

FACTOR DE ÉXITO

¡La clave está en la diferenciación!

NEW YORK 

@RevistaFactordeExito
Revista Factor de Exito
www.revistafactordeexito.com

Anthony Almanzar

Director de Programas de Tecnología y Transformación
de State Street Global Advisors

El panorama financiero
está cada vez más impulsado
por la innovación y la tecnología

● Indhira Báez

Comunicadora, asesora de imagen, personal branding y estrategia de marcas comerciales

Inspirando a través del poder del discurso en el mundo empresarial

● Ismael Cala

Periodista, escritor, motivador y conferencista inspiracional y empresarial

Navidades en bienestar

● VI Foro Iberoamericano de la Mipyme

Las Mipymes son la solución

● Laila Chartuni Ortega

Presidenta TOP Companies

El liderazgo empresarial sigue madurando: TOP+América 2023

RANKING
TOP + América
2023

sesderma 
listening to your skin

C-VIT 5

Multiplica tu luz

x5
vitaminas C

Descubre la increíble luminosidad que solo el primer Sérum con 5 tipos de vitaminas C liposomadas puede aportar a tu piel. ¿Lista para mostrar toda tu luz?

Mayor hidratación y efecto antiedad
Ácido hialurónico y proteoglicanos

Estimula la síntesis de colágeno
Centella asiática

Complejo tensor inmediato



WWW.SESDERMA.COM.DO



10-11-12
OCTUBRE 2024

HOTEL SANCTUARY
CAP CANA
República Dominicana

EX

PO

FACTOR DE ÉXITO

LIDERAZGO EMPRESARIAL Y DE NEGOCIOS

2
0
2
4

Turismo Sostenible: Forjando el Éxito Empresarial del Siglo XXI

Isabel Figueroa de Rolo

CEO y Directora Editorial Factor de Éxito

En un mundo donde la conciencia y la responsabilidad ambiental y social empresarial se han erigido como pilares fundamentales, nos encontramos en un momento crucial para abordar el desafío imperante de nuestro tiempo: la convergencia entre el turismo y la sostenibilidad. Este edición se sumerge en un análisis de cómo la unión entre el turismo y la sostenibilidad no sólo es esencial para la preservación del planeta, sino también una estrategia clave para el éxito y la competitividad de las empresas en el siglo XXI.

La sostenibilidad ya no puede considerarse un aspecto periférico en la toma de decisiones empresariales; más bien, debe ser el epicentro de cada elección estratégica. En un panorama donde los recursos naturales son finitos y la responsabilidad social se ha vuelto una exigencia no negociable, las empresas deben asumir la meta de ser más sostenibles como una prioridad transversal que permea todas las facetas de sus operaciones.

En este contexto, proponemos una inmersión en las prácticas y estrategias que permiten a las empresas no solo prosperar en términos económicos, sino también contribuir positivamente a la sociedad y al medio ambiente. La sostenibilidad, lejos de ser una carga, se revela

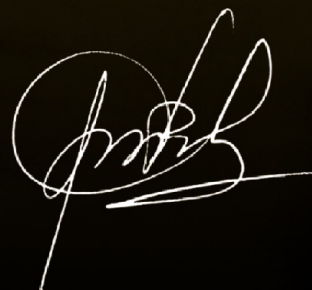
como la columna vertebral que sustenta una estrategia empresarial sólida y resiliente.

Líderes empresariales y profesionales comprometidos, reconocen que no es suficiente simplemente generar riqueza. Las empresas deben abrazar un propósito mayor, una misión que trascienda el ámbito económico y se convierta en un agente de cambio positivo para la sociedad. Este número es un llamado a la acción, un recordatorio de que cada decisión empresarial puede ser un paso hacia un futuro más sostenible y equitativo.

Acompáñenos en este viaje de descubrimiento e inspiración, donde exploraremos las historias de éxito, las innovaciones empresariales y las estrategias que están transformando el turismo en una fuerza impulsora para el cambio positivo. Juntos, podemos construir un camino hacia un mundo empresarial más sostenible, ético y exitoso.

Con liderazgo visionario y acciones concretas, estamos construyendo el futuro que deseamos ver.

