

FACTOR DE ÉXITO

¡La clave está en la diferenciación!

ATLANTA



@RevistaFactordeExito
Revista Factor de Exito
www.revistafactordeexito.com



John Maxwell

Fundador de The John Maxwell Company,
The John Maxwell Team y JMLF/EQUIP

Ninguna persona
que haya logrado
algún nivel de éxito
lo ha hecho sin fracasos

Para trabajar con la
comunidad hace falta un don
y corazón

Louis Negrón
Director Ejecutivo y de Operaciones
de 100 Black Men of Atlanta

P2K,
fuerte compromiso
con la sostenibilidad

Carlos Sánchez y Guiomar Obregón
CEOs y Fundadores de Precision 2000 (P2K)

Comprometido con el
fomento de los valores
y el liderazgo

George Hoskins
Director ejecutivo John Maxwell
Leadership Foundation

Un camino migratorio
con el sueño
de llegar a **SpaceX**

Juan Carlos Chávez
Engineering and Manufacturing Atlanta
Attachment Co, Inc

¿Qué es Solve for Tomorrow?

Es una oportunidad única que nutre el pensamiento creativo e impulsa a los jóvenes a generar soluciones transversales para problemáticas sociales a través de un enfoque STEM.

STEM
(Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemática)



www.solvefortomorrow.com



**Global Experience
Local Expertise**



Soluciones Tecnológicas en la Nube

para Tesorería y Mercado de Capitales



Adopción de una solución internacional sin hardware que comprar, software que instalar, ni aplicaciones que mantener.



Con la flexibilidad necesaria para adaptarse tanto a los requerimientos normativos de la República Dominicana como internacionales.



Acceso a un robusto ecosistema electrónico Dominicano e Internacional, desde la negociación en la BVRD (SIOPEL), liquidación (CEVALDOM), y valoración de carteras (RDVAL), hasta los Brokers y medios de pago internacionales.



informacion@tcmpartners.com



[@TCMpartners](https://www.linkedin.com/company/tcmpartners)



[@TCMpartners](https://www.facebook.com/tcmpartners)

www.tcmpartners.com



Líderes de la sostenibilidad empresarial

Isabel Figueroa de Rolo
CEO y Directora Editorial Factor de Éxito

Aceptar el desafío de impulsar los Objetivos de Desarrollo Sostenible, es un llamado que se ha hecho a todos los actores de la sociedad. En los líderes empresariales recayó la responsabilidad de hallar modelos de negocio que permitan satisfacer las necesidades de hoy sin comprometer los recursos para el crecimiento y desarrollo de las futuras generaciones. En este contexto, no solo el cuidado ambiental es importante, sino que el bienestar social ha tomado relevancia.

La construcción de un mundo inclusivo, accesible y sostenible

viene enmarcada en la Agenda 2030 de Naciones Unidas, que adoptó el compromiso de “no dejar a nadie atrás”, por eso priorizar en lo humano para alcanzar un estado de equilibrio entre economía, sociedad y medio ambiente, es una opción de enfoque para empresas y líderes.

Entonces surgen palabras como empoderamiento, igualdad, liderazgo como solución a los temas sociales que aquejan al mundo. En el recorrido que hicimos por las diversas localidades en nuestra 3era. edición internacional, conseguimos en Atlanta iniciativas que nos dejaron optimistas ante un

panorama que, a veces, se dibuja devastador.

Descubrimos que hay personas luchando y construyendo una economía más inclusiva y sostenible para todos, que las empresas son parte fundamental del cambio, y que la resiliencia y la innovación son el motor que promueve la transformación de un mundo que muestra nuevos enfoques, haciendo de la sostenibilidad la bandera a enarbolar en estos tiempos.

FACTOR DE ÉXITO

Revista para el Liderazgo Empresarial y de Negocios

CHILE | ECUADOR | COLOMBIA | MÉXICO | PANAMÁ | MIAMI | ATLANTA | REPÚBLICA DOMINICANA

ENCUENTRA
todas nuestras ediciones en un solo lugar

DISFRUTA de contenido **exclusivo sin costo**

ESCANÉAME EN **REALIDAD AUMENTADA**

AQUÍ 



APUNTA Y ACCEDER a la **nueva edición**

Descarga **Zappar**, totalmente gratis.



contenido



Ninguna persona que haya logrado algún nivel de éxito lo ha hecho sin fracasos

pág. **12** **John Maxwell**
Fundador de The John Maxwell Company, The John Maxwell Team y JMLF/Equip



Para trabajar con la comunidad hace falta un don y corazón

pág. **18** **Louis Negrón**
Director Ejecutivo y de Operaciones de 100 Black Men of Atlanta



P2K, fuerte compromiso con la sostenibilidad

pág. **26** **Carlos Sánchez y Guiomar Obregón**
CEOs y Fundadores de Precision 2000 (P2K)



Comprometido con el fomento de los valores y el liderazgo

pág. **30** **George Hoskins**
Director ejecutivo John Maxwell Leadership Foundation



enatlantaconéxito

El arte de hacer paellas

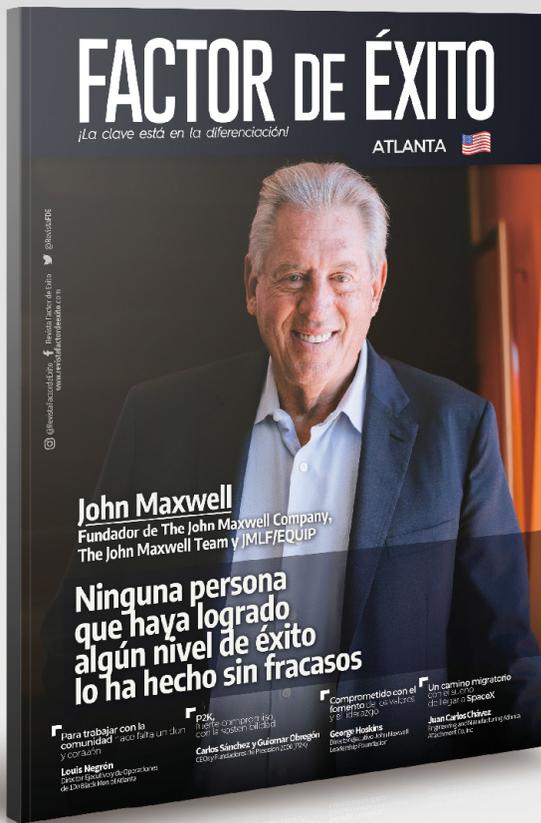
pág. **48** **Arturo Yzaguirre**



empresarialesvip

pág. **54** **Conversatorio Revista Factor de Éxito**
Transformación, el norte del nuevo liderazgo

► Revista Factor de Éxito Atlanta Número 3, Año 1



CEO y Directora Editorial:
Isabel Mariella Figueroa de Rolo
i.figueroaderolo@revistafactordeexito.com

Dirección Administración y Finanzas:
Isabel Cristina Rolo Figueroa

Director Ejecutivo Atlanta:
Gabriela Matute

Director de Arte:
Héctor Rolo Pinto

Directora de Mercadeo y Ventas:
Arianna Rolo

Directora de Comunicaciones Internacionales
Jacqueline León

Coordinadora Editorial
Siddhartha Mata

Redacción:
Eidrix Polanco
Isamar Febres

Asesores comerciales
Rosely Matos
Losiran Fuente

Contenidos web:
Roberto Rolo

Content Manager:
Gabriela Alfonso

Diseño y Diagramación:
Luis Gota
Bernardo Seijas

Webmaster:
Juan Rebollo

Portada:
John Maxwell
Conferencista, autor y coach
Fundador de The John Maxwell Company, The John Maxwell Team, The John Maxwell Leadership Foundation y Equip.

Articlistas:
Ismael Cala
Eddy Gouveia
Andreina Restrepo
Peter Van Del Lende
Luis Acosta

Revista Factor de Éxito Atlanta:
info@atlanta.revistafactordeexito.com

Instagram: @RevistaFactordeExito

Twitter: @RevistaFDE

Facebook: Revista Factor de Éxito
www.revistafactordeexito.com

Sede Principal:
Factor de Éxito Rolga Group SRL
RNC 1-3135817-9
Dirección: Av. Lope de Vega #29, Novo Centro. Nivel 3.
Local C-6. Ensanche Naco. Santo Domingo.
Teléfonos: +1 829.340.5724 – 809.542.2479
info@revistafactordeexito.com

Contacto Venezuela
+58-243-551.4801 / 424-385.1207

Revista Factor de Éxito Chile
info@chile.revistafactordeexito.com

Revista Factor de Éxito Colombia
info@colombia.revistafactordeexito.com

Revista Factor de Éxito Ecuador
info@ecuador.revistafactordeexito.com

Revista Factor de Éxito México
info@mexico.revistafactordeexito.com

Revista Factor de Éxito Miami
info@miami.revistafactordeexito.com

Revista Factor de Éxito Panamá
info@panama.revistafactordeexito.com



ENTRETENIMIENTO

Los que viajan diariamente a la oficina y los residentes de Dunwoody ya tienen un bar en azotea para visitar, donde pueden disfrutar de un cóctel mientras contemplan el horizonte del perímetro.

Bar Peri, ubicado en el séptimo piso del nuevo AC Hotel Atlanta Perimeter, abrió sus puertas recientemente, este

se convirtió en el primer bar en la azotea en el área de Perimeter donde se unió a uno de los distritos de entretenimiento de Dunwoody, allí se permite la venta de alcohol en envases abiertos.

Adam Hill, el gerente general del hotel, dijo a The Atlanta Journal-Constitution que los residentes han clamado por un lugar de

reunión de gran altura que aproveche los edificios emblemáticos de la zona, como las torres del Rey y la Reina.

El espacio de 4,000 pies cuadrados incluye áreas para sentarse en el interior y al aire libre. En total, Bar Peri tiene una capacidad de 130 personas.



NUEVOS TANGIBLES

Para el 55.6% de los tomadores de decisiones de la industria, la “Inclusión Financiera” representa la mayor oportunidad para las Fintech Latinoamericanas; seguida de la “transformación digital de todo el sector” (30.0%) e “impulsar las empresas locales y las nuevas empresas” (12.5%), según un estudio realizado por LendIt Fintech y LatAm Intersect PR.

La investigación, realizada entre casi 300 profesionales de Fintech en Latinoamérica, reveló que el sector minorista es el beneficiario más probable de la transformación Fintech (59.7% de los encuestados), seguido de la agricultura (12.5%) y los servicios gubernamentales/públicos (8.5%).

“Estos representan los ‘nuevos tangibles’ del sector; donde se creará valor y crecimiento. La inclusión bancaria, por ejemplo, no es una oportunidad limitada a los bancos e instituciones financieras de próxima generación. El 56.8% de los encuestados del sector bancario “tradicional” B2C destacan esto como la “mayor oportunidad única” de las Fintech; ciertamente, el futuro de estas organizaciones estará determinado por su capacidad de adaptación”, dijo Joy Schwartz, presidenta de LendIt Fintech.



CONVENIOS

La Cámara de Comercio Latinoamericana de Georgia, –LACC, por sus siglas en inglés, anunció un plan bianual que cuenta con la implementación de distintos convenios de cooperación y asistencia en materia de asesoría financiera con cuatro organizaciones alrededor del estado, en las que, la comunidad latina, tiene una presencia fundamental.

Los convenios han sido establecidos con las Cámaras de Comercio de la ciudad de Athens y la ciudad de Habersham, lo mismo que con la Coalición de Líderes Latinos de Dalton y The Club House de la ciudad de Augusta, reconocidas por servir desde hace largo tiempo a pequeños negocios, empresarios y emprendedores, así como a familias vulnerables.

“LACC se enorgullece de lanzar La Tienda Latina y La Cocina Latina, dos aceleradores de negocios para apoyar a los emprendedores latinos en el estado, en una industria con una significativa participación de nuestra comunidad, con rasgos culturales y lingüísticos relevantes”, dijo Alejandro Coss, presidente y director ejecutivo de LACC.



CAMBIOS EN USPS

A partir del 1 de octubre, USPS implementó nuevos estándares de servicio para su correo y paquetes de primera clase, alargando el tiempo de entrega en aproximadamente un 30% de su volumen. Eso significa que algunas cartas, paquetes y suscripciones a revistas que viajan distancias más largas tardan hasta cinco días en llegar, en lugar de dos o tres días.

Los cambios son parte del plan de 10 años de Delivering for America del Director General de Correos Louis DeJoy para reformar la agencia y tratar de abordar su enorme deuda. El plan, que ha generado controversia, también reduce el horario de la oficina de correos, aumenta los precios de los envíos postales para los clientes y provoca aún más aumentos en los envíos postales durante la temporada navideña.

Cada hora, el USPS procesa y entrega un promedio de 17,7 millones de piezas de correo, una parte de las cuales son paquetes de minoristas en línea como Amazon. Pero ha habido una disminución masiva en el volumen de correo de primera clase, como cartas, tarjetas y facturas, ya que los estadounidenses dependen cada vez más de los pagos y las comunicaciones electrónicas.



EXPANSIÓN

Visa Inc. anunció planes para aumentar su presencia en Atlanta, incluida la apertura de una nueva oficina en 2022. La expansión se basa en los compromisos de la empresa de servir a sus comunidades. Visa ha apoyado a los emprendedores y negocios locales inspiradores del área a través de programas como She's Next, Empowered by Visa, una iniciativa centrada en empoderar a las pequeñas empresas de propiedad de mujeres y afroamericanos.

“A medida que Visa continúa creciendo, es fundamental que tengamos una fuerte presencia local en áreas donde hacemos negocios importantes”, dijo Kim Lawrence, directora del mercado estadounidense de Visa.

“Atlanta representa un epicentro de experiencia en tecnología financiera, emprendedores resilientes, perspectivas diversas y una cultura comunitaria vibrante”, dijo Michelle Gethers-Clark, directora de diversidad y jefa de responsabilidad corporativa de Visa.



ACUERDO ESTUDIANTIL

Centros Apec de Educación a Distancia, CENAPEC, y el Consulado Dominicano en Miami firmaron un acuerdo a través del cual los dominicanos mayores de 15 años que residen en el Estado de Florida, Carolina del Norte, Carolina del Sur, Georgia y Bermudas, pueden finalizar sus estudios escolares y recibir su título de bachiller.

Los estudiantes estarán cursando el bachillerato virtual de CENAPEC, el cual les permite llevar el ritmo de sus estudios conforme a su disponibilidad de tiempo manteniendo los estándares de calidad educativa requeridos por el Ministerio de Educación de la República Dominicana.

Las instalaciones físicas de este consulado serán la sede para los estudiantes procurar información del bachillerato virtual, depositar la documentación correspondiente del proceso de inscripción, así como el espacio donde estarán realizando los exámenes que deban ser presenciales.



LA I285

Los funcionarios estatales pospondrán una importante reducción de carriles en el extremo superior de la I-285 hasta el verano del 2022 para tratar de evitar los principales problemas de tráfico.

El Departamento de Transporte de Georgia planeó reducir el perímetro de cinco carriles a tres carriles en cada dirección mientras continúan los trabajos

en un nuevo cruce de la I-285 en Ga. 400. Ahora, los cierres de carriles no se producirán hasta junio del 2022, después de que todo el trabajo de intercambio esté terminado.

La portavoz del Departamento de Transporte de Georgia, Natalie Dale, dijo que esperar hasta que se haga el otro trabajo hará que los cierres de carriles

sean mucho menos perturbadores. Pero también retrasa la finalización del proyecto hasta fines de 2022, lo que retrasa la construcción de uno de los tramos de carretera más transitados del país durante varios meses más.



ESPACIOS VERDES

La ciudad de Tucker pagó \$1.2 millones por la compra de un terreno en el centro de la ciudad el cual está listo para ser remodelado en un sendero de usos múltiples y espacios verdes públicos.

El Ayuntamiento cerró el trato el lunes con la familia Cofer, los dueños de las

cuatro parcelas a lo largo de Railroad Avenue y Second Street. El alcalde Frank Auman conversó con The Atlanta Journal-Constitution sobre la compra de terrenos la cual es un acuerdo “clave” que permite a la ciudad comenzar una red de caminos de usos múltiples. “Hemos estado

ansiosos por comenzar en ese tramo del camino durante mucho tiempo”, dijo.

