposada.com

[@PosadaLifeCoach](https://twitter.com/PosadaLifeCoach)

Equipo de profesionales dedicados al crecimiento y desarrollo de nuestros clientes



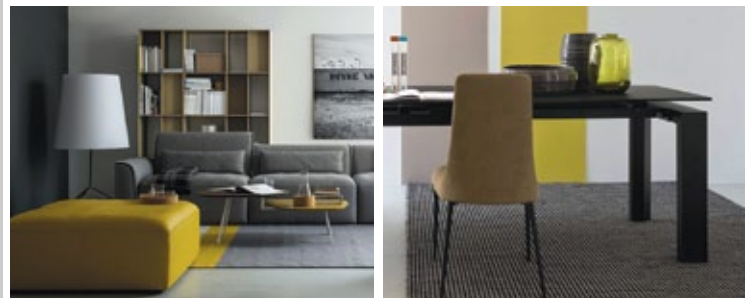
Productos y soluciones

- Estudios de mercado.
- Análisis de factibilidad proyectos de inversión.
- Indicadores de gestión.
- Indicadores de desempeño empresarial.
- Análisis de coyuntura económica.

info@mabintconsulting.com
www.mabintconsulting.com
 809-353-3813

calligaris

Muebles 100% Italianos



Calle Porfirio Herrera #15, Piantini. Santo Domingo

809-732-6172 / 809-540-3848

www.calligaris.com.do
 @CalligarisRD
 Calligaris RD

GOR BUSINESS SOLUTIONS, SRL

Somos una firma de auditoría y asesoría empresarial, especializada en brindar servicios de la más alta calidad.

- Servicios de Auditoría.
- Servicios impositivos.
- Outsourcing de Contabilidad.

Ya iniciamos con las auditorías 2016.
¡Solicite la de su empresa ahora!

Oferta del Mes:
CONSTITUYA SU EMPRESA
desde \$18,500.00

Av. Gustavo Mejía Ricart No. 120 Edif. Las Anas,
local 301 ens. Piantini

www.gorbusiness.com
info@gorbusiness.com

+ 1 - 809-567-1255 / 809-567-1977



CENTRO ODONTOLÓGICO
BAGNARARD



La sonrisa, es la puerta del alma!

Local G15, Sambil. Santo Domingo 829-694-1036 / 809-880-0023

www.centroodontologicobagnara.com

centroodontologicobagnarard@gmail.com
 @Cbagnara / @Dra.LauraGarcia

Navega nuestro website

www.revistafactordeexito.com



¡La clave está en la diferenciación!

UNA PRODUCCIÓN DE



FACTOR DE EXITO



@revistafactordeexito

@revistafde

Revista Factor de Éxito

Para nosotros
es un hogar eterno



22 de abril,
Día mundial de la tierra

Calle José Aybar Castellanos N° 146, La Esperilla,
Santo Domingo, República Dominicana.
Telf.: 809 472 4747 / 809 908 1008

www.nubesdegloria.com.do



@NubesDeGloriaRD



NubesDeGloriaRD



Un lugar
para recordar

El nuevo cementerio de República Dominicana. Con presencia en Bonao, Puerto Plata y San José de las Matas



Tradición que une a la familia dominicana 



www.pollocibao.com    @pollocibao