¡Bienvenidos a esta edición!



VISIBILIDAD Y EXPOSICIÓN INTERNACIONAL PARA MAYOR COMPETITIVIDAD



APUNTA Y ACCEDE
A TODAS NUESTRAS
EDICIONES



[contenido]

portada

El panorama financiero está cada vez más impulsado por la innovación y la tecnología

pág.
12

Anthony Almanzar

Director de Programas de Tecnología y Transformación de State Street Global Advisors

SPEAKER

Inspirando a través del poder del discurso en el mundo empresarial

pág.
24

Indhira Báez

Comunicadora, asesora de imagen, personal branding y estratega de marcas comerciales

INTERVIEW

Navidades en bienestar

pág.
28

Ismael Cala

Periodista, escritor, motivador y conferencista inspiracional y empresarial

OPEN-BUSINESS



Las Mipymes son la solución

pág.
36

VI Foro Iberoamericano de la Mipyme

EMPRESARIALES VIP



pág.
52

Una edición especial para exaltar la Calidad

OPEN BUSINESS

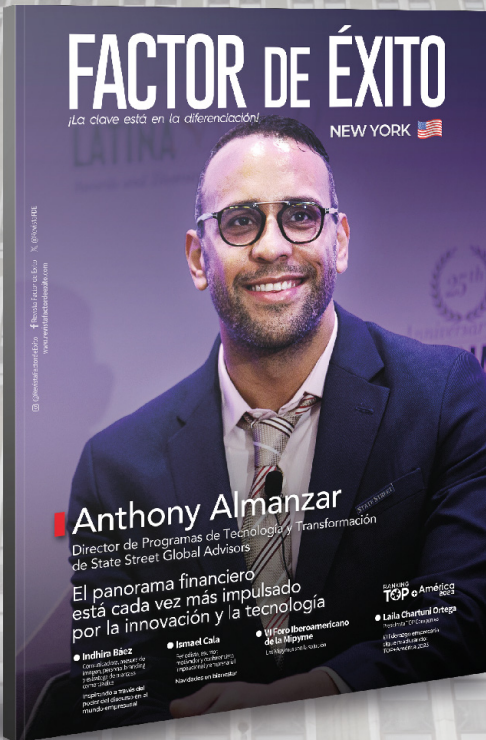
El liderazgo empresarial sigue madurando: TOP+América 2023

pág.
58

Laila Chartuni Ortega

Presidenta TOP Companies

► Revista Factor de Éxito Nueva York Número 8, Año 2



Empire State



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

Dirección Administración y Finanzas:
Isabel Cristina Rolo Figueroa

Comité Ejecutivo:
Héctor Rolo - Isabel Figueroa de Rolo
Andrés García - Isabel Cristina Rolo Figueroa
Arianna Rolo Figueroa - Thony Da Silva Romero

CEO-Directora Editorial:
Isabel Figueroa de Rolo

Director de Arte:
Héctor Rolo Pinto

Directora de Mercadeo:
Arianna Rolo

Directora de Comunicaciones:
Siddhartha Mata

Coordinadora de Comunicaciones:
Eidrix Polanco

Asesora comercial:
Rosely Matos

Secretaria Administrativa:
Eimy Pimentel

Digital Content Manager:
Gabriela Alfonso
Tina Pérez
Lina Bsaris

Web Master :
Juan Rebolledo

Digital Marketing Manager
Jacqueline Leon

Diseño y Diagramación:
Luis Gota
Daniel E. Gota
Hermes Flores

Portada:
Anthony Almanzar
Director de Programas de Tecnología y
Transformación de State Street Global Advisors

Articlistas de esta Edición:
Ivan Calvo
Marcelo Muñoz Rojas
Álvaro "Cuco" de Venegas
Rodrigo Planas
Ingrid Soto González

Revista Factor de Éxito New York
info@newyork.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

APUNTA Y ACCEDE
A TODAS NUESTRAS EDICIONES



Abogada dominicana es admitida para ejercer derecho en California

La destacada abogada dominicana, Chadia Michelle Abreu Mañón, ha alcanzado un hito significativo al ser admitida en la Barra del Estado de California, lo que la habilita para ejercer su profesión legal en esta jurisdicción de renombre internacional.