Auman agregó que la ciudad está cerca de abrir otra área de espacios verdes al otro lado del centro de Tucker a lo largo de Lavista Road y Church Street. Auman espera que se abra próximamente



John Maxwell

**Fundador de The John Maxwell Company,
The John Maxwell Team y JMLF/Equip**

► Ninguna persona que haya logrado algún nivel de éxito lo ha hecho sin fracasos

Por: Siddhartha Mata

Es un orgullo y un privilegio para Factor de Éxito poder llevar a su audiencia internacional esta entrevista con el número 1 del liderazgo mundial, el reconocido y carismático John Maxwell. En ocasión de su viaje a República Dominicana para la implementación de su proyecto Transformación, logramos tener media hora en exclusiva con él. ¡Todo un honor para nosotros!

Llegamos a la cita y solo esperamos unos minutos cuando lo vimos entrar con su característica sonrisa y su expresión afable; de inmediato se hizo cercano, bromeó con nosotros y su equipo, y nos hizo sentir que estábamos frente a un amigo, un buen amigo. En un salón con vista al mágico azul del Caribe, John Maxwell, líder global, autor de más de 100 best seller sobre liderazgo y fundador de cuatro exitosas organizaciones, respondió a nuestras preguntas con tanta sencillez y amabilidad que nos impactó.

John C. Maxwell ha dedicado su vida a formar líderes que cambien el mundo; su programa apunta a un estilo de liderazgo transformacional, donde se identifica la necesidad de crear un cambio positivo, centrándose en el crecimiento de las personas hasta convertirlas en líderes que valoran a los otros. Y esto nos lo dejó muy claro a lo largo de la conversación: “Los líderes siempre hacen que las cosas mejoren. Y si no lo hacen, entonces para qué liderar. El único propósito del liderazgo es ayudar y si fallo haciendo eso, no soy un buen líder”, dijo.

Conversamos sobre sus inicios y tratamos de descubrir cuál ha sido el secreto de su éxito. Nos reveló muchas claves porque, en tan solo unos minutos, también nos demostró que, como todo excelente

líder, su pasión es enseñar y agregar valor a quien esté a su lado.

“Al principio yo no era un buen líder, pero practiqué, intenté, aprendí y crecí con las experiencias, y el que soy hoy es la suma de muchos años. Le digo a la gente que si somos intencionales, crecemos y mejoramos. Si tú me hubieses visto hace 50 años no me hubieses reconocido, hubieras pasado de largo en la calle y habrías dicho de mí: «ojalá pueda hacer algo en su vida», dijo riendo. Sin duda alguna, esto terminó de distender el ambiente y seguimos con las preguntas.

El buen liderazgo, según usted ha dicho, empieza por líderes que saben quiénes son. Le pregunto: ¿Quién es John Maxwell? ¿Cómo se definiría a usted mismo?

Yo no creo que en un principio un buen líder sepa quién es. Los líderes llegan a conocerse a sí mismos dejando que los otros que están cerca le hablen. Mucho de cuanto me conozco a mí mismo comenzó con gente a mí alrededor que me ayudó a ver mis fortalezas y mis debilidades.

Cuando me preguntas quién soy, me voy a describir en dos categorías: mi llamado y mi trabajo. Mi llamado estuvo muy claro desde joven, yo siempre he sabido que nací con el propósito de agregar valor, especialmente a líderes. Por eso escribo libros, hablo de liderazgo. No he tenido dudas de porqué estoy aquí en la tierra.

Pero, la otra parte de mi describirme a mí mismo ha evolucionado. La claridad ha venido a medida que yo sigo procesando y caminando hacia adelante. Así que quién soy y dónde estoy hoy es el resultado de mi llamado y mi crecimiento.

Conocerse no siempre es una tarea divertida, de hecho, puede ser realmente retadora, ¿por dónde se empieza? ¿Qué hay que preguntarse u observar de uno mismo?

Yo creo que todo comienza con un deseo de mejorar y eso estimula la disposición de ser vulnerable, abierto, transparente, receptivo, enseñable.

Yo creo que el éxito no es un buen maestro, pero creo que la adversidad, si somos humildes y abiertos, sí lo es. Yo quiero compartir con personas que deseen conocerse a sí misma. Si están dispuestas a aprender las lecciones difíciles y son receptivas al cambio necesario, pueden mejorar mucho.

¿Cuáles son los valores que han guiado su vida?

Para mí, primero que todo, los valores son el núcleo de la vida de una persona. Todos los días se toman decisiones basadas en ellos. Muchas veces las personas dicen que tienen que entender antes de tomar una decisión, pero la realidad es que nuestras decisiones son el resultado de nuestros valores. Es por eso que tengo tanta pasión por la transformación y lo que sucede cuando las personas abrazan buenos valores.

Yo he descubierto en nuestros años de ayudar a los países a transformarse que, cuando las personas aprenden buenos valores y luego los viven – porque tienes que hacer las dos cosas: aprender y el vivir es el compromiso de practicarlos–, llegan a ser más valiosas para sí mismas, para su comunidad y eventualmente para todo su país.

Así que nosotros tenemos el compromiso, a través de las mesas de transformación del proyecto, de ayudar a las personas a poder

entender buenos valores y expresarlos. De esta manera, hemos visto en esos grupos pequeños una increíble transformación de sus vidas. Muchas veces digo que no puedes crecer a menos que te conozcas, y crecerás en positivo si lo haces con buenos valores y esa es nuestra misión.

Un líder, da el ejemplo, ¿cuál es ese ejemplo que busca usted dar todos los días?

Las personas hacen lo que ven. Cualquiera puede decir, pero es lo que haces lo que verdaderamente importa.

En el comienzo de una relación lo que se dice es muy importante, porque las personas no te conocen, entonces toman tus palabras. Pero después de un tiempo, cuando te han observado y conocido, si respaldas tus palabras con tu comportamiento, y ambos son congruentes, no solamente obtendrás credibilidad ante ellos sino que, con el tiempo, tendrás autoridad moral y esta es la meta más alta de un líder.

La autoridad moral va mucho más allá de un título, de una posición, porque las personas siguen a un líder con autoridad moral. Un liderazgo se derrumba cuando las palabras y las acciones no están alineadas. Nosotros no solamente queremos que los líderes digan las cosas correctas sino que también hagan las cosas correctas.

Afirma haber estudiado a lo largo de su vida a muchas personas exitosas, ¿a quiénes admira usted y qué ha aprendido de ellos?

Muchas de las personas de las que he aprendido nunca las conocí, pero he leído sobre ellas. Por ejemplo, en los Estados Unidos, probablemente uno de los más grandes presidentes que hemos tenido fue Abraham Lincoln, porque lideró nuestra nación durante sus horas más oscuras y, conforme he leído, demostró habilidades para hacer las cosas correctas a pesar de la presión; eso es algo que yo admiro mucho. Lo mismo diría de Winston Churchill, de quien, además, admiro su valentía y coraje.

Un líder que no conocí, y tuve dos oportunidades que nunca se concretaron, fue Nelson Mandela. Quizás el mayor arrepentimiento en mi vida es que las reuniones que habíamos planeado no se llevaron a cabo. Su deseo y disponibilidad de superar el odio y no volcarlo en contra de la gente es algo increíble. De hecho, uno de los valores que enseñamos para la transformación es el perdón y este hombre es el mejor ejemplo de las grandes personas que han sabido perdonar a otros.

También he tenido el privilegio de conocer a muchos mandatarios y ex mandatarios a quienes admiro. Soy amigo de Tony Blair, por ejemplo.

Lo que he descubierto es que los grandes líderes siempre priorizan a las personas; no colocan su agenda personal sobre la gente, sino lo primero está cómo servir a la gente, cómo agregar valor, cómo hacer lo mejor.

El buen liderazgo siempre se desvía cuando el líder se pone a sí mismo antes que la gente, porque comienza a manipular. De nuevo, por eso es que enseñamos valores y entre ellos a aprender a valorar a las personas.

¿Cómo debe pensar un líder para alcanzar el éxito? ¿Se puede aprender a pensar como líder? ¿Qué paradigmas hay que cambiar?

Yo escribí un libro sobre cómo piensa la gente exitosa y fue un bestseller durante un buen tiempo. Yo creo que el primer pensamiento de un líder es «la gente primero». Una vez que te conviertes en líder renuncias al derecho o privilegio de ponerte de primero.

La segunda prioridad es entender a la gente. Si vas a poner a las personas primero, entonces tienes que conocerlas, entender sus necesidades y entre más las conozco mejor podré servirles.





Isabel Figueroa de Rolo, CEO Factor de Éxito y John C. Maxwell

¿Cómo se transforman los obstáculos en oportunidades?

Todos tenemos obstáculos y problemas. La vida es difícil para todos. Hay diferentes problemas para diferentes personas, pero todos tenemos adversidades.

Algo que yo enseño es que todo lo que vale la pena es cuesta arriba. Cuando me haces esta importante pregunta mi descubrimiento es que las personas que no enfrentan bien sus obstáculos es porque piensan que no deben tenerlos. Si yo pienso que no debo tener problemas, en vez de enfrentarlos me comienzo a sentir como una víctima, siento que la vida no es justa. Las personas que se sienten así nunca podrán solventar sus problemas y esperan que otros lo hagan por ellos.

Durante nuestra enseñanza en valores hablamos de esto y de la actitud, porque sabemos que los problemas nunca terminan. Entonces, no es no tener problemas lo que hará mi vida mejor, sino mi actitud y mi compromiso de enfrentarlos.

Tristemente, mucha gente separa éxito de fracaso y se dice «no fracasas, no fracasas». Eso es imposible. Nunca debemos separar estos conceptos, van juntos porque así es la vida: días buenos, días malos; tiempos difíciles, tiempos mejores; ganancias y pérdidas. En el momento que en el fracaso espero el éxito, llego a ser muy efectivo en la vida.

Cuando soy exitoso y acepto mis fracasos, eso me enseñará humildad, seré mucho más abierto y estaré dispuesto a aprender. Por el contrario, si en mis fracasos acepto mis éxitos, eso me ayudará a ser resiliente. El éxito y el fracaso se necesitan entre sí, se ayudan y se complementan. Cuando los separamos comenzamos a decepcionarnos de la vida.

El liderazgo que usted promueve es transformacional, ¿se ha encontrado con personas que piensan que los cambios no son posibles o que no quieren cambiar? ¿qué le dice para sembrar la semilla de la transformación en ellos?

Son muchas las personas que no creen en la transformación y está

bien. Siempre uno debe trabajar con las personas que deseen cambiar y que crean que la transformación puede ocurrir. Cuando uno trabaja con la gente que quiere que las cosas sucedan, la transformación y el cambio comienzan.

Mucha gente que no cambia es porque no han visto un ejemplo de cómo es la transformación. Desde el momento que la persona tiene un cambio en su vida y las otras pueden verlo, entonces dicen: «es posible y quizás también lo sea para mí». Por eso ponemos en nuestra formación a la gente en pequeños grupos durante las mesas de transformación, porque una vez que estás cerca de otras personas que están tomando buenas decisiones, todo comienza a tomar sentido y también empiezas naturalmente a tomar buenas decisiones.

Yo siempre le digo a los líderes: «No comiences con la gente que no quiere cambiar, eso es un trabajo difícil; empieza por la gente que sí quiere. Ahí es cuando se crea el movimiento y los demás comenzarán a seguirte».



Para terminar, y haciendo una analogía con el nombre de nuestra revista, ¿cuál ha sido el Factor de Éxito de John Maxwell?

Buena pregunta. Primero le digo a todos que tienen que tener una definición personal del éxito. Si yo pasara por esta mesa y le pido a las personas que me definan el éxito, tendríamos 8 o 10 respuestas diferentes y todas son válidas, porque el éxito es subjetivo.

Cuando tenía como 30 años, yo estaba comenzado a experimentar lo que diría éxito externo y me preocupé mucho porque vi a personas que tenían mucho éxito externo pero no eran felices. Entonces comencé a preguntarme dentro de mí, y no fuera de mí, qué es el éxito. Llegué a la conclusión que mi definición del éxito es: «que aquellos que mejor me conocen, me amen y respeten más. Piensa en esto, si las personas que no te conocen, te respetan más que las que te conocen, entonces tú tienes un gran problema».

Para mí el éxito son tres cosas: Primero, conocer mi propósito en la vida; si no lo conoces siempre vas a estar a la deriva y nadie llega a un destino que desee mientras esté a la deriva. Segundo, es crecer a mi máximo potencial; el regalo de Dios ha sido mi potencial, y mi regalo para él es maximizarlo. Y finalmente, sembrar semillas que bendicen a otros, no vivir solo para mí mismo, por eso estamos aquí en la República Dominicana, porque pensamos en otros y queremos agregar valor.

Yo nunca miro mi vida y me pregunto qué voy a recibir hoy o cuál va a ser mi cosecha. Yo todos los días veo mi vida y tengo una responsabilidad: sembrar semillas, agregar valor, ayudar a personas, sembrar, sembrar, sembrar...

La cosecha es automática y hoy a los 74 años la cosecha es enorme. Muchas veces me preguntan cómo llegaste a tener una vida así, y yo respondo: «porque siembro todos los días, nunca me he preocupado por la cosecha». Sé alguien que da, no que solo toma, siembra, ayuda a otros primero. Esa es una vida hermosa, y es la diferencia entre éxito y significado. Éxito es lo que he logrado y una vida de significado es ayudar a otros. Eso es quien soy y lo que hago, mi nombre es John y soy tu amigo.



EMOTIONAL BUSINESS BEYOND

www.yetmarketing.mx

 @yetmkt

 @yetmarketing.mx



► Para trabajar con la comunidad hace falta un don y corazón

“Tenemos una responsabilidad como líderes comunitarios. Asumimos seriamente ese compromiso y lo entendemos como una oportunidad de formar a los futuros líderes de Atlanta.”



Louis Negrón

**Director Ejecutivo y de Operaciones
de 100 Black Men of Atlanta**

Louis Negrón tiene una personalidad que difícilmente pasa desapercibida. A leguas se nota que es un hombre capaz de mover montañas por la fuerza de sus convicciones y su pasión por lo que hace.

Nacido y criado en California, por sus venas corre sangre negra y latina, pues sus padres son puertorriqueños. Desde pequeño asumió que su identidad está definida por esas dos culturas pertenecientes a las dos grandes minorías que habitan este vasto país.

Su vocación por ayudar a los más vulnerables la sintió desde muy joven y por ello decidió que su senda profesional sería el mundo de las organizaciones sin fines de lucro. Tuvo grandes maestros, entre ellos Marian Wright Edelman, destacada defensora de los derechos de los niños y familias en situación de riesgo en Estados Unidos, fundadora de Children's Defense Fund. Allí llegó Negrón a sus 18 años para iniciarse como pasante.

Su trayectoria de más de 20 años incluye haber trabajado en organizaciones como Year Up, United Way of Atlanta, United Way of Transylvania County, Operation HOPE y Supportive Housing Communities en Charlotte, Carolina del Norte. Todas ellas reconocen su destacado liderazgo e increíble habilidad para recaudar fondos.

Desde febrero está al frente de 100 Black Men of Atlanta, organización fundada en 1986 para atender a la juventud menos favorecida de Atlanta mediante becas estudiantiles, soporte a los estudiantes de educación superior y recursos a profesionales recién formados para iniciarse en la vida profesional con buen pie.

Su objetivo es muy claro: hacer de 100 Black Men of Atlanta la principal organización protectora de la infancia en Atlanta y el grupo más importante de mentores voluntarios de la ciudad. Y dice que para lograrlo es necesario tener una visión holística para entender la realidad de la comunidad. Puede ser que su fórmula esté dando resultados: en septiembre Louis Negrón fue reconocido como uno de los 50 latinos más influyentes de Georgia, distinción que entrega anualmente la Cámara Hispana de Comercio de Georgia. Pero, más allá de ese merecido reconocimiento, en el poco tiempo de su gestión Negrón ha demostrado habilidad para identificar las necesidades dentro de la comunidad a la cual sirve surgieron tras la llegada de la pandemia y ha sabido encaminar los cambios dentro de la organización para garantizar que esas necesidades sean satisfechas.

Asumió las riendas de 100 Black Men of Atlanta en medio de la pandemia. ¿Cómo influyó este relevo en tiempos tan convulsos en el manejo de la organización?