Graduada summa cum laude de la Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra (PUCMM), Abreu Mañón, con tan solo 29 años, ha superado con éxito el riguroso examen necesario para la admisión en la Barra de California. En una ceremonia celebrada el pasado mes de octubre, fue juramentada por el honorable magistrado Peter H. Kang, juez federal de la Corte del Distrito de California del Norte de los Estados Unidos, consolidándose como una de las pocas profesionales dominicanas con licencia para ejercer la abogacía en el estado más poblado de los Estados Unidos, con casi 40 millones de habitantes.

La trayectoria académica de Abreu Mañón es impresionante, con tres maestrías en su haber. Obtuvo una maestría en "Energía y Tecnologías Limpias" de la prestigiosa Escuela de Leyes de la Universidad de California, Berkeley, y dos maestrías en la Universidad de Buenos Aires, Argentina, especializándose en "Maestría Interdisciplinaria en Energía" y en "Derecho Administrativo y Administración Pública".

Con una destacada carrera en el sector eléctrico, Abreu Mañón ha acumulado nueve años de experiencia, inicialmente en la Corporación Dominicana de Empresas Eléctricas Estatales (CDEEE) y actualmente como asesora en Regulación Energética y Tecnologías Limpias en el Ministerio de Energía y Minas (MEM). Su labor incluye liderar iniciativas para la reestructuración institucional y regulatoria del sector energético, en línea con la



Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible y la incorporación de tecnologías limpias que acelerarán la transición energética del país.

Chadia Michelle Abreu Mañón, políglota que domina el español, inglés y francés, se destacó como becaria Fulbright en 2020, lo que le brindó la oportunidad de estudiar en la Universidad de California, Berkeley. Durante su tiempo en California, trabajó como analista en la agencia reguladora que supervisa servicios públicos de propiedad privada, contribuyendo con iniciativas innovadoras para eliminar barreras y fomentar la adopción de tecnologías emergentes en apoyo a los objetivos climáticos de California.

La admisión de Abreu Mañón en la Barra de California es un logro que enorgullece a la comunidad dominicana, resaltando su compromiso con la excelencia académica y su contribución al avance de la regulación y tecnologías limpias en el ámbito internacional.

Visita en la República Dominicana

Nueva York. —El congresista Adriano Espaillat está de visita en la República Dominicana encabezando una delegación de los Estados Unidos que busca, entre otros temas, apoyar al país caribeño en sus esfuerzos por aumentar su resiliencia frente al cambio climático.

El lunes 18 de diciembre de 2023, el legislador Espaillat y el ministro de la Presidencia de la República Dominicana, @joel.santosechavarria encabezaron una Conferencia de Prensa en la Escalinata del Atrio Central del Palacio Nacional, en la que Espaillat anunciará la donación a la República Dominicana de dos camiones de bomberos totalmente equipados y dos camiones de recogida de basura, obtenidos con la colaboración de la Alcaldía de la ciudad de Nueva York y el Consulado Dominicano en Nueva York. Los cuatro camiones serán recibidos por el ministro de la Presidencia, Joel Santos Echavarría.

Para tratar los temas sobre la vulnerabilidad de las infraestructuras públicas y el transporte frente al cambio climático, y el impacto que tienen durante las altas temporadas de lluvia que provocan inundaciones, la delegación —integrada por oficiales electos de los tres niveles del gobierno de los Estados Unidos— se reunió con la comisión independiente



de expertos, presidida por el geólogo Osiris de León, creada por el presidente Luis Abinader para supervisar las grandes obras de infraestructura del país (túneles, autopistas, puentes, elevados), a raíz del desplome a causa de las lluvias de varios muros del paso a desnivel en las avenidas Máximo Gómez y 27 de Febrero, ocurrido en noviembre, que causó la muerte de nueve personas.

En la reunión además participaron, entre otros funcionarios públicos, el ministro de Obras Públicas, Deligne Ascención Burgos, y Ángel Vázquez, en representación de la gobernadora de Nueva York, Kathy Hochul.