La llegada del Covid transformó no solamente la vida de millones de personas en todo el mundo, sino que con ello también la dinámica de la sociedad y las necesidades de las comunidades, entre ellas la que atendemos en 100 Black Men of Atlanta. La estabilidad mental y emocional de las familias sufrió un duro revés; muchos perdieron sus trabajos, otros tantos no pudieron seguir pagando sus hipotecas o alquileres, tuvieron que enfrentarse a dificultades económicas de proporciones desconocidas. El miedo y la incertidumbre se apoderó de nosotros. Esto sin mencionar a los seres queridos que se fueron víctimas de la pandemia: madres, padres, hijos, abuelos. Entonces, para muchos, nuestra organización se convirtió en el único salvavidas disponible. Y esa era la realidad que a gritos pedía atención inmediata. Comprar ropa, donar zapatos, entregar comida semanalmente para asegurar al menos una comida balanceada. Atención médica. Cursos





virtuales para ayudar a la formación profesional en tiempos donde no se conseguía trabajo o perdían el que tenían con una gran facilidad. Muchas organizaciones se vieron obligadas a adaptarse violentamente a los nuevos tiempos, evolucionar para lograr sobrevivir. Nosotros entendimos que el momento tan incierto demandaba nuestro liderazgo y compromiso con la comunidad. Aprendí que tenía que ganarme la confianza de nuestra gente, acercarme a ellos, escucharlos, entender qué necesitaban y demostrarles mi compromiso por lograr hacer realidad esas demandas. Muchos me conocían por mi trayectoria comunitaria y eso me ayudó en ocasiones a romper la barrera del escepticismo. Para mí es fundamental incorporar y atender el aspecto espiritual y humano que se esconde detrás de cada rostro, de cada familia, a mi estilo de liderazgo. Y eso me ha permitido conectar profundamente con mi comunidad.

En junio, 100 Black Men of Atlanta fue reconocida como la mejor seccional del año por su

organización matriz. ¿Qué hicieron ustedes diferente a las otras 8 seccionales que existen en el país?

100 Black Men of America, nuestra organización principal, premia los esfuerzos programáticos destacados y los resultados que obtienen cada una de las seccionales al promover nuestra misión global, porque te recuerdo que en todo el mundo existen más de 100 capítulos. Globalmente superamos los 10.000 miembros, aunque en Atlanta nuestra membresía está cercana a los 200.

Debes demostrar un liderazgo sobresaliente en las cuatro áreas de nuestro enfoque programático global: tutoría, educación, salud y bienestar y empoderamiento económico. Y lo hicimos posible gracias al compromiso y dedicación no solamente de nuestros miembros sino de nuestros patrocinadores, quienes comprendieron que nuestra comunidad necesitaba mayores recursos para atender una variedad más amplia de carencias. En 2020 pudimos garantizar becas

estudiantiles por más de US\$160.000 y en lo que ha transcurrido de 2021 nos acercamos a los US\$250.000. En medio de la pandemia 26 estudiantes de 5 universidades completaron exitosamente el programa que los prepara para desarrollar “soft skills” fundamentales para ingresar exitosamente a la fuerza laboral. Extendimos y ajustamos nuestro programa de formación continua para adecuarnos a las exigencias de los nuevos tiempos y dotamos a maestros con computadoras y software educativos.

Pero además, durante varios meses, proporcionamos entre 100 y 200 bolsas de comida semanales a nuestra comunidad, donamos ropa y calzado a muchos de nuestros miembros. Atendimos sus necesidades de salud. Les proporcionamos albergue. Iniciamos nuestro programa de justicia social “Operation Community Uplift” que culminó con varias sesiones de intercambio con nuestros jóvenes y varios seminarios de salud mental; logramos por primera vez reunirnos en el Capitolio con el gobernador Brian

Kemp. Todo eso luego de entender, como te comenté antes, que nuestro radio de acción tenía que ampliarse y sumar en este esfuerzo a nuestros patrocinantes.

Usted viene con la misión de integrar a dos comunidades, la latina y la negra, que constituyen las dos grandes minorías en la ciudad. Con muchas carencias, en muchas ocasiones marginados, pero que históricamente no han entendido la importancia de aunar esfuerzos para lograr mayores reivindicaciones. Por el contrario, se pueden llegar a identificar como rivales. ¿Cómo piensa lograrlo?

Yo pienso que es fundamental un liderazgo humano, que justamente entienda esas diferencias porque no puedes simplemente imponer que todos tienen las mismas necesidades y la misma visión de su entorno. Quizás porque conozco esos dos mundos

puedo identificarme con cada lado de una manera genuina y honesta. Puede ayudar que te sientan como “uno de los suyos”, pero al mismo tiempo demostrarles que no estás allí para tomar partido, sino trabajar por sus necesidades, que en muchos casos son las mismas. Datos recientes del censo arrojan que la realidad demográfica de Atlanta está cambiando. El número de nuevos residentes de raza blanca superó el crecimiento de la población negra, que dejó de ser la mayoría en la ciudad pese a seguir siendo el mayor grupo racial, casi la mitad de los habitantes de Atlanta. Y una vasta parte de ese 47% al cual me refiero vive en condiciones de extrema pobreza y sin ningún tipo de oportunidades para surgir o al menos mejorar sus condiciones de vida. Por otro lado, estamos viendo la llegada constante de población latina que ha escogido migrar a la ciudad por creer que existen mayores posibilidades de surgir, aunque luego la realidad

les golpea la cara. Entonces, vamos a unirnos. Vamos a reconocernos, a trabajar juntos. A entender que de la unión nace la fuerza. Dejar de lado los prejuicios que muchas veces nosotros mismos nos imponemos. Hay que formarse, prepararse. Aprovechar cualquier oportunidad que nos brindan para desarrollar habilidades y demostrar nuestras capacidades para superar nuestra vulnerabilidad como comunidad. Yo vine aquí a demostrarle a la juventud que hay un camino diferente a través del cual pueden garantizarse un futuro brillante. Eso sí, requiere de mucho esfuerzo. Yo quiero que el día de mañana, cuando yo no esté, digan que Negrón puso todo su empeño y corazón para ayudar a la comunidad negra y latina de Atlanta. Para cumplir con el compromiso hay que tener corazón y yo vine a dejar mi corazón en esto.



Georgia Hispanic Chamber of Commerce

▶ Hombro a hombro con emprendimiento hispano

La organización ofrece las herramientas necesarias para la creación y crecimiento de los pequeños negocios.

Según el censo de EE. UU. de 2020, la población hispana y latina en Georgia es aproximadamente del 10.5 %, o 1,123,457 personas. Ese número representa un aumento del 31.6 %, 269,768 personas, desde 2010. De ahí cobra especial importancia la labor que realiza la Cámara de Comercio Hispana de Georgia (GHCC), establecida en 1984, para promover y apoyar el desarrollo económico nacional e internacional de empresas y ciudadanos hispanos en el estado; además de su compromiso de servir como enlace entre las entidades no hispanas y el mercado latino.

Esta organización sin fines de lucro tiene como objetivo principal la formación, crecimiento y desarrollo empresarial, con base en el compromiso cívico y de liderazgo. Actualmente, cuentan con 1,300 miembros, 585 compañías afiliadas, cifras que la convierten en una de las cámaras hispanas más grandes de los Estados Unidos.

Del total de miembros de la Cámara de Comercio Hispana de Georgia, el 45 % son mujeres empresarias. En su dinámica organizan al menos 10 reuniones mensuales, que representan interesantes oportunidades de negocios para sus afiliados; igualmente, ofrecen servicios y programas a propietarios de negocios a través de consultas, talleres y seminarios. Ejemplo de esto es la unión con organizaciones como el “Small Business Development Center” para brindar programas de calidad a la comunidad Hispánica.

La GHCC, está presidida por Verónica Maldonado-Torres, quien anteriormente se desempeñó como directora de programas para Georgia Mentor Protégé Connection, donde ayudó al crecimiento de más de 150 empresas. Además, fue directora de alianzas estratégicas y asociaciones para el Consejo de Desarrollo de Proveedores Minoritarios de Georgia. Hoy, Maldonado-Torres también es CEO y fundadora de VMT Consulting, que ayuda a las pequeñas empresas

a aumentar sus ventas, asegurar contratos a largo plazo y maximizar su potencial de crecimiento. Hija de inmigrantes colombianos, ha sido galardonada en los premios de diversidad, equidad e inclusión 2021 de Atlanta Business Chronicle.

Siempre preocupados por los hispanos en general, la GHCC realiza actividades y alianzas en otras áreas que impulsan a la comunidad latina de Georgia. Recientemente, anunció su asociación Morris Brown College (MBC) en un esfuerzo por brindar a los estudiantes hispanos la oportunidad de obtener una educación superior y exposición a los campos profesionales deseados, así como oportunidades de aprendizaje experiencial para mejorar sus carteras. También organizó una exhibición del musical latino “In The Heights”, parte de una iniciativa para ayudar a más personas y empresas latinas a aprovechar los miles de millones de industria del entretenimiento.

Fundamentos de GHCC

▶ Desarrollo de pequeños negocios

Más de 10 oportunidades de networking y talleres cada mes
Acceso a grupos de negocios: Gwinnett, North Fulton y Cobb,
Oportunidades de negocios con funcionarios del gobierno local, del condado y del estado.
Programa acelerador de negocios.
Acceso a recursos para el desarrollo empresarial.

▶ Defensa Política

Jimmy McDonald y Jaime Rangel trabajan tiempo completo representando a GHCC y velando por los intereses de la comunidad Hispana en el Capitolio del Estado de Georgia.
Acceso a legisladores y líderes políticos que podrían influir en las decisiones de tu negocio y de la comunidad local.
El conocimiento de los protocolos políticos y las regulaciones creadas en entornos legislativos fomenta la productividad de tu empresa.

▶ Liderazgo

A través del instituto de “Liderazgo Hispano” y en alianza con la Universidad de Georgia, ofrecemos capacitación para nuestros futuros líderes.
Puedes ser parte activa de GHCC y representar nuestra cámara a través del programa de embajadores
Obten acceso al grupo de recursos empresariales (BRG) / Grupo de Recursos de Empleados (ERG)
Ofrecemos la oportunidad de participar por una beca de \$25,000 para inscribirte en el MBA ejecutivo que ofrece Goizueta Business School

▶ Mujeres

45% de las empresas son propiedad de mujeres.
Somos una fuente de referencia para la certificación de negocios de mujeres y la certificación de pequeñas empresas propiedad de minorías
Acceso a la Serie de Liderazgo Latina
Alianza con el Centro de Negocios de Mujeres de ACE.
Acceso a recursos para el desarrollo empresarial.

▶ Millennials

Acceso a la comunidad y eventos de jóvenes profesionales y empresarios hispanos (HYPE).
Exposición a líderes comunitarios
Visibilidad y contacto con posibles empleadores.
Crecimiento personal y profesional a través de redes, programas y seminarios.





► Un nuevo futuro alimentario como visión institucional

Kerry tiene como meta ser el socio más valioso de sus clientes para crear un mundo de sustentabilidad nutricional.

Juan Aguiriano

Head de Sustentabilidad de Kerry Global

Comprometidos a utilizar los conocimientos y experiencia para mejorar la sustentabilidad de los productos de sus clientes, Kerry la empresa de alimentos irlandesa, colabora con ellos para reducir las emisiones de carbono, el desperdicio de alimentos y el uso de agua.

La capacidad que tiene la compañía de ofrecer soluciones nutricionales positivas y equilibradas que ayudan a mantener una buena salud, protegiendo al mismo tiempo a las personas y al planeta, a esto llaman *sustentabilidad de la nutrición*. Un componente clave para lograr este objetivo es garantizar que sus estrategias de innovación se centren en resolver los mayores retos de la industria.

En conversación con Factor de Éxito, Juan Aguiriano, Head de

Sustentabilidad de Kerry Global, nos explica más sobre el manejo de la sostenibilidad en la compañía: "La amplitud y profundidad de nuestra capacidad en todas las categorías de alimentos y bebidas significa que hemos estado mejorando el perfil nutricional de los productos de nuestros clientes durante décadas, ya sea a través de la reducción de grasa, sal, azúcar y etiquetas más limpias, añadiendo beneficios funcionales clínicamente validados a los alimentos, como la mejora de la inmunidad, o con nuestra gama de probióticos, u otros ingredientes saludables".

Aguiriano es un pionero de la sustentabilidad corporativa con más de 25 años de experiencia. Actualmente, al frente de la estrategia de sustentabilidad de Kerry Group, líder mundial en Taste and Nutrition, está centrado en crear

un impacto significativo y positivo en el medio ambiente y en la sociedad.

¿Podría decirnos en qué se basa la estrategia "Más allá del horizonte"?

Alimentar a una población mundial creciente y mantener la salud humana dentro de un ecosistema sano, representa un enorme desafío para nuestra industria. Como parte de la visión de Kerry para la próxima década, vemos la posibilidad de un mundo de nutrición sustentable, que contribuya a la buena salud, y a la vez proteja a las personas y al planeta.

Nuestro objetivo para 2030 es llegar a más de dos mil millones de personas con soluciones de sustentabilidad nutricional. Lo lograremos en colaboración con nuestros clientes, utilizando la cartera de soluciones de Taste & Nutrition líder en el sector y

mediante el cumplimiento de nuestros compromisos de sustentabilidad.

¿Qué acciones están llevando a cabo para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030? ¿Puede darnos algunas cifras/números?

En 2020, Kerry puso en marcha un marco para seguir nuestro progreso hacia la consecución de nuestro objetivo de llegar a dos mil millones de personas con soluciones nutricionales sostenibles, evaluando toda nuestra cartera en función de una serie de criterios nutricionales. Actualmente llegamos a mil millones de personas con una nutrición positiva y equilibrada.

Recientemente anunciamos nuestros objetivos de sustentabilidad acelerados para alinearnos con el objetivo del Acuerdo de París de limitar el aumento de la temperatura global en 1,5 grados centígrados. La empresa ha aumentado sus objetivos de reducción de emisiones de carbono de alcance 1 y 2 del 33 % al 55 % para 2030. Este ambicioso objetivo refuerza la estrategia y los compromisos de sustentabilidad de Kerry "Más allá del horizonte", que incluye el objetivo de reducir a la mitad el desperdicio de alimentos y llegar a más de dos mil millones de personas con soluciones de nutrición sustentable para 2030.

Llevan ustedes más de 40 años en la industria alimentaria. ¿Qué los diferencia y los posiciona como líderes del mercado?

La sustentabilidad está en nuestro ADN en Kerry. Empezamos hace 50 años como cooperativa en el suroeste de Irlanda, es parte de nuestra herencia, y ahora más que nunca trabajamos con nuestros clientes en la alimentación sustentable y en su impacto ambiental y social. En los

últimos 10 años, hemos reducido nuestras emisiones absolutas de carbono en nuestras operaciones en casi un 30 %, y vamos a ser netos cero antes de 2050.

Kerry también está a la vanguardia para anticipar y liderar la respuesta de la industria a este complejo desafío a través de sus conocimientos sobre el consumidor, la innovación de clase mundial, la experiencia en aplicaciones y una larga historia de creación de soluciones de sabor y nutrición de manera sustentable.

Desde su punto de vista, ¿cree que es posible que el mundo logre un futuro más sustentable? ¿Qué queda por hacer?

La industria de la alimentación y las bebidas utiliza muchos recursos planetarios y es responsable de más del 25 % de los gases de efecto invernadero. Al mismo tiempo, hay 2,000 millones de personas con sobrepeso u obesidad y 700 millones que se encuentran desnutridos. Necesitamos que todas las partes interesadas se comprometan a combatir el hambre y la malnutrición. Sin embargo, no se trata sólo de asegurar suficientes alimentos para la población mundial, sino que también necesitamos alimentos más saludables y sustentables.

Hoy en día, el 30 % de los alimentos se desperdicia. Si como sociedad pudiéramos invertir la tendencia al desperdicio de alimentos, habría más que suficiente comida para alimentar al mundo. Los consumidores están despertando a estos hechos y simplemente no pueden continuar; de hecho, el 44 % de los consumidores están dispuestos a pagar más por los alimentos y bebidas que ayudan a resolver el desperdicio de alimentos.

Nos comprometemos a utilizar nuestros conocimientos y experiencia

para mejorar la sustentabilidad de los productos de nuestros clientes, colaborando con ellos para reducir las emisiones de carbono, el desperdicio de alimentos y el uso de agua. Para ello, empleamos una serie de tecnologías y soluciones.

Por ejemplo, recientemente hemos trabajado con un cliente que deseaba ampliar su gama en la categoría de productos con bajo o nulo contenido de alcohol, al tiempo que buscaba mejorar la eficiencia y el rendimiento. Utilizamos nuestra experiencia en ingredientes y aplicaciones cerveceras, combinada con nuestros conocimientos sobre enzimas y tecnología de procesos, para crear una gama de productos con bajo contenido de alcohol y menos calorías.

Esta nueva cerveza, con el mismo sabor auténtico y el proceso mejorado, es mejor para el planeta, ya que ofrece una reducción de hasta el 41% de las emisiones de carbono, y un ahorro de 2 dólares por hectolitro, con la reducción de los residuos, la energía y el uso del agua.