Derechos Humanos

“Dignidad, libertad y justicia para todas las personas”, un recordatorio de la responsabilidad colectiva de construir un mundo donde la igualdad y el respeto al derecho ajeno prevalezcan.

La reciente elección como miembro del Consejo de Derechos



Humanos de la ONU para el período 2024-2026, reafirma el compromiso de República Dominicana con la promoción de los valores democráticos y el respeto a los derechos humanos consagrados en la Constitución, como lo establece el eje 3 de la Política Exterior, así lo informa el Consulado dominicano e New York.

VISA

El consulado dominicano en New York junto a la embajada americana estarán otorgando más de 25 mil visas de trabajo para provecho

de los dominicanos, muchas felicidades al Consul General Eligio Jaquez por su grandiosa iniciativa.



DUSA

Desde su establecimiento en 2013, Dominicanos USA (DUSA) ha surgido como una de las organizaciones latinas más destacadas y respetadas en la ciudad de Nueva York. A través de sus programas emblemáticos, que incluyen la movilización de votación y una clínica gratuita de asistencia para la solicitud de ciudadanía, DUSA se ha comprometido a millas de latinos, brindando información crítica en inglés y español para fomentar la participación cívica.

El innovador programa DUSA Tech y DUSA Codes busca transformar vidas al crear experiencias tecnológicas que inspiran a los estudiantes a dar forma a su futuro, al tiempo que destacan la importancia del compromiso cívico. El Programa de Jóvenes Embajadores de DUSA, establecido para fomentar el liderazgo y el desarrollo comunitario, utiliza la organización relacional para movilizar a electores a través de una red de voluntarios.

A través de una extensa red de socios y recursos, el programa ofrece a los jóvenes locales



oportunidades para colaborar en la búsqueda de soluciones a los problemas sociales más apremiantes. Los participantes, denominados "Embajadores de DUSA", actúan como agentes de cambio en sus comunidades, fortaleciendo la misión de DUSA de dar voz a las comunidades inmigrantes y subrepresentadas mediante el compromiso cívico.

DUSA aprovecha las voces jóvenes y brillantes de la ciudad de Nueva York para abogar por sus comunidades locales, estableciendo así un canal vital de información, oportunidades y empoderamiento. A través de estos esfuerzos, DUSA continúa avanzando hacia la realización de su misión fundamental.

Gala de Invierno 2023

La Gala de Invierno 2023 de la Cámara de Comercio de Brooklyn tuvo lugar en El Caribe Country Club en Mill Basin, contando con una exposición comercial y una cena enfocadas en resaltar el desarrollo económico en Brooklyn. El presidente Randy Peers destacó el evento como el más grande y exitoso, reflejando el crecimiento económico del último año.

El discurso de apertura del vicecalde Torres-Springer reconoció el progreso en Nueva York. Los líderes de las Cámaras de Comercio de Bronx, Staten Island, Queens y Manhattan fueron honrados por su colaboración durante la pandemia. Trabajaron en conjunto para lanzar la Red de Recursos para Pequeñas Empresas, apoyando a más de 30,000 negocios, principalmente en áreas de minorías.

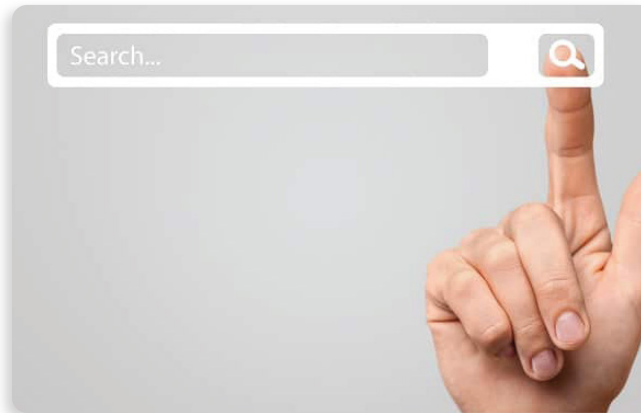
Peers celebró el año próspero para las pequeñas empresas y la recuperación del empleo en la ciudad. Agradeció a las cinco cámaras por su colaboración y expresó el deseo de continuar impulsando el acceso a oportunidades y prosperidad en los cinco condados en el próximo año.



“Nuestra administración agradece a las cinco cámaras por ser socios tan fuertes mientras trabajamos para impulsar un mayor acceso a oportunidades y prosperidad para los trabajadores y las pequeñas empresas en los cinco condados, y esperamos trabajar juntos en 2024”.

Certificaciones para contratos gubernamentales

Obtener certificaciones para contratos gubernamentales federales, de la ciudad y el estado de Nueva York puede potenciar el crecimiento empresarial y brindar acceso a oportunidades de contratación y redes de apoyo. Las certificaciones federales como el Programa de Desarrollo Empresarial 8(a), Certificación HUBZone, WOSB/EDWOSB, y SDVOSB/VOSB, junto con el Registro SAM, ofrecen ventajas como acceso preferencial a contratos, visibilidad y facilitan el proceso de contratación gubernamental.



En la ciudad de Nueva York, la certificación M/WBE y SBS brindan acceso a contratación, recursos y apoyo para networking. En el Estado de Nueva York, las certificaciones MWBE y SDVOB ofrecen oportunidades de contratación y colaboración.

Los consejos incluyen participar en eventos de networking, usar los recursos para el desarrollo empresarial, diversificar ofertas comerciales para atraer contratos, y resaltar las certificaciones para mejorar la visibilidad en el mercado. Mantenerse informado sobre cambios

en los requisitos de certificación y aprovechar los recursos disponibles maximiza el potencial de crecimiento del negocio.

Nanotecnología NY Creates

El proyecto anunciado por la Gobernadora Hochul, valorado en \$10 mil millones, establecerá un Centro de Investigación y Desarrollo de Semiconductores en el Albany NanoTech Complex de NY CREATES, financiado por líderes de la industria como IBM, Micron, Applied Materials y otros. Este centro, con un avanzado equipo de litografía, respaldará la investigación de semiconductores más complejos, creará empleos directos e indirectos y posicionará a Nueva York como líder en infraestructura de I+D en semiconductores en los Estados Unidos.

La asociación, basada en la agenda gubernamental, busca fortalecer la economía tecnológica de Nueva York y retener empleos, además de impulsar la investigación de tecnología de chips. El Centro High NA EUV, financiado en parte por el estado, será fundamental

para la investigación y el desarrollo de tecnologías de fabricación de chips avanzadas y sostenibles.

Se espera que este proyecto genere al menos 700 nuevos empleos directos, retenga miles de empleos y aproveche una inversión privada significativa.

Además, se compromete a apoyar la formación y desarrollo de talentos, colaborando con instituciones educativas y programas STEM.

La inversión del estado también apunta a mejorar la sostenibilidad y la eficiencia energética en la fabricación de chips, buscando certificaciones Gold LEED y priorizando

fuentes de energía renovable. Además, el proyecto está destinado a mejorar la posición de Nueva York para recibir más fondos federales y fortalecer su rol como líder en tecnología de semiconductores a nivel mundial.



Anthony Almanzar

Director de Programas
de Tecnología y
Transformación de State
Street Global Advisors

El panorama
financiero está
cada vez más
impulsado por la
innovación
y la tecnología

La inteligencia artificial y
las finanzas integradas a
la robótica han contribuido
a la inclusión de nuevos
participantes en el mercado,
como fintechs y proveedores
digitales.



LSegún Anthony Almanzar, director de Programas de Tecnología y Transformación de State Street Global Advisor, empresa con más de 40 años siendo pioneros en indexación, "en los Estados Unidos el sector de servicios financieros está acelerando su adopción de tecnología digital con fines de lograr un mejor rendimiento e incrementar su nivel de productividad. El panorama está cada vez más impulsado por la innovación y la tecnología, la inteligencia artificial (IA), las finanzas integradas a la robótica".

Almanzar, quien se unió a State Street Corporation en 2015 como analista de riesgos de seguridad de la información y, más recientemente, ocupó diversos puestos en la gestión de identificación y acceso como analista de negocios, analista de datos, analista de soluciones dentro de la seguridad de la información corporativa y gerente de operaciones e inteligencia de riesgos comerciales para State Street Global Markets, señala que algunas tendencias en la industria incluyen:

- Un panorama competitivo en evolución debido a nuevos participantes en el mercado, como fintechs, proveedores digitales e incluso grandes empresas tecnológicas como Amazon, Meta y Google, perturban el mercado.