También hemos lanzado una nueva herramienta en línea para las cervecerías, que calculará los beneficios de sustentabilidad que nuestros productos pueden aportar en términos de toneladas de CO2 ahorradas, reducción de energía, y los coches equivalentes retirados de la carretera o los árboles plantados.

Con nuestra reciente adquisición de Niacet, líder mundial en conservación, tenemos grandes ambiciones para abordar la reducción del desperdicio de alimentos. Por ejemplo, la panadería es la categoría de mayor volumen de residuos alimentarios a nivel mundial. En 2002, Kerry y Niacet ampliaron la vida útil de aproximadamente 72,000 millones de barras de pan hasta un 75 %.

► P2K, fuerte compromiso con la sostenibilidad

LA CONSTRUCTORA EJECUTA OBRAS INNOVADORAS A TRAVÉS DE TECNOLOGÍA, TÉCNICAS DE CONSTRUCCIÓN PATENTADAS Y ESTRATEGIAS AVANZADAS DE GESTIÓN DE PROYECTOS



Carlos Sánchez y Guiomar Obregón
CEOs y Fundadores de Precision 2000 (P2K)

Analíticos e investigadores, los ingenieros Guiomar Obregón y Carlos Sánchez son los CEOs y fundadores de Precision 2000 (P2K), una contratista general que brinda productos y servicios de alta calidad en proyectos de infraestructura civil, relacionados con el transporte, incluidos aeropuertos, bases militares, carreteras, caminos peatonales, cruces, intersecciones y aceras.

En P2K son apasionados de la construcción de infraestructura que las comunidades necesitan para crecer y prosperar. Tienen la experiencia, la capacidad y el respaldo financiero no solo para administrar proyectos, sino también para ejecutar casi todas las facetas de la construcción internamente. Su enfoque es minucioso, lo que garantiza un servicio consistente y confiable con un resultado final que, afirman, pueden respaldar al 100%.

Guiomar Obregón, después de obtener un título en Ingeniería Civil en la Escuela Colombiana de Ingeniería en Bogotá, completó su MBA y Maestría en Ciencias en Ingeniería Civil en el Instituto de Tecnología de Georgia y luego obtuvo una Maestría Ejecutiva en Finanzas de la Universidad Estatal de Georgia. Por su parte Carlos Sánchez tiene un título de ingeniero civil de la Escuela Colombiana de Ingeniería en Colombia, y una Maestría en Ciencias en Gestión de Tecnología, (Programa Ejecutivo) del Instituto de Tecnología de Georgia.

Por las características innovadoras y de vanguardia que tiene P2K, a través de la implementación de tecnología, técnicas de construcción patentadas y estrategias avanzadas de gestión de proyectos, conversamos con Guiomar Obregón y Carlos Sánchez sobre la sustentabilidad aplicada a la ingeniería civil, como parte del futuro de la construcción con miras a tener un mundo cada día más sostenible.

Quando se aplica el término sostenible a la ingeniería civil, ¿cuáles son los objetivos a lograr con los proyectos?

Los materiales que se puedan reciclar, los reciclamos, para minimizar el desperdicio. La tendencia actual es que muchos de los proyectos están diseñados para que sean LEED Certified, es decir, que cumplan requisitos para ser sostenibles. Eso implica tratar de reciclar la mayor cantidad de materiales que se pueda, tratar de comprar los materiales dentro de una distancia cercana a la obra para minimizar el uso de transporte y la contaminación que genera la transportación de los materiales.

Otro aspecto es la utilización de equipos más eficientes de aire acondicionados, utilización de energía solar, energías renovables son

características que prevalecen en el diseño de la obra y que persisten durante la ejecución para que sean considerados sostenibles. A través de la evaluación de los esfuerzos para hacer la obra sostenible y mediante una metodología establecida se contabilizan los puntos que darán el nivel de certificación LEED que un proyecto obtiene. Nuestra empresa Precision 2000 (P2K) construyó un proyecto que alcanzó el nivel Silver de LEED, se trata de un parqueadero con oficinas de despacho para el Aeropuerto de Atlanta.

¿Cómo integran en P2K el concepto de sostenibilidad a las obras que realizan?

En las obras que ejecutamos, cuando lo permiten las especificaciones, usamos materiales reciclados; principalmente concreto. Adicionalmente, ciertas porciones del asfalto usado proviene del reciclaje de vías en asfalto. Esto ahorra en el costo de materiales y ayuda a reducir los niveles de contaminación. En las demoliciones que hacemos en las obras, separamos los materiales por categorías y reciclamos el acero, el concreto, la madera, etc., para minimizar la cantidad de escombros que se va a los rellenos sanitarios.

¿Cómo se mide la sostenibilidad de una obra?

LEED tiene diferentes niveles para otorgar la certificación a una obra. Cumplir con ciertos requisitos te otorga puntos. Por ejemplo, si reciclas material te da puntos. Obviamente hay mucho desperdicio que se genera en la construcción de los proyectos, se seleccionan y separan entonces los materiales, la madera y metal, y eso te da puntos.

Normalmente nosotros usamos consultores que nos ayudan con ese conteo -digámosle así- y al final mandamos un reporte del puntaje para que nos den la certificación. Es una forma estándar de medir y acreditar una obra con LEED.

¿Cuáles son los retos para desarrollar una ingeniería sostenible, específicamente en EEUU?

Uno de los retos principales es el costo. Es decir, la gente no le ve el beneficio pues a corto plazo esas obras pueden llegar a ser más costosas y a veces quieren ahorrar el dinero empezando la obra y no le invierten todos los recursos que se necesitan para construir una obra sostenible.

En el largo plazo muchas de estas obras, durante su funcionamiento y operación, puede que sean más económicas porque ahorran energía, son más eficientes usando energía solar, equipos más eficientes o reciclado de aguas, utilización de las aguas Lluvia, etc.

Su compañía se especializa en pavimentación y reparaciones de hormigón, convirtiéndose en referencia para reparaciones con este material, ¿qué aporta la prefabricación de hormigón al modelo de obra civil sostenible?

En las reparaciones, es muy complicado usar prefabricado. Se han hecho algunos ensayos en Texas y es bien complicado porque nunca sabes lo que vas a encontrar, es difícil prever la profundidad o el espesor de las placas o las condiciones de la base. No sabes lo que vas a encontrar.

Obviamente, para ciertas obras nuevas se usan bastante elementos en concreto prefabricado, como en muros y puentes. La ventaja es que tienes en un solo sitio la fabricación del elemento de concreto prefabricado, lo que lo hace más eficiente. No tienes tanta contaminación en el sitio de la obra; se ahorra en tiempo y materiales de formaletería cuando se compara con fundir el concreto en el sitio.

Es mucho más eficiente, más rápido y más sostenible que los prefabricados.

El uso de prefabricados en las vías no ha avanzado mucho. Han hecho ensayos pero no se han visto buenos resultados desde el punto de vista económico en la práctica.

¿Cuál es el compromiso social que su empresa ha asumido? ¿Qué los motivó a desarrollar las diferentes iniciativas que llevan a cabo?

P2K tiene un fuerte compromiso con la comunidad en general.

Por un lado, está el apoyar a nuestra comunidad de trabajo. P2K es una empresa familiar y nuestros empleados son parte de esa familia. Estamos comprometidos a ofrecerles oportunidades para mejorar su calidad de vida y superarse en lo profesional.

Durante los 23 años de la compañía, hemos querido ser modelo de

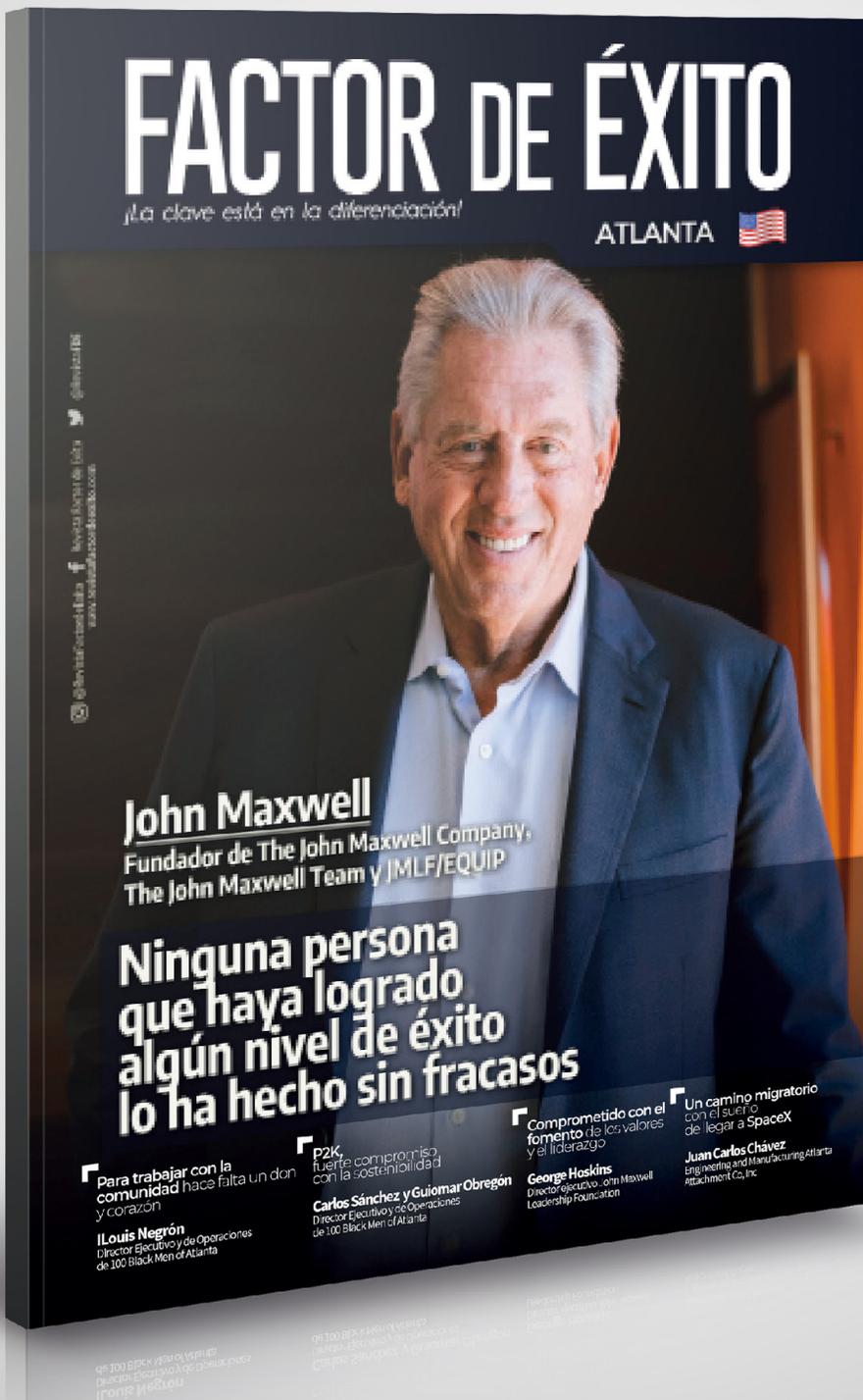
profesionalismo y extender nuestro éxito a otras compañías de propiedad Hispana. Guiomar, co-fundó la Asociación de Construcción Hispana de Georgia (GHCA) para ofrecer educación y oportunidades de negocios a esas empresas.

P2K cree que es importante proporcionar herramientas a las nuevas generaciones de latinos para acceder a mejores oportunidades de educación y de trabajo. Por ello, hemos creado programas para orientar a los estudiantes de bachillerato sobre las oportunidades que ofrece la industria de la construcción.

Asimismo, desde hace 15 años tenemos un programa de pasantías para estudiantes de ingeniería civil colombianos que les ha ayudado a mejorar su capacidad profesional. Finalmente, tenemos scholarships o programa de becas con Georgia Tech's School of Building Construction y School of Civil Engineering para ayudar a educar a más hispanos y más mujeres en el campo de la ingeniería civil y la construcción.



Revista para el Liderazgo empresarial y de negocios



ANUNCIA AQUÍ

RESERVA TU ESPACIO
COMERCIAL

+1 829 959 5724

@revistafactordeexito

info@revistafactordeexito

factordeexito.com

A portrait of George Hoskins, a middle-aged man with a shaved head and a grey goatee, wearing a purple and white checkered button-down shirt. He is looking directly at the camera with a slight smile. The background is dark with horizontal gold-colored bars.

George Hoskins

Director ejecutivo John Maxwell Leadership Foundation

► COMPROMETIDO CON EL FOMENTO de los valores y el liderazgo

A través de su trabajo con organizaciones impulsadas por una misión, ha dirigido iniciativas que han impactado positivamente en personas de Estados Unidos, América, África y Asia

George Hoskins es un ejecutivo enfocado en proporcionar liderazgo en una amplia gama de áreas, incluida la fabricación, la educación, la producción cinematográfica y la gestión de proyectos para marcas de renombre mundial. En estas áreas, ha liderado magistralmente negociaciones para adquisiciones multimillonarias, gestionado negociaciones de contratos con gobiernos extranjeros y estadounidenses, estructurado contratos con socios y proveedores, liderando iniciativas de desarrollo de productos y negocios globales, y gestionando producción cinematográfica internacional.

Hoskins considera que el sello distintivo de su éxito, es su capacidad para navegar y negociar la doctrina de negocios extranjeros, construir equipos culturalmente diversos, establecer infraestructura y operaciones comerciales, administrar asuntos financieros y transaccionales tanto de Estados Unidos como fuera.

Así, desde 2019, se desempeña como el director ejecutivo de la John Maxwell Leadership Foundation, organización que busca la transformación de las sociedades a través de la formación en valores de líderes que multipliquen esos valores. La fundación combina su influencia y recursos con el deseo y el compromiso de los líderes de

primer nivel de cada país, obteniendo resultados verdaderamente transformadores.

Precisamente, en una visita que hizo a República Dominicana, previo a la implementación de Transformación en ese país, George Hoskins conversó con Factor de Éxito.

Como director ejecutivo de la John Maxwell Leadership Foundation, ¿cómo ha logrado alinear tantas culturas en todo el mundo a un mismo propósito?

Es una gran pregunta y fácil de contestar porque nosotros no necesariamente tratamos de alinear las culturas. Nosotros enseñamos valores que son universales y comunes en todas las culturas, como lo son la honestidad, la integridad, familia, perdón. No hay cultura en el mundo que no crea en la honestidad, en el perdón o en la familia.

Trabaja con personas de muchas partes del mundo, ¿cómo lidera un grupo tan multicultural y heterogéneo?

Escuchando mucho. Nosotros no vamos a una cultura pensando que tenemos todas las respuestas. Nosotros vamos con un marco de trabajo llamado “El proceso de Transformación de Maxwell” y la primera parte trata de descubrir.

Hacemos muchas preguntas, investigamos, reunimos a las personas más influyentes. Y luego, solo cuando ellos aceptan la metodología que traemos y los valores que proponemos, es cuando empezamos a trabajar con el programa.

Luego de estar paralizado por la pandemia, el trabajo de la John Maxwell Leadership Foundation comienza en República Dominicana, ¿Por qué escogieron ese país?

Primero que todo, yo he venido a la República Dominicana por más de 10 años; y era mi sueño, cuando yo comencé con la Fundación John Maxwell hace dos años, traer Transformación aquí.

Por esto, venir a la República Dominicana era nuestro plan antes y después del Covid-19. ¿Por qué es este en país el primer lanzamiento postcovid? Porque encontramos a mucha gente en el país, como Raúl Burgos y Heriberto Arboleda, que sentían que este era el momento para la República Dominicana, este era el momento para el cambio, para los valores, que el país estaba listo para aceptar y crecer en valores. Y cuando hicimos nuestra investigación, nos dimos cuenta que estaban en lo cierto.

Para 2022 estamos preparando el lanzamiento del proyecto

Transformación en Ruanda, Papúa Nueva Guinea y, también, estamos en conversaciones con Trinidad y Tobago para lanzar potencialmente allí.

Además del proyecto Transformación, ¿qué otras actividades e iniciativas realizan?

En la fundación estamos realmente enfocados en transformar países y producimos todos los materiales para la transformación. Además, tenemos un programa para niños y jóvenes, llamado “Yo lidero”, que actualmente se realiza en Guatemala, Paraguay y Costa Rica. Tenemos más de 1.6 millones de niños en el programa. Durante el 2022 implementaremos “Yo lidero” en tres estados de los Estados Unidos y, además, esperamos comenzar en la República Dominicana.

Usted está en Estados Unidos, ¿cómo se lidera a distancia la implementación de estos programas?

Es una gran pregunta porque nosotros no lideramos a distancia, nosotros empoderamos amigos y un gabinete en el país para que ellos lideren. Lo que hacemos es que les proveemos los recursos, investigaciones, liderazgo. Por ejemplo, las personas que lideran Transformación en República Dominicana son dominicanos.

¿Cuáles son las expectativas que tiene la fundación con la implementación de Transformación en República Dominicana?

Lo primero que esperamos es poder comprometer en las próximas dos semanas entre 25 y 35 mil personas en las mesas de transformación. Hemos visto en el transcurso de los años en los países en los que hemos hecho esto, que se han producido cambios tremendos en los negocios, las familias y en las políticas. Por ejemplo, si te fijas en Guatemala, el banco más grande de ese país luego de implementar las mesas

de transformación, encontró que la productividad subió en un 80 %. Eso significa que el ausentismo laboral comenzó a disminuir, ahora trabajan de una manera más eficiente, no roban. Estas cosas pasan en todas las compañías que se comprometen con las mesas de transformación.

También vimos que muchas de esas personas tenían problemas familiares: hombres que no escuchaban a sus esposas, padres y madres que no tenían buena relación con sus hijos, esposas que no tenían buena relación con sus esposos; y, cuando les hablamos del valor del perdón, se ha producido un proceso de curación en las familias.

En cuanto a la educación, vimos que los jóvenes comenzaron a subir sus calificaciones, el absentismo escolar empezó a bajar, el porcentaje de graduados también subió. Esto ha ocurrido en Paraguay, Guatemala y Costa Rica. Entonces, esperamos que eso mismo ocurra en la República Dominicana.

ATLANTA - MIAMI - NEW YORK



En nuestras Ediciones DIGITALES,

MÉXICO



REP. DOMINICANA



PANAMÁ



COLOMBIA



ECUADOR



CHILE



tu Empresa, Marca o Negocio,
tendrán una mayor
PROYECCIÓN INTERNACIONAL

FACTOR DE ÉXITO



+1 (829) 519 4415



factordeexito.com

► UN CAMINO MIGRATORIO con el sueño de llegar a **SpaceX**

Casi 7 años de travesía por varios países llevaron al venezolano Juan Carlos Chávez a participar en uno de los proyectos más valiosos para la humanidad y hacer del diseño un elemento sustentable y sostenible .

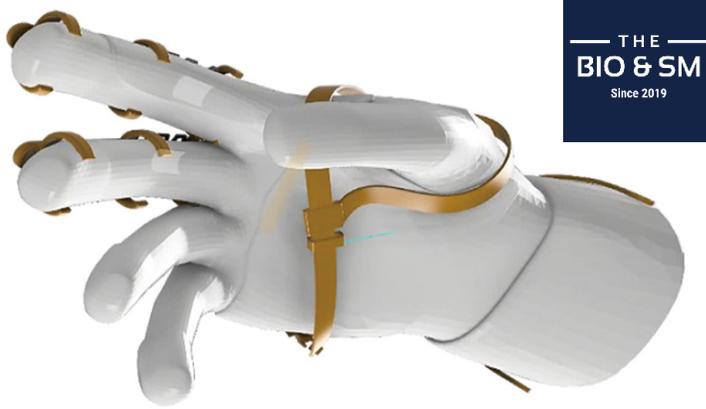
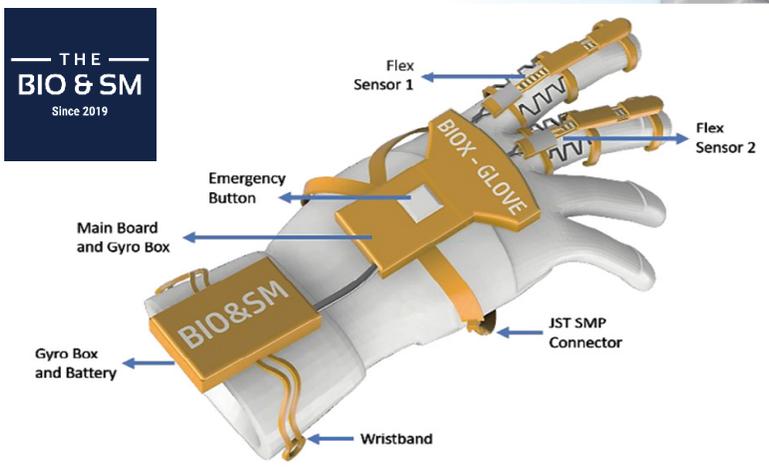
Juan Carlos Chávez

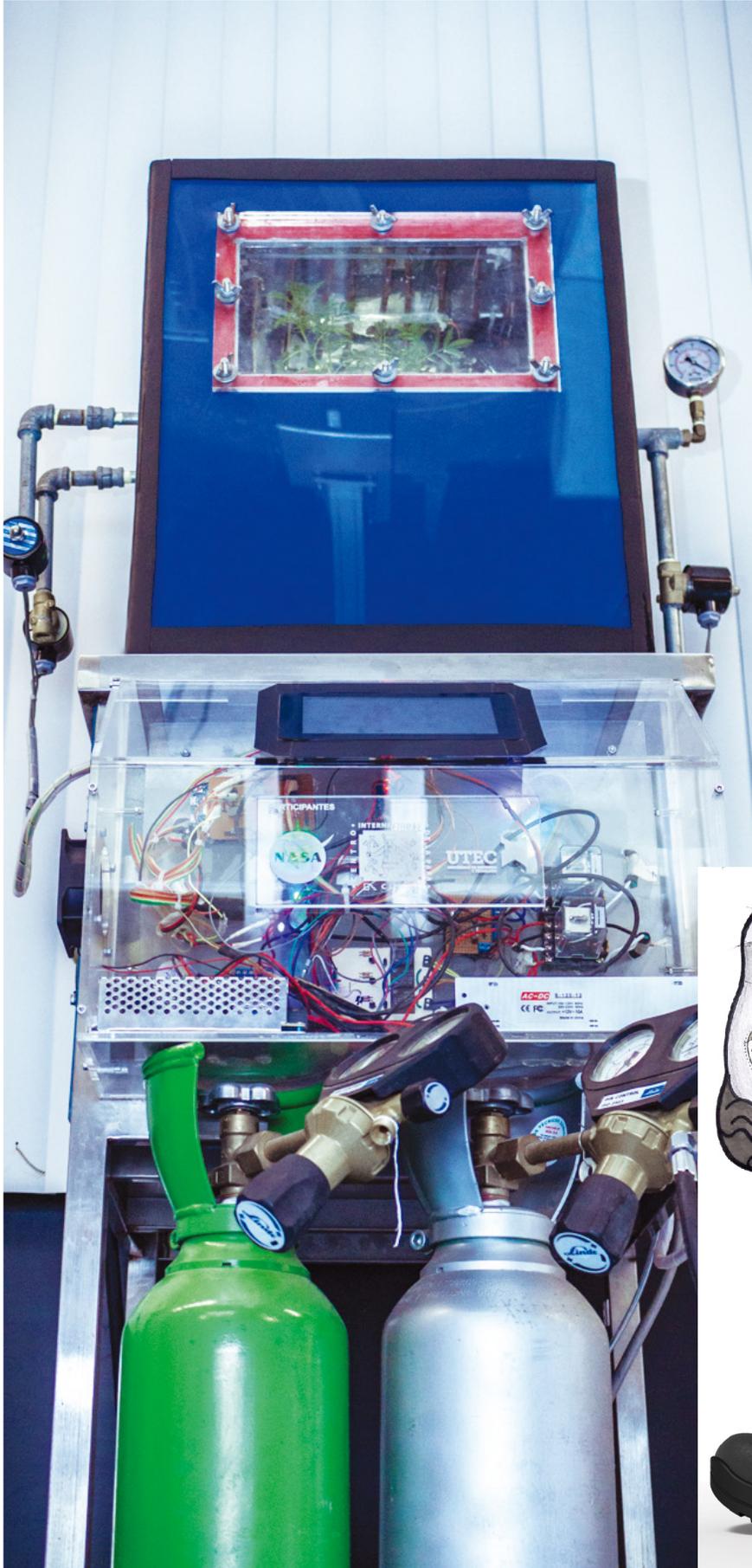
Engineering and Manufacturing Atlanta Attachment Co, Inc

Al preguntarle al diseñador industrial venezolano Juan Carlos Chávez sobre su trayectoria profesional en Estados Unidos, su calificativo inmediato es una “experiencia-travesía” de 7 años desde que salió de Venezuela.

Aunque lo soñó, las realidades migratorias a las que se enfrentó, muchas veces negaban la posibilidad de su sueño. Chávez relata que la situación industrial en el país para el año 2014 se hizo cada vez complicada para emprender.

“Me asocié con un ingeniero con el objetivo de diseñar y fabricar nuestras propias máquinas, así como los productos que estas fabricaran para el mercado de consumo. Nuestro primer pedido fueron 100.000 empaques para comida y estábamos en negociaciones para ser proveedores de piezas en termoformado plástico para una empresa fabricante de transporte pesado, pero el desplome industrial del país me hace tomar la decisión de irme de Venezuela”, comenta.





Su primer destino fue Perú. Con solo dos maletas, una de ropa y la otra llena de libros, llegó a la nación inca con la meta de dar clases de ingeniería y enseñar a ingenieros a pensar y enseñar a creativos, algo que podía lograr gracias a su experiencia en las aulas de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB) en Venezuela.

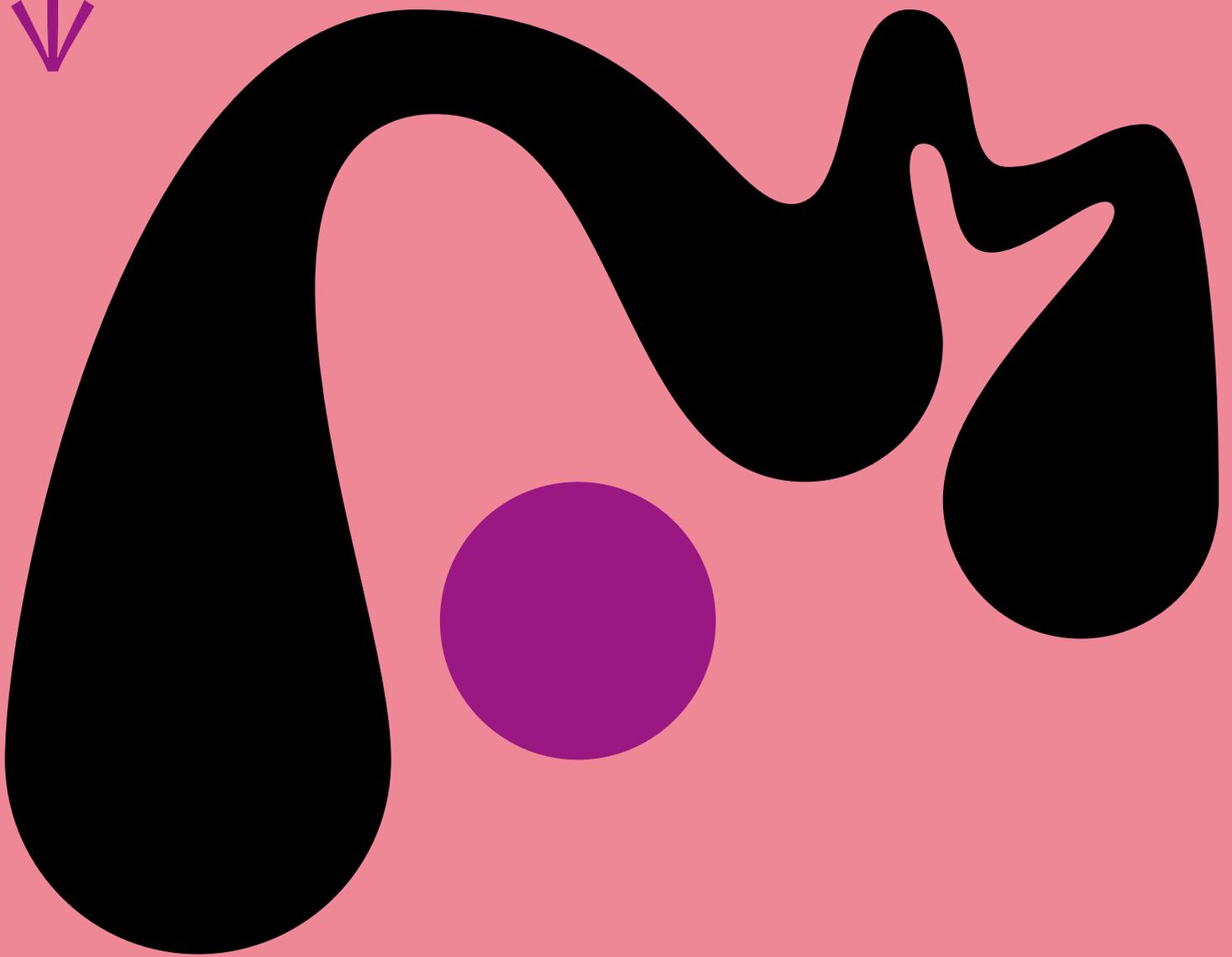
Sin embargo, para el 2019 la administración gubernamental de estudios superiores exigía por decreto que las universidades solo debían contratar a profesores con el grado de maestría y como emigrante, fue imposible costear una maestría.

Llegar a Chile: Una “avalancha”

En 2019 decide irse a Chile con las mismas esperanzas, pero esta vez, el resultado fue diferente. “Mi sorpresa es que recibo la oferta de unirme a la plana docente a tiempo parcial en la universidad y con la maravillosa posibilidad de iniciar mi PhD en dicha universidad. ¡Fue como una avalancha! Comencé a conocer a profesores de otras universidades y recibí propuestas para ingresar como académico en sus universidades y lo mismo pasaba con las empresas de diseño y desarrollo”, cuenta Chávez.



El playground para creative thinkers.



**M.AD
PUNTA
CANA**

We cultivate
unconventional
minds.

Apply Now!

www.miamiadschool.do



Pero los eventos sociales en marzo de 2020 en Chile afectaron todo lo que había construido. Decidió ir de vacaciones a Estados Unidos, pero para ese momento había perdido mucho más que una oportunidad laboral.

“Me había quedado sin nada, sin hogar, sin trabajo, sin país donde ir, incluyendo hasta mi pareja sentimental... Viví en un sofá por un año, pero ese año fue mi resurrección como Ser, toda la perspectiva de mi vida había cambiado en un mes”, describió.

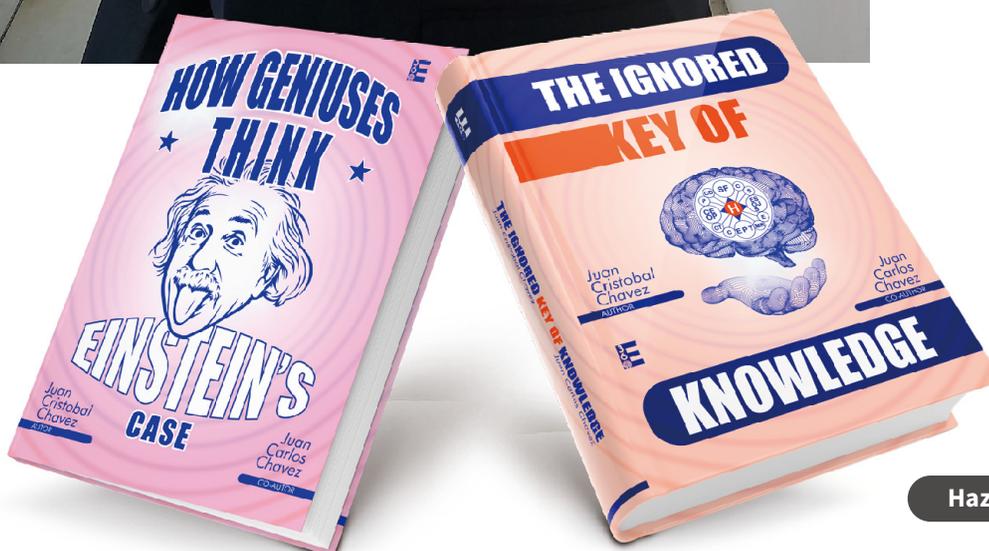


En ese camino poco a poco fueron surgiendo nuevos escenarios, aprendió a hacer pizzas en un local de comida rápida, a mantener y limpiar un hotel, ayudó a su padre a terminar de escribir su libro donde es co-autor y fue invitado como asesor internacional en el equipo de Bioastronautics and Space Mechatronics Research Group, invitado por el Dr. José Cornejo, Director de la BIO&SMM, en donde actualmente se desempeña como ingeniero de diseño investigador.