- Mayor eficiencia del back-office a través de una perfecta integración y automatización.

- Un mayor enfoque en ESG y sostenibilidad.

- Duplicación de los esfuerzos en materia de seguridad y una regulación cada vez mayor exige su cumplimiento.

Antes de unirse a State Street, Anthony trabajó como analista de pronósticos y desarrollo de productos en Italia para varias firmas boutique. Durante ese tiempo, se centró en la investigación de renta fija, modelos cuantitativos y soluciones de referencia tácticas y construcción de carteras para los clientes a los que atendía. Además, Anthony gestionó los esfuerzos de transformación en torno a la eficiencia operativa y la automatización de procesos.

Anthony tiene una Maestría en Consultoría y Análisis de Negocios de la Escuela de Administración IESEG de París. Obtuvo una licenciatura en Gestión Financiera y Contable de la Universidad Northeastern y está completando una Maestría Profesional en Análisis de Datos de la Universidad Northeastern.

Además de su expertise en el área financiera, Anthony Almanzar es un fiel promotor de la igualdad e inclusión de la comunidad hispana. Actualmente, es el presidente del Grupo de Profesionales Latinoamericanos (LAPG), un grupo de recursos para empleados (ERG) reconocido a nivel nacional en State Street. Bajo su liderazgo, LAPG ha recibido varios premios a nivel nacional por su impacto y contribución al avance de la Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI).

También es un miembro activo del grupo de trabajo de la Acción #8 de las 10 Acciones contra la Desigualdad Racial e integra el consejo asesor de Fisher College y del capítulo de Boston de TechHire. Recibió el premio Young Hispanic Corporate Achievers Awards 2022, otorgado por la Asociación Hispana de Responsabilidad Corporativa (HACR). En 2023, fue nombrado Director de Educación Financiera del capítulo de Boston de la Asociación de Profesionales Latinos para América (ALPFA) y se unió al comité del Proyecto DEI para NICSA (National Investment Company Service Association). Recientemente, fue reconocido por el LAPG con el Premio a la Excelencia en Liderazgo y con el Premio Líder Emergente Nova de NICSA.

"Yo apoyo las iniciativas de la comunidad hispana para así poder crear un mejor futuro para los líderes de mañana".

Quisimos para esta edición ahondar con él, no solo en temas financieros y cómo la tecnología ha impactado este sector en los Estados Unidos, sino que, además, hablamos sobre su trabajo y compromiso con la comunidad hispana.

En términos de inversiones, ¿qué sectores están atrayendo más interés de los inversionistas en Estados Unidos?

Basado en los últimos meses los sectores que están atrayendo más interés son los siguientes:

- *Inteligencia Artificial*
- *ETFs que se benefician de altas tasas de interés*
- *Inversión de renta fija (fixed income)*
- *Valores del Tesoro protegidos contra la inflación, o TIPS, y bonos de la Serie I (Series I Bonds)*



• Inversión ESG

¿Cómo incorpora los principios de sostenibilidad en sus recomendaciones de inversión para los clientes de State Street?

Nuestro equipo de investigación ESG analiza las empresas y utiliza un sistema de factores de puntuación para asesorar en la toma de decisiones de inversión. Tomamos decisiones de inversión basados en los lineamientos proporcionados por el cliente.

En su opinión, ¿cuál es la importancia creciente de las inversiones social y ambientalmente responsables en los Estados Unidos? ¿Podemos hablar de una nueva era para la sostenibilidad a raíz del impulso de estas inversiones?

Creo que es muy importante tomar decisiones de inversión que aporten a un mejor futuro para todos. Este énfasis en ESG puede lograr que más compañías tomen conciencia de lo importante que es colaborar juntos para alcanzar un mejor progreso colectivo. En State Street nuestra misión es "Ayudar a crear mejores resultados para los inversionistas del mundo y a las personas que ellos sirven". Entonces, tomando eso en cuenta, nuestro grupo de profesionales en inversión y los analistas siempre buscan maneras para innovar la forma de como invertir en ESG.