Ya con su permiso de trabajo en los Estados Unidos, luego de varios meses de espera, finalmente Atlanta Attachment le abre sus puertas para trabajar con ellos, el objetivo de su participación es la implementación de nuevas tecnologías y aplicar su experiencia profesional.

NASA un sueño cumplido

“Desde adolescente he estado consciente que me iría de Venezuela, que todo lo que aprendiere en el país que fuera, no es para quedarme en ese lugar, si no, más bien, es solo un paso del sueño que siempre tuve de niño: trabajar en la NASA . Ahora bien, algo muy curioso me ha estado pasando desde que llegue a Atlanta, conocidos y colegas profesionales me comentan que a mi me ven es trabajando en SpaceX, la verdad sin que ellos lo supieran me inclino mucho a los sueños de Elon Musk, por que no?



[Haz clic aquí](#)

“Si me tocara de nuevo pasear perritos, preparar pizzas, quedarme sin país y perderlo todo para lograr los sueños de mi corazón con tal de alcanzar las estrellas y el espacio lo haría de nuevo.”

Juan Carlos Chávez

El diseñador industrial cuenta que en Perú participó en los dos proyectos que marcaron su carrera profesional a nivel internacional: El desarrollo de un equipo biomédico y lograr la posibilidad de sembrar papas en el planeta Marte, con el objetivo de alimentar a las colonias de astronautas que irán a dicho planeta.

Enviar un kilogramo de papas al espacio costaría 10.000\$, por eso se empeñaron en crear un clima controlado, utilizando las condiciones de Marte para sembrar papas y así estar a un paso más cerca de ir al planeta rojo.

“Un trabajo internacional con tres instituciones NASA, CIP y UTEC, cada equipo articulando información, experiencias, documentos top secret, envío de equipos tecnológicos, fabricación digital, y de nuevo, mi metodología haría presencia en un proyecto como este”, destaca.

Oriundo de Mérida, una región de los andes venezolanos insta a hacer del diseño, un elemento sustentable y sostenible, desde un enfoque que considere los problemas actuales sin comprometer los recursos, sean de tipo industrial o social. Además, recomienda aplicar de forma inteligente y racional metodologías de desarrollo e innovación, con el fin de crear un ciclo de vida del producto viable para el ambiente, así como también en lo económico y social.



Ediciones internacionales en simultáneo para:
Chile-Ecuador-Colombia-México-Panamá-Miami-Atlanta



Una revista que diversificará las
opciones editoriales
digitales
en el país..!

No te quedes fuera!

Contáctanos
y elige tu visibilidad



Atlanta



Chile



Colombia



Ecuador



México



Miami



Panamá

REVISTA PARA EL LIDERAZGO
EMPRESARIAL Y DE NEGOCIOS

www.revistafactordeexito.com

@RevistaFactordeExito Revista Factor de Exito @RevistaFDE

► **Gestión hotelera, con énfasis en el capital humano**

Como promotora de cultura de Davidson Hospitality Group y directora de talentos y cultura en Bellyard Hotel Tribute by Marriott Atlanta, cree que colaboradores comprometidos crean valor en el negocio de la hospitalidad.

Jenny Reyes

**Directora de talentos y cultura
en Bellyard Hotel Tribute by Marriott Atlanta**

En la industria hotelera crear experiencias únicas para los huéspedes y brindar un servicio líder es clave. Bajo esta filosofía de Davidson Hospitality Group, Jenny Reyes, directora de talentos y cultura en Bellyard Hotel Tribute by Marriott Atlanta, desempeña la gestión humana, área fundamental para generar ese impacto positivo en el cliente.

Comenta Jenny que es importante involucrar a los colaboradores con las metas de la organización, que estén informados y sepan cuáles son las metas a corto y a largo plazo. “Compartir información financiera y KPIs es importante para que ellos se sientan parte integral de la empresa y cómo su función impacta los resultados que se obtienen”, dice.

“En Bellyard por ejemplo, nosotros desde RRHH, compartimos con el personal todas las semanas a través de correo electrónico y reuniones diarias de 10 minutos cuál es nuestro posicionamiento en relación a otros hoteles y qué está comentando la gente en redes sociales acerca de nuestros servicios (...) Esto va acompañado por una

política de puertas abiertas, donde los empleados se sientan libres de expresar a Recursos Humanos y a cualquier otro líder inquietudes o nuevas ideas. Y que esas inquietudes o ideas sean respondidas de una manera ágil y oportuna”.

La directora de talentos y cultura en Bellyard Hotel Tribute by Marriott Atlanta, cree que el personal necesita sentir que es apreciado, que sus opiniones importan, que se escucha y se pone en práctica lo prometido. “Si ellos creen en los líderes, si ellos saben cómo su trabajo impacta la organización, saben lo que se espera de ellos y tienen una conexión con sus líderes que va más allá de la rutina laboral, logramos como resultado unos colaboradores comprometidos que harán todo a su alcance para asegurarse de que seamos exitosos”.

En Davidson el entrenamiento a todos los niveles es vital. Por medio de entrevistas estructuradas atraen talento que cree en su filosofía. Una vez se unen a la organización, los colaboradores reciben capacitación sobre las políticas y procesos. “Es de suma importancia preparar a

los futuros líderes en cómo hacer coaching con sus empleados para mantener una dinámica consistente y justa a través de toda la organización”, comenta Reyes. Además, mantienen un proceso de seguimiento a partir de los 90 días en donde colaboradores son evaluados y se les provee con entrenamiento adicional, si es necesario, y a la vez los nuevos integrantes proveen feedback de sus gerentes.

“Durante este proceso también obtenemos información acerca de los intereses de los colaboradores en cuanto a su crecimiento profesional y los colocamos en un programa de mentorship para aprender otras disciplinas de manera que puedan ser promovidos cuando se presente la oportunidad. Buscamos feedback constante interactuando de forma continua con nuestros empleados, murales en donde los mismos se describen con un emoji de cómo se sienten durante el día. Hacemos encuestas anuales de manera anónima y los resultados son utilizados como base para crear el plan anual de cada departamento con iniciativas para promover un ambiente de trabajo justo y positivo”.



El COVID-19 causó estragos en el área de negocio de Bellyard, las estadías se vieron afectadas debido a que muchas empresas han reducido los viajes de negocios y se están reuniendo de manera virtual. Los clientes buscan un servicio más personalizado y la atención a los detalles es más valorada.

“Todos hemos tenido más tiempo para estar en casa y apreciar ciertas rutinas que se habían perdido como el cenar o almorzar en casa, afectando el consumo de comidas y bebidas en restaurantes. Cosas sencillas como comprar un café de camino al trabajo han cambiado. Veo más personas trayendo al trabajo su café y comida preparados en casa”.

Para la trayectoria de Reyes, ser la promotora de cultura en Davidson ha sido un gran reto ya que el personal en la compañía es muy diverso. Entender los comportamientos de cada individuo y el trasfondo de cada conducta puede llegar a ser desafiante, porque un simple comentario o un gesto con buena intención puede ser visto de otra manera por el colaborador. Entender las costumbres de nuestros colaboradores y cómo éstas afectan el entorno es un aprendizaje continuo. “Mediar en este tipo de ambiente es interesante”, añadió Reyes.

El idioma ha sido otro reto que ha mejorado bastante con el tiempo, diversidad de culturas viene acompañada por la variedad de idiomas, hacer llegar mensajes de forma clara a veces es difícil, pero muy gratificante cuando haces todo a tu alcance y consigues tu objetivo. “Davidson tiene el índice más bajo de rotación de personal en toda la industria y me enorgullece ser parte del equipo de Recursos Humanos que trabaja arduamente para lograr este objetivo.”



Formación
en
emprendimiento

Mujeres
ROFÉ 



Fundación ROFÉ
- Impulsamos ideas de impacto social -



Formación
en
tecnología



¡Si quieres
cambiar
el mundo,
**toca una
vida!**



Síguenos



www.tocaunavida.org



Carolina Bimonte

DE CHEF DEL GOBERNADOR A INSTAGRAMER

La chef de la mansión del gobernador de Georgia convirtió la licencia por coronavirus en un negocio en auge.



Cuando el coronavirus detuvo los eventos en la Mansión del Gobernador de Georgia durante la primavera 2020, Carolina Bimonte, empleada y pastelera de la mansión desde hacía mucho tiempo, tuvo que encontrar la manera de seguir cocinando y sirviendo dulces desde su casa.

La graduada de Lê Cordon Bleu AS ha estado horneando pasteles, galletas y postres en la Mansión del Gobernador desde 2014, originalmente bajo el exgobernador Nathan Deal. Luego, continuó trabajando para la mansión cuando el gobernador Brian Kemp asumió el cargo en 2019.

Bimonte explicó que, mientras esperaba regresar a la mansión, decidió comenzar a hornear desde su casa. La pastelera luego publicó su selección de dulces en las páginas de las redes sociales. “Hice una publicación en un grupo de Facebook del condado de Gwinnett y en solo un par de horas, tuve 60 consultas y 8 pedidos confirmados”, explicó Bimonte.

La residente de Lawrenceville dijo que tiene una cuenta de Instagram y se está preparando para lanzar un sitio web para su negocio de repostería casera al que llamará “My Sweet Vanilla”, en honor a su perro.

La chef veterana dice que “si bien disfruta de poder trabajar desde casa,

espera regresar a la mansión del gobernador para eventos futuros”. En cuanto a lo que le depara el futuro en el negocio desde casa, expresa que seguirá siendo innovadora. “No sabes cómo será la próxima semana, así que siempre trato de pensar en lo que la gente querrá. La gente siempre querrá comer y querrá postre. Solo tienes que ser creativo y promocionarte”, dice Bimonte.

Arturo Paellas

► **El arte de hacer paellas**

Sabor tradicional y decoración colorida son los elementos que caracterizan las conocidas paellas que Arturo Yzaguirre cocina en las experiencias gastronómicas de su servicio de catering.

Arturo Yzaguirre, venezolano nacido en Acarigua, estado Portuguesa, afirma que de su lugar de origen viene la originalidad con que cocina y decora sus paellas. Desde pequeño nació su pasión por la cocina. Cuenta que su padre era un excelente cocinero: “Cuando niño me despertaban los olores de comida en mi casa, y permanecían desde que me levantaba hasta que me dormía. Mi papá era un cocinero a otro nivel porque hacía comidas de todo tipo de países”. Con el tiempo desarrolló las técnicas e incorporó otros condimentos y, con su vecino y mentor (Jj Sarmiento), aprendió a cocinar los arroces que hoy día le han llevado a ser reconocido en todo el estado de Georgia como Arturo Paella.

Tras 20 años en los Estados Unidos, Arturo dice que su negocio tomó auge durante 2019 y 2020, previo al COVID-19; luego, la necesidad de reinventarse dio otro impulso a su emprendimiento. “Aquí estoy, en Atlanta que es una gran ciudad, trabajando, dando lo mejor que yo puedo hacer, que es cocinar mis paellas”.

En la ciudad que todo el mundo identifica con Coca-Cola y CNN, Arturo ofrece una experiencia en vivo con su servicio de catering, donde cocina para los comensales sus famosas paellas. Reconoce que el mayor desafío que enfrenta es cuando debe cocinar volúmenes grandes: “Cocinar delante de 100 o 300 personas, bien sea en una sola paellera o en tres paellas simultáneamente, no es fácil, porque te enfrentas más que nada al público, al cliente. En un Restaurant, saca las mismas cantidades de comida pero nadie está viendo el nivel de estrés, los regaños dentro de una línea de trabajo. Pero para un evento como los que yo hago, tienes que lograr sacar toda la comida y que la gente al frente tuyo te vea la mejor cara”.





Muchos se asombran por el arte con el que decora sus paellas y las califican como mandalas gastronómicas por sus colores y formas. Su secreto: “En un cuaderno o en una cartulina dibujo un círculo grande y empiezo a diseñar cómo me gustaría decorar la paella. La práctica previa es muy importante y después tu cerebro empieza a hacer magia y a crear. Primero, los pimentones, los pimientos... y así empiezo”.

Ha llegado a cocinarle a celebridades y considera que el verdadero éxito no es el dinero sino ver la satisfacción de cada uno de sus comensales cuando disfrutan de sus creaciones. “Cuando te abraza un cliente porque la comida quedó excelente, cuando te escriben cosas bonitas porque lo que están comiendo está bueno, para mí realmente ese es el verdadero éxito”.

No descarta abrir su propio restaurante, pero sin abandonar el negocio del catering: “no abandonaría el estar en público, ya que es algo demasiado gratificante”, concluye.

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



Georgia, el mejor estado para hacer negocios

Por octavo año consecutivo, Georgia ha sido nuevamente nombrado como el mejor estado para hacer negocios, según Área Development, una publicación comercial de desarrollo económico.

Al igual que en 2020, el gobernador Brian Kemp anunció el premio en la apertura de un nuevo almacén de Amazon, un centro de cumplimiento de robótica de 450,000 pies cuadrados en el condado de Columbia, un suburbio de Augusta.

El gigante del comercio electrónico Amazon ha creado alrededor de 21.000 puestos de trabajo en Georgia desde 2010, y la rápida expansión





de la empresa de Seattle demuestra que el estado es atractivo para los inversores privados, expresó el gobernador.

“Gracias a los esfuerzos para el desarrollo de la fuerza laboral, la creación de empleos resilientes y un entorno favorable a los negocios, Georgia está saliendo de la pandemia global con un impulso económico sin precedentes”, dijo Kemp en un comunicado.

Las clasificaciones de Área Development se basan en una encuesta a 50 firmas consultoras privadas, que clasifica a los estados en base a 13 mediciones. Según la publicación comercial, Georgia obtuvo los puntajes más altos en: el costo de hacer negocios, un gobierno estatal cooperativo y receptivo, y un entorno laboral competitivo, entre otras categorías.

Para el período de 12 meses que finalizó en junio de 2021, la inversión económica en Georgia aumentó un 46% a \$10,97 mil millones, en comparación con el mismo período del año anterior, según la oficina del gobernador. El total de puestos de trabajo creados aumentó un 5% a 33.439.

Sin embargo, la pandemia sigue afectando la economía. El crecimiento del empleo en Georgia se desaceleró en agosto, ya que la economía general del estado se redujo en 500 puestos de trabajo. Un economista atribuyó esto a las preocupaciones sobre contraer COVID-19 en el trabajo.

Amazon ha impulsado una gran parte del crecimiento de Georgia, con ocho centros logísticos en todo el estado. También planea nuevas instalaciones en East Point, Acworth y Kennesaw.

Se proyecta que los empleos en el sector de almacenes de Georgia crecerán un 12% durante la próxima década, en comparación con el 9% a nivel nacional, según un informe de 2019 de Georgia Power. Sin embargo, las ganancias medias por hora para el sector promedian \$14.51 en Georgia, en comparación con \$15.38 a nivel nacional.

Por otro lado, algunos georgianos están comenzando a rechazar el crecimiento a medida que los centros de distribución invaden las áreas residenciales, lo que genera más ruido y tráfico.

Conversatorio Revista Factor de Éxito

Transformación, el norte del nuevo liderazgo

En encuentro tan ameno como interesante, y con la presencia del afamado John C. Maxwell y líderes de varios sectores de República Dominicana, llevamos a la palestra un tema clave para construir el futuro de las nuevas sociedades.

En nuestro tercer conversatorio, titulado “Desafío del liderazgo en negocios, empresas y gestión pública para la construcción de un país”, reunimos a los protagonistas de los diversos sectores de República Dominicana para conocer su visión sobre un nuevo estilo de liderazgo, cuyo objetivo es transformar, impulsar el crecimiento social y forjar un cambio constructivo en la sociedad. “Estamos muy conscientes que el liderazgo va más

allá de influenciar a otros para alcanzar un objetivo común, es generar nuevas visiones, es plantear cambios innovadores que den resultados positivos, es dar cabida a nuevas ideas, es escuchar, es inclusión, es tener empatía ... es transformar”, dijo en la bienvenida Isabel Figueroa de Rolo, nuestra CEO.

El encuentro comenzó con la participación del afamado autor,

conferencista y coach John C. Maxwell, considerado el número 1 en liderazgo a nivel mundial. Con su carisma y personalidad acaparó la atención de todos los presentes desde el momento de su llegada. En su ponencia compartió su experiencia como líder global y resaltó la importancia de lograr la transformación en valores para alcanzar el máximo potencial de las personas y las sociedades. Maxwell se encontraba en República Dominicana



John Maxwell, conferencista, autor y coach; Juan Vereecken, presidente del Grupo LIDERE



Andrés García, CEO Factor de Éxito; Arianna Rolo Figueroa, directora de Mercadeo Factor de Éxito; Isabel Cristina Rolo Figueroa, directora ejecutiva Revista Factor de Éxito; John Maxwell, conferencista, autor y coach; Isabel Figueroa de Rolo, CEO Factor de Éxito; Héctor Rolo, CEO Factor de Éxito; Luis Daniel Arias, asesor de Negocios Internacionales.

en ocasión de la implementación de su programa “Transformación” e hizo un espacio en su complicada agenda para acompañarnos durante el conversatorio.

“No puedes edificar sin una visión, pero la visión se trata del mañana, los valores son cosas de hoy. Lo que tú hagas hoy determinará lo que harás mañana. Los valores son lo que lleva la visión (...) Cuando conoces tus valores, la toma de decisiones es muy simple”, agregó.

Precisamente, la implementación de su proyecto fue el tema de conversación del primer panel: Dominicana se Transforma. Raúl Burgos, presidente de la fundación, Heriberto Arboleda, miembro y colaborador; y Juan Vereecken, presidente del Grupo LIDERE, conversaron junto a Isis Abreu, directora Gente y Gestión, Distribuidora Corripio –quien se ha convertido en una ferviente colaboradora– sobre el proyecto y las grandes expectativas que República Dominicana tiene en él.



Arianna Rolo Figueroa, directora de Mercadeo Factor de Éxito; Isabel Cristina Rolo Figueroa, directora ejecutiva Revista Factor de Éxito; Jacqueline Mora, viceministra de Técnica de Turismo; Antonio Taveras, Senador por la provincia Santo Domingo; Bredyg Disla, directora Comunicación Corporativa y Sostenibilidad de AES Dominicana; Isabel Figueroa de Rolo, CEO Factor de Éxito; Héctor Rolo, CEO Factor de Éxito; Rafael Velazco, Superintendente de Electricidad



Isis Abreu, directora Gente y Gestión, Distribuidora Corripio; Juan Vereecken, presidente del Grupo LIDERE; Raúl Burgos, presidente de Dominicana se Transforma; Heriberto Arboleda, asesor y miembro de Dominicana se Transforma.

“República Dominicana es un país lleno de personas exitosas, educadas, pero sobre todo enseñables, con corazones abiertos, personas que desean mejorar sus vidas”, afirmó Juan Vereecken durante su participación.

Continuando con la agenda del encuentro, en el panel 2, Alexander Schad, presidente ejecutivo de Frederic Schad SAS; Juan Miguel Curbelo, director general de Administración y Finanzas de Corporación Avícola del Caribe, Pollo Cibao; y Anyarlene Bergés, vicepresidente de Relaciones Institucionales, Comunicaciones y Sostenibilidad INICIA, hablaron del líder empresarial frente a un escenario mundial regido por el cambio constante y la innovación.

“Identificar talentos, trabajar empáticamente con diferentes personas, con distintas personalidades pero teniendo la oportunidad de identificar sus fortalezas, es un aspecto importante dentro de tu empresa”, dijo Juan Miguel Curbelo.

El liderazgo en gestión pública también se ha visto la necesidad de implementar cambios estratégicos y retadores para

adaptarse a los nuevos tiempos. Así lo conversaron en el panel 3, Rafael Velazco, Superintendente de Electricidad; Antonio Taveras, Senador por la provincia Santo Domingo; Jacqueline Mora, viceministra Técnica de Turismo; y Jatzel Román, viceministro de Asuntos Consulares y Migratorios.

“El liderazgo público tiene que tener una serie de características: el compromiso con el público, el país, la honestidad y la transparencia”, expuso el Senador Taveras; mientras que el viceministro Jatzel Román agregó que “la ética, el trabajo y la integridad son vitales”.

Mariel Bera, presidenta de ECORED; Laura Rojas, directora ejecutiva de Nature Power Foundation; y Margarita Miranda de Mitrov, presidenta de la Fundación Sinfonía; junto a Thony Da Silva, socio director de Pizzolante, conformaron el cuarto y último panel, en el que el tema central fueron los retos para ejercer el liderazgo social en la actualidad.

“No existen empresas exitosas en sociedades fracasadas” dijo Mariel Bera. Laura Rojas añadió que “la clave es el

empoderamiento de las comunidades a través de la sostenibilidad del cambio”.

Durante su participación, nuestra directora ejecutiva, Isabel Cristina Rolo Figueroa, hizo un reconocimiento al equipo que conformamos la revista: “Para nosotros, y sabemos que para ustedes debe ser igual, un líder no es nadie sin su equipo. Y aprovechamos la oportunidad para mostrarles, con orgullo, el rostro de las personas que han sido la base para que Factor de Éxito haya tenido un crecimiento sostenido desde que sacamos nuestra primera edición en el 2016”, dijo en un emotivo momento.

De esta manera, en Factor de Éxito afianzamos nuestro liderazgo como una revista con enfoque empresarial y de negocios, tanto para República Dominicana como en nuestras ediciones internacionales para Atlanta, Miami, Chile, Colombia, México, Ecuador, Panamá y Nueva York; y reafirmamos el compromiso que hemos asumido de llevar a nuestras diferentes plataformas temas que impulsen el crecimiento de la región.



Alexander Schad, presidente ejecutivo Frederic Schad SAS; Rayvelis Roa, Especialista en comunicación estratégica; Isabel Cristina Rolo Figueroa, directora ejecutiva Revista Factor de Éxito; Anyarlene Bergés, vicepresidente de Relaciones Institucionales, Comunicaciones y Sostenibilidad de INICIA; Isabel Figueroa de Rolo, CEO Factor de Éxito; Héctor Rolo, CEO Factor de Éxito; Arianna Rolo Figueroa, directora de Mercadeo Factor de Éxito; Juan Miguel Curbelo, director general de Administración y Finanzas de Corporación Avícola del Caribe - Pollo Cibao



Héctor Rolo, CEO Factor de Éxito; Isabel Figueroa de Rolo, CEO Factor de Éxito; Isabel Cristina Rolo Figueroa, directora ejecutiva Revista Factor de Éxito; Mariel Bera, presidenta ECORED; Laura Rojas, directora ejecutiva Nature Power Foundation; Margarita Miranda de Mitrov, presidenta de la Fundación Sinfonía; Thony Da Silva, socio director de Pizzolante

DESCONÉCTATE PARA CONECTAR CONTIGO

Por: Isamel Cala

Periodista, escritor, motivador y conferencista inspiracional y empresarial.

www.IsmaelCala.com

Twitter: @cala

Instagram: ismaelcala

Facebook: Ismael Cala

La tecnología ha sido nuestra gran aliada para facilitarnos la vida, de eso no cabe la menor duda. Sin embargo, es normal que, ante el uso y abuso constante de cualquier artefacto conectado a internet, nos sintamos tan agotados que nuestro cuerpo y nuestra mente nos pidan parar.

El derecho a la desconexión digital es ley en distintos países. Por ejemplo, en España una investigación de InfoJobs que data de 2017, arrojó en aquel entonces que solo el 28% de las empresas respondían a políticas de desconexión digital, mientras que el 51% de los trabajadores reconocían que contestaban correos y contestaban llamadas laborales tanto en vacaciones como durante los fines de semana.

Si bien las responsabilidades de los distintos puestos laborales puede que exijan mayor disponibilidad para unos que para otros, es necesario que

sepamos poner límites entre nuestras vidas privadas y nuestros trabajos, porque en el medio de estas dos subyace nuestra salud mental.

De hecho, en países como Irlanda ya se maneja la posibilidad de un código de derecho al descanso, en el que se tocan tres puntos importantes: el derecho a no trabajar diariamente en horarios fuera de lo regular, la no penalización por ello y el respeto entre los empleados hacia sus compañeros de desconectarse.

Este último punto captó mi atención, ya que es el reconocimiento de esa necesidad de cuidarnos los unos a los otros, porque si bien las empresas son las responsables de brindar una adecuada gestión del tiempo a sus colaboradores, la responsabilidad individual juega un papel importante en el cumplimiento de este derecho.

Cuando somos responsables de nosotros mismos, pero también de quienes nos rodean, generamos un cambio cultural importante, lo cual parece una bendición en tiempos donde la salud mental de todos pende de un hilo debido al burnout.

La invitación es a que seamos responsables con nosotros mismos, pues tan quemadoras son las apps que utilizamos en el trabajo, así como nuestras redes personales. De lo contrario, ¿qué estamos haciendo realmente? El fuego no se apaga echándole más gasolina a la candela.

Así que, a la hora de descansar, desconéctate para conectarte contigo, y así disfrutarás de aquellas actividades en las que no necesitas ningún tipo de tecnología, y que en cambio; te acercan más a tus seres queridos y te generan gran alegría.



UN LÍDER DEL SECTOR PÚBLICO PUEDE Y DEBE GESTIONAR POR ACTIVIDADES

Por: Eddy Gouveia

por un cliente que busca mejores opciones y por lo mismo no se pueden permitir trasladar a sus precios el desperdicio o ineficiencia en la ejecución de sus operaciones.

En el otro lado de la acera encontramos que muchas de las prestaciones estatales no pueden ser ofrecidas por privados porque la ley lo establece así expresamente o las barreras de entrada son prácticamente insalvables. Configurándose en la práctica un monopolio de derecho o de hecho en el cual si queremos viajar como pasajeros de aerolíneas comerciales tenemos que usar un aeropuerto, unos servicios de aduana y de migración controlados por instancias públicas.

Por definición estas autoridades u órganos de ejecución gubernamental no siempre deben responder a presiones competitivas y se pueden permitir fijar tasas, primas o aranceles por un monto tal que en la práctica cubre ineficiencias y desperdicios que el sector privado empresarial simplemente no se puede permitir.

Viendo ahora las similitudes, desde la óptica de las prácticas de gestión de rentabilidad, encontramos que ambos sectores ejecutan actividades para prestar sus servicios. Siendo esta la gran coincidencia y sobre la que se deben compartir las buenas prácticas para beneficio de todos.

Lo interesante de enfocar la gestión en las actividades es que los gerentes se preocupan menos del consumo de recursos (siendo este el foco tradicional del presupuesto público, la rendición de cuentas y la fiscalización) y más en qué se logra de la ejecución de los procesos y las actividades (siendo esta la clave de lograr eficiencias y evitar desperdicios).

Afortunadamente la gestión basada en actividades es un terreno que desde los trabajos de costeo basado en actividades de Kaplan y Norton desarrollados en Harvard desde finales de los 80's y principios de los 90's ha evolucionado tremendamente. Hoy en día son muchas las maestrías, estudios especializados (e incluso mentorías de entre 60 y 80 horas como las que he diseñado) que explican cómo construir un modelo de costos, gestión y presupuesto por actividades.

Con esta herramienta que pone el énfasis en las actividades que hace una organización para prestar los servicios que ofrece o generar las mercancías

que vende se consiguen las mejores eficiencias posibles. Esto tras ejecutar con método y orden las actividades de trabajo lo que termina produciendo una importante eficiencia en el consumo de recursos por montos nada despreciables que no solo cubren la inversión en el desarrollo del modelo de costos, sino que generan ahorros a perpetuidad suprimiendo actividades ineficientes con las ventajas que esto implica.

Desafortunadamente la popularidad de esta práctica es mucho mayor en el sector empresarial privado que en el sector público. Lo cual es hasta paradójico porque muchos de los casos que Kaplan y Norton trabajaron cuando iniciaron el diseño de la metodología tenían que ver con el sector salud y servicios públicos (vialidad, limpieza y atención ciudadana, gestión de puertos, entre otros), que ocupan un espacio importante del accionar público. Y los privados, justamente al ver los logros y eficiencias que se obtenían por la multitud de casos seriamente documentados en el sector público, abrazaron esta práctica convirtiéndola hoy en un proceso de gestión muy utilizado en corporaciones y en medianas empresas.

Y allí está el rol que el liderazgo público de nuestros países latinoamericanos está llamado a cumplir con urgencia: ¿Cómo revisamos las prácticas de gestión gubernamental y leyes que la regulan para abrazar a la brevedad las técnicas de costos basados en actividades que tantos beneficios han reportado al sector público y privado en otras latitudes?

La urgencia que clamo está más que justificada en estos tiempos que las finanzas de los gobiernos tanto a nivel municipal, estatal, nacional y entes adscritos registran el fuerte impacto de la desaceleración económica de la pandemia, aderezado por las presiones inflacionarias de las medidas de estímulo a sectores económicos y personas en problemas ante la misma:

Desde esta tribuna me pongo a la orden de cualquier ente público que desee explorar esta herramienta y las ventajas que reportará para las colectividades a las que atiende. Solo deben solicitar una sesión estratégica de cortesía y libre de compromiso en el enlace que aparece al final. Invitación que también es extensiva a organizaciones de cualquier ámbito.

En múltiples debates que he seguido a lo largo de muchos años he encontrado algo como esto: en el sector privado empresarial el lucro de la organización y sus accionistas tiene prelación sobre objetivos colectivos (incluso si existe una fuerte vocación de RSE y prácticas de sostenibilidad). Mientras que en el sector público el servicio al pueblo y el bienestar social son los principales motores de la gestión gubernamental.

La idea en estas líneas no es abrir un debate que se concentre en diferenciar ambos mundos de la gestión ni la virtud de uno sobre el otro, sino encontrar un hilo conductor común y buenas prácticas de los #numerosquevenden que se utilizan ventajosamente en un sector que bien pudiera replicarse en el otro.

Y es aquí donde quiero hacerte una pregunta. Si tanto el sector privado empresarial a gran escala como el público están conformados por organizaciones que en su mayoría prestan servicios, ¿qué los diferencia y qué tienen en común entre sí? Por ejemplo, ¿cuál es la similitud entre una aerolínea privada que transporta pasajeros y el ente público que administra la operación aeroportuaria y hace posible los procesos migratorios y aduanales de quienes viajamos?

Las aerolíneas privadas enfrentan presiones de la competencia en cuanto a precios y demás atributos del servicio y, además, deben pagar dividendos a sus accionistas, préstamos a las instituciones financieras, primas de seguros, honrar contratos colectivos y pagar penalidades a reguladores y pasajeros por múltiples retrasos e incidentes.

También es justo decir que algunas aerolíneas han recibido auxilios de diferentes gobiernos del mundo para aligerar el impacto de la pandemia. Pero siempre están sujetas a ser descartadas



EL NORTE NO ES EL SUR

Por: Peter van der Lende

Socio de expand360

[linkedin.com/in/petervanderlende](https://www.linkedin.com/in/petervanderlende)

www.expand360.com

vanderlende@expand360.com

Twitter: @peterinabox

Por supuesto el norte no es el sur en ningún contexto, ciertamente no en términos de geografía. En términos de hacer negocios, ninguno de nosotros está realmente interesado en la geografía y la distancia por sí misma. ¿Qué nos interesa? ¡El negocio! ¿Cómo impacta la dinámica norte versus sur en nuestro éxito internacional? Veamos cómo funciona la dinámica de norte contra sur en las Américas.

» No hay problema

Cuando vivía en México, invité al personal de la oficina a mi casa para una cena a las seis en punto. No para cenar a esa hora, eso sería demasiado temprano para el mexicano promedio, sino para tomar un tequila o dos y socializar por un tiempo. Todos confirmaron. A las siete apareció el primer colega, con una hora de retraso razonable. La última pareja llegó alrededor de las diez de la noche. Le pregunté a Héctor: '¿Fue difícil de encontrar? ¿No te perdiste, verdad?' Me respondió: "No. No hay problema en absoluto. ¿Por qué?"

» ¿Qué les pasa a estas personas?

Cómo holandés que vivió durante más de diez años en América Latina y ahora asentado por más de una década en Estados Unidos, tengo por supuesto múltiples ejemplos de incidentes divertidos. De hecho, lo opuesto al 'incidente de Héctor' sucedió cuando luego de que mi esposa venezolana y yo nos mudamos a Atlanta e invitamos a una cena en casa, a las siete en punto. Yo, con la experiencia que había adquirido en mis previos eventos sociales, tomé una siesta y me levanté a las siete de la noche. En ese momento sonó el timbre. Ya habían llegado nuestros invitados. ¿Cuál fue la reacción de mi esposa?: '¿Qué les pasa a estas personas?'