HUBRadioTV
EMPRESARIAL



**PIENSA
EN GRANDE**
¡ÚNETE!

¡Sea auspiciador en HubRadio Empresarial!

Escríbenos a **director@hubradio.online**

O a través de  **+56 988 67 41 25**



¿Qué aspectos de su carrera profesional considera más retador y más gratificante?

Lo más retador de mis carreras es el ambiente del mundo de las inversiones. Yo tengo que muchas veces tomar decisiones basadas en las tendencias actuales del mercado. Buscar soluciones para problemas complejos de nuestros clientes y liderar cuya implementación teniendo en cuenta los factores externos que pueden influenciar los resultados deseados.

Lo más gratificante es ver el resultado de mi arduo trabajo para ayudar a nuestros clientes a ser exitosos en sus metas y objetivos. También contar con el apoyo de otros líderes y ejecutivos de la empresa cuando los necesito para lograr mis objetivos profesionales.

Usted también es instructor de negocios en línea, ¿qué lo motiva a enseñar?

Antes de convertirme en un profesional en servicios financieros, yo quería ser un profesor. Mi pasión en ese entonces era la educación. Yo enseño porque me gusta ayudar a los demás que están interesados en aprender sobre negocios y finanzas. Yo disfruto compartir mis conocimientos con mis estudiantes y ser parte de su desarrollo profesional.

Además de dar clases en línea, también imparto talleres de analíticas para los estudiantes de las escuelas públicas de Boston. Es una forma de contribuir con el desarrollo social de la ciudad en la que vivo.

¿Cuál considera que es la importancia de la educación financiera y cómo ve en este aspecto a la comunidad hispana?

La educación financiera es muy importante para poder lograr la libertad financiera y obtener mayor autonomía de nuestras finanzas. Antes de estudiar finanzas, yo era muy malo con el manejo de mis ingresos. Yo siempre sobre gastaba mi salario y tomaba decisiones económicas sin pensar las

consecuencias. Después que estudie finanzas yo me volví más astuto en cuestión de decisiones financieras. Yo pude hacer más cosas con la misma cantidad de recursos que tenía en ese entonces.

Los hispanos/Latinos somos personas muy emocionales y tomamos decisiones financieras basadas en nuestras emociones. Yo pienso que nuestra comunidad necesita aprender cómo manejar mejor sus finanzas para poder crear riquezas y por ende alcanzar la libertad financiera. Por esa razón, acepté el cargo de Director de Educación Financiera en la Junta Directiva del capítulo de Boston de la Asociación de Profesionales Latinos Para América (ALPFA) – cuya responsabilidad incluye crear programas y contenidos sobre la educación financiera para las comunidad Hispana/Latina de Boston.

Usted está siempre activo apoyando a la comunidad hispana, coméntenos.

En general suelo apoyar las comunidades subrepresentadas como la hispana. Me gusta abogar por la diversidad, inclusión y equidad en los Estados Unidos. Yo creo que si logramos llegar a un estado donde existe la equidad e igualdad seremos una mejor sociedad.

Los datos demográficos de la población están cambiando en los Estados Unidos y las nuevas generaciones serán más diversas, con los hispanos/latinos siendo más del 25 % de la población.

Yo apoyo las iniciativas de la comunidad hispana para así poder crear un mejor futuro para los líderes de mañana. Dentro de State Street soy el presidente del grupo de recursos para empleados hispanos/latinos. En este cargo me ocupo de liderar esfuerzos para crear oportunidades de desarrollo profesional para nuestra comunidad y formar asociaciones con organizaciones sin fines de lucro en el área de Boston que se enfocan en apoyar la comunidad hispana/latina en el área de educación y desarrollo profesional.





El lema del Mes de la Herencia Hispana este año fue “Todos somos, somos uno”, ¿se identifica con esta frase? ¿Por qué?

Si, creo que nosotros somos más fuertes si estamos juntos - unidos por una misma causa. Sin importar nuestras diferencias de razas o orígenes, somos todos hispanos/latinos y es algo que tenemos en común. Cuando la gente se une y colabora por una causa mayor, el resultado es más grande que uno mismo.