» Debajo de la superficie

¿Qué significado tienen estos incidentes algo divertidos? Son una clara expresión de las diferencias culturales y de cómo estas diferencias afectan la manera de interrelacionarse. Las empresas han fracasado en la expansión internacional porque no han sabido romper las barreras

de estas diferencias, por el contrario, las han reforzado. Acepto que Walmart está presente en Alemania, la fallida fusión Daimler-Chrysler o una cercana a mi experiencia, la fallida fusión KLM-Alitalia.

» La solución es más fácil de lo que imaginamos

Una de las cosas más difíciles de identificar y aceptar entre quienes se mueven en el mundo de los negocios internacionales, es que estas diferencias culturales existen y deben ser calificadas como tales: diferencias. De lo contrario, nos quedaremos atrapados en estereotipos y posiblemente insultos: '¿Por qué estos individuos siempre llegan tarde?' ('¿Por qué son tan estrictos y se manejan por minuto?'). La diferencia en el concepto de tiempo es apenas la punta del iceberg de las diferencias culturales. La buena noticia es que la cultura se puede medir y la competencia cultural se puede aprender. Al hacer negocios a través de las fronteras, la conciencia geográfica es necesaria, saber que el norte no es el sur culturalmente hablando, es fundamental.



BUYING AND SELLING GOLD

WWW.ROESGOLD.COM

@ROESGOLDMIAMI



¿POR QUÉ ES EL MOMENTO DE SUBIR TUS PRECIOS?

Por: Andreina Restrepo

@realfunmarketing

[linkedin.com/in/andreina-restrepo](https://www.linkedin.com/in/andreina-restrepo)

En marzo de 2020, el costo de trasladar un container de más de 12 metros (40 pies) desde China hasta la Costa Este de Estados Unidos era de US \$2.500. Casi 18 meses después, en agosto de 2021, ese costo aproximado ascendió a US \$20.000. Un aumento de casi 1000%

La mayoría de los productos y servicios que consumimos a diario sufrieron un incremento de precio considerable en los últimos meses. Algo que debes haber notado como consumidor pero también como propietario de tu negocio, donde debes pagar una nómina, cubrir gastos básicos de funcionamiento, pagar renta de locales, esto sin mencionar los productos o materias primas para producir lo que vendes.

Alimentos empaquetados, verduras, carnes animales, ropa, calzado, tecnología; es difícil identificar a una industria que, en estos momentos, no haya sufrido interrupciones en su proceso de producción y envío hacia su destino final. Bien sea por el clima extremo en algunas regiones, que impiden a los camiones pasar entre grandes inundaciones o incendios; la falta de mano de obra; la escasez de proveedores de ingredientes o el desplazamiento interrumpido de contenedores desde los grandes exportadores mundiales, como China, lo cierto es que los productos (o servicios) están llegando cada vez más tarde a tus manos.

En el caso del sector alimenticio, el alza se reflejó no solamente en los precios de envíos e ingredientes; también en la producción de los empaques de sus productos.

Estas estadísticas publicadas por el Departamento de Trabajo de Estados Unidos ilustran mejor el alcance de este incremento del que hablamos y que ha ocurrido tan solo en el último año:

Carros rentados: 42.9%
Gasolina: 42.1%
Carros usados: 24.4%
Carros nuevos: 8.7%
Hotelería: 18%
Televisores: 12.7%
Muebles: 11.2%
Carnes, pollo, pescado, huevos: 10.5%
Línea blanca: 7.1%
Electricidad: 5.2%
Restaurantes: 4.7%
Inmuebles en alquiler: 2.9%

La nueva dinámica global heredada durante la pandemia, afecta directa e indirectamente a nuestros negocios, sin importar tamaño o sector. Harvard Business Review, habla de un aumento total que oscila entre 5% y 9% para el cliente final de bienes y servicios.

Como emprendedores estamos adaptándonos a un nuevo ritmo y costo de vida, pero aún hay muchos negocios cuya estructura sigue basada en el mundo que dejamos atrás en 2019 y, para responder de forma sostenible al mercado, debemos empezar por sincerar el precio.

La idea de subir nuestros precios provoca miedo. La pregunta recurrente es ¿qué pasa si perdemos clientes y no tenemos suficientes ingresos para cubrir los gastos básicos?

La mayoría de los dueños de negocios tienen flexibilidad para aumentar sus precios -mucho más de lo que creen- pero tienen miedo de hacerlo. Mi pregunta para los empresarios que contemplan aumentos de precios es: ¿cuándo fue la última vez que perdieron un cliente por ofrecer precios muy altos?

Tus costos seguirán aumentando y tu operación se hará insostenible si no afrontas esta realidad. Aumentar tus precios te permite hacer dos cosas por tu negocio: la primera es concentrarte en el valor de lo que ofreces.

Si tienes muy claro el problema que estás resolviendo para las personas y puedes brindar una solución a ese problema, tus clientes querrán pagarte lo que vale.

Replantear tus precios te brinda la oportunidad de saber si eres realmente competitivo y cobrar lo que el mercado está dispuesto a pagar.

Esto nos lleva al segundo beneficio, la oportunidad de deshacerse de malos clientes. Esos que pagan sin problema, pero consumen mucho tiempo y recursos.

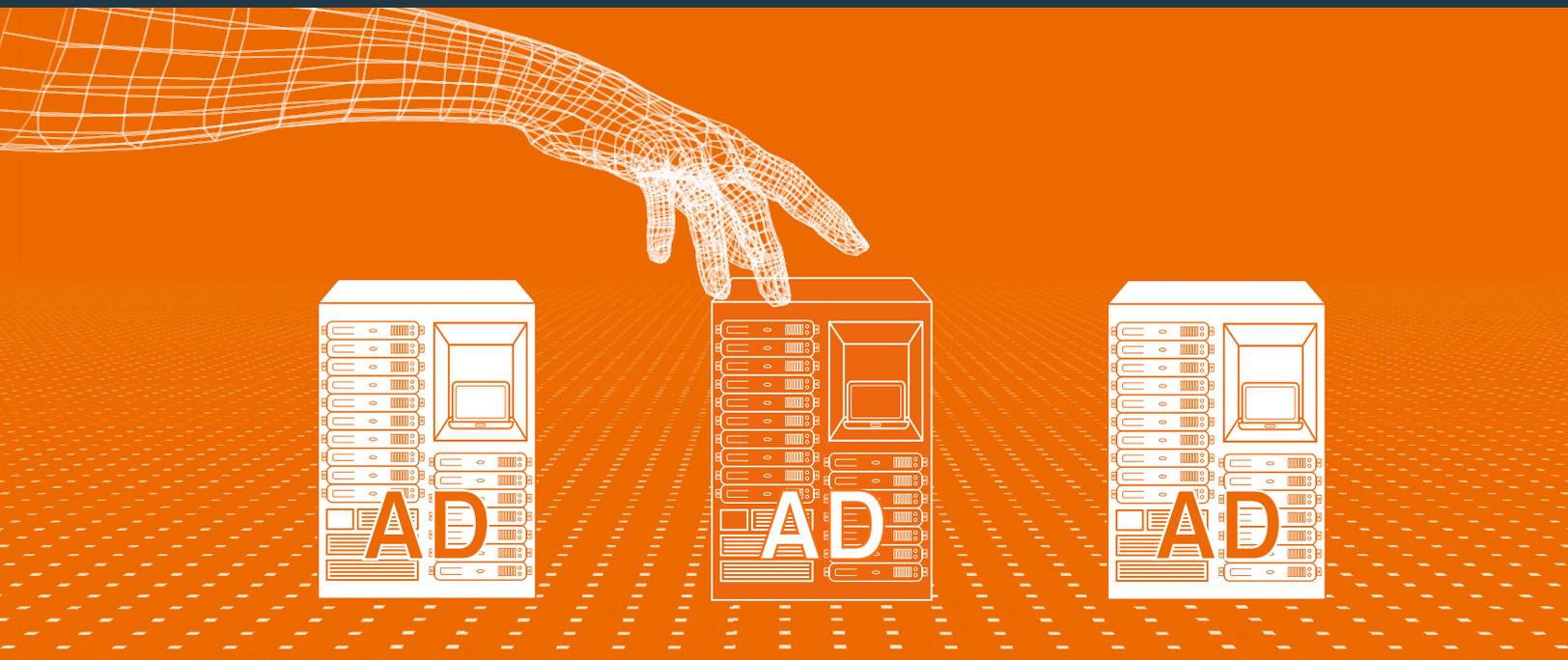
A medida que vas recibiendo mejores clientes y reemplazando los malos, te darás cuenta de que obtendrás la misma cantidad de ganancias con menos trabajo y esfuerzo. Y sí, debemos ser selectivos con nuestros clientes para poder construir negocios más rentables y sostenibles.

Aumentar los precios de tus productos o servicios suena como un gran desafío. Pero, si te predispones a que esta decisión es un problema, seguramente lo será.

Simplemente comunica el incremento de precios y atiende las dudas de tus clientes inmediatamente. Apoya a tu equipo facilitándole un texto (guion) que explique las razones que condujeron a realizar este cambio de precios.

Dependiendo del sector donde te desempeñes, es posible que puedas hacer pequeños incrementos durante los próximos meses. No dejes que el miedo te impida hacer este cambio importante para mantener tu negocio a flote y poder ofrecer la calidad que tus clientes tanto valoran.

FINALMENTE, UNA FORMA EFICAZ DE PROTEGER EL DIRECTORIO ACTIVO



Evita que los atacantes obtengan la información del Directorio Activo.

Prevenir de manera confiable el acceso de un atacante al Active Directory (AD) es fundamental. Desafortunadamente, el AD es un sistema complejo y, por naturaleza, no es fácil blindarlo. El desafío se complica aún más cuando se consideran los ataques internos.

La solución ADSecure de Attivo Networks hace lo que ningún otro control de seguridad puede hacer al:

- Ocultar eficientemente los objetos reales del Active Directory
- Detectar las consultas maliciosas iniciales contra el AD y bloquearlas
- Devolver información errónea para interrumpir el ataque.
- Capturar la telemetría y la intención de los atacantes

Todo esto se logra sin tocar el Active Directory de producción ni interferir con las operaciones habituales. Obtenga más información sobre ADSecure y regístrese para una prueba gratuita de 90 días escaneando el código de abajo.

Attivo
NETWORKS.
attivonetworks.com

OBTENGA UNA
PRUEBA
GRATUITA DE
90 DÍAS



SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL DESDE LA GESTIÓN EN CALIDAD TOTAL

Por: Luis F. Acosta

Director de ISAFE Business Consultants

@lacostarodriguez

lacosta@isafebc.net

www.ISAFEBc.com

https://www.linkedin.com

el objetivo TQM es eliminar defectos” (T. Zosel, 3M).

Las primeras empresas punteras en el desarrollo sostenible fueron las japonesas quienes no enfocaron este aspecto de una forma directa y deliberada, sino forzadas por sus enormes limitaciones en materias primas y energía. A principios de los años 90 el promedio de utilización de materiales y energía en un producto japonés era significativamente mayor que en Estados Unidos. Lo que les daba una ventaja significativa en costes, además de la calidad del producto.

Pero, ¿cuál es el problema fundamental en las empresas tradicionales? Fundamentalmente el enfoque de la sostenibilidad como un asunto específico y particular separado de la Gestión habitual: “actividades costosas encargadas a unos pocos para que hagan lo que puedan”.

En las empresas con un enfoque moderno, donde se ha desarrollado TQM, las cuestiones de sostenibilidad son “oportunidades adicionales para satisfacer a los clientes y reducir el desperdicio”. Es decir, totalmente integrado en la forma en que se hace el trabajo en todas y cada una de las áreas de la empresa.

En los Sistemas de Evaluación TQM (Malcolm Baldrige Awards) la sostenibilidad está insertada en la evaluación de todas las áreas: liderazgo, gestión de procesos, gestión de la información y planificación estratégica. Adicionalmente, se consideran en la evaluación los resultados de sostenibilidad y su progreso. Además, los detalles TQM no se limitan solamente a la reducción de la polución o la preservación de los recursos: se incluye el impacto social en la comunidad.

Por tanto, si bien en una primera aproximación los modelos TQM son el necesario primer paso para modificar la mentalidad en la empresa y poder

moverla de una gestión tradicional hacia la posibilidad de establecer una actitud de mejora continua (y llegar a tener éxito en la implementación de herramientas de calidad como LEAN y SIX-SIGMA), profundizar en TQM nos lleva también a las claves de gestión en la sostenibilidad.

Todo esto aclara la incertidumbre inicial en cuanto a la relación entre sostenibilidad y desempeño. Hasta no hace muchos años, preguntas como:

¿Qué tiene que ver la sostenibilidad con la calidad?

¿Qué tienen que ver los asuntos medioambientales con la mejora del desempeño?

¿Cuál es el valor de desarrollar en nuestra empresa responsabilidades sociales?

Eran contestadas de dos formas:

- >> Lo hago porque es rentable
- >> Lo hago porque es lo correcto
- >> La dicotomía ya no existe: Es correcto Y rentable.

Muchas empresas ya lo vieron meridianamente claro desde hace muchos años:

“Hemos identificado un nuevo requerimiento de nuestros clientes y debemos cambiar para exceder sus expectativas de Sostenibilidad” (Procter & Gamble)

“Somos responsables ante las comunidades en las que vivimos y trabajamos (...) Debemos promover mejoras cívicas, sanitarias y educativas” (Johnson & Johnson)

De todo ello, queda un mensaje muy claro: la sostenibilidad empresarial es una parte integral de la gestión estratégica, táctica y cotidiana de la empresa. Es inseparable.

Las compañías líderes en Gestión en Calidad Total (TQM por sus siglas en inglés) aplican los mismos principios TQM a la Gestión Medioambiental. Su aplicación es tan apropiada que generó un nombre específico en esta área: Total Quality Environmental Management (TQEM). Ya, desde 1990, se creó GEMI (Global Environmental Management Initiative), basada en los principios TQEM, cuyo objetivo es facilitar el intercambio de información en las más avanzadas técnicas de gestión medioambiental.

La esencia de la Sostenibilidad Empresarial se encuentra en los objetivos TQEM:

- >> Reducir el desperdicio y mejorar continuamente.
- >> Evitar el agotamiento de los recursos
Diseñar productos con un mínimo impacto ambiental en su producción, uso y eliminación.
- >> Evitar la polución ambiental controlando el impacto medioambiental de las fuentes de suministro y la propia producción.
- >> Promover la conciencia medioambiental en los empleados y en la Comunidad.

El principio básico en la gestión es “Si no se genera polución, no habrá que pagar para gestionarla” (Gerald Kotes, Director de la Agencia de Protección Ambiental de Estados Unidos, EPA, en la primera conferencia GEMI). La prevención es el factor fundamental. Ya en 1990 se había formulado el enfoque correcto del problema: “La polución es un defecto y

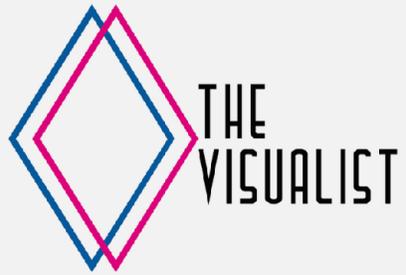
BIG^o
CAPITAL

Somos un fondo de capital privado de gestión patrimonial con un enfoque en inversión inmobiliaria (activos residenciales y comerciales). Contamos con grandes inversiones en el sector inmobiliario mexicano, a través de nuestro socio estratégico **INMOBILIARE&Co**

Ciudad de México +5537074933 info@bigcapital.com.mx

bigcapital.com.mx





THE
VISUALIST

Contenido Profesional

VIDEOS MUSICALES



COMERCIALES



PRODUCTOS



Ubicados en Florida
Trabajamos con Productos a
nivel mundial

thevisualistphoto@gmail.com
(305) 501-0137
www.thevisualistproductions.com

¡Hacer click aquí para más información!

FEGO

Conectar para comunicar !

¡ RED SOCIAL PROFESIONAL PARA COMPARTIR Y ENCONTRAR PUBLICACIONES DIGITALES !



Convierte presentaciones, textos, catálogos, libros, revistas, álbumes y mucho más, en publicaciones digitales con experiencias inmersivas que podrás publicar y compartir en FEGO, e incrementa la audiencia de tus contenidos presentados de forma profesional.

Ingresa hoy a **WWW.FEGO.DIGITAL**

y forma parte de una comunidad de contenidos con gran variedad de tópicos de acuerdo a tus intereses



LA AURORA

— SINCE 1903 —

HAVE YOU FOUND YOUR
PREFERIDO?



FOLLOW US @LAAURORAUS
WWW.LAAURORA.COM