Finalmente, ¿cuál es su visión para el panorama de los servicios financieros e inversiones sostenibles en los Estados Unidos? ¿cómo está preparándose para enfrentar los posibles desafíos y aprovechar las oportunidades que esto implica?

Yo creo que el ECG es la clave para tener una actividad sostenible a largo plazo.

Si las empresas de servicios financieros utilizan su poder para influenciar al mundo a tener mejores prácticas que aporten positivamente a la sostenibilidad, podremos contar con un futuro ecológico brillante. Yo no soy un experto en el tema de la sostenibilidad. Sin embargo, me he estado preparando para aprender más sobre ello. Hay organizaciones como el CFA Institute que ofrece cursos para aprender sobre ESG investing. Estoy planeando completar su certificación para así tener una mejor educación sobre el tema y poder aprovechar oportunidades que requieran este tipo de habilidad.



LIDERAZGO EN DÚO
DOS LÍDERES. UNA MIRADA



**¡EL LIDERAZGO
NECESITA DE TI!**



LIDERAZGO EN DUO

Ricky Michel Presbot

Cofundador y CEO de Ualett

Ualett,
más que avance
de efectivo

La aplicación móvil brinda a los trabajadores independientes, conductores de viajes compartidos y micro negocios acceso a un porcentaje de sus cuentas por cobrar futuras cuando necesitan efectivo rápidamente.



Ualettt, la primera aplicación móvil dirigida a proveer avances de efectivo a conductores independientes como Ubers, Lyft, Amazon Flex, camioneros, contratistas independientes y micro negocios, es el resultado de un trabajo constante de tres años antes de su lanzamiento en julio de 2018.

Uno de sus fundadores es Ricky Michel Presbot, dominicano, cuya formación profesional se inicia con la licenciatura de Administración de Empresas, en la Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra (PUCMM), en Santo Domingo, y en la Universidad Iberoamericana de México.

La aplicación comenzó con promotores caminando por las calles, hablando y compartiendo con conductores de independientes este modelo y así empezaron a correr la voz. Comenta Michel que “surge como una mezcla de la divinidad de Nuestro Señor Jesucristo y la experiencia del grupo de fundadores de esta plataforma en los sectores que impacta Ualettt”.

Por los momentos, la aplicación está desarrollada para los Estados Unidos y se basa en las cuentas por cobrar futuras de los ciudadanos, cuya fuente de ingreso es el trabajo independiente o GIG Workers, conducción y micro negocios. “Esto nos ha merecido

el reconocimiento en el blog The Rideshare Guy como el App número 1 en el segmento de avances de efectivo para rideshare y GIG workers”, señala Michel, quien además posee una especialización MBA en Barna Management School de Santo Domingo, en la que obtuvo junto a otros compañeros el Premio a la Excelencia “Proyecto del año”, en 2006.

En Ualettt el proceso de solicitud del efectivo es simple. Los conductores de viajes, repartidores, trabajadores autónomos y micro negocios descargan la aplicación, crean un perfil y el sistema de Inteligencia Artificial hace el resto. El proceso de aprobación se realiza rápidamente, lo que permite a los usuarios saber qué porcentaje de sus cuentas por cobrar futuras pueden obtener con un adelanto en efectivo en la aplicación.

Ualettt ofrece una sólida atención al cliente con muchas opciones, incluido teléfono, correo electrónico y chat en vivo. No se requiere extracción de crédito ni número de Seguro Social. Los usuarios pueden unirse mediante invitación.

Estos adelantos de efectivo rápidos y fáciles para GIG Workers, conductores y micro negocios buscan impulsarlos y respaldarlos para que así puedan mantener el flujo de dinero mientras realizan sus

tareas, lo que les permite cubrir gastos inesperados para su negocio, ya sean pagos de seguros, mantenimiento del vehículo, llantas nuevas, tarifas del concesionario, costos por accidentes, gastos de combustible, multas, brechas en el flujo de efectivo o cualquier otra necesidad comercial que surja.

Desde la génesis de Ualett, ¿cómo ha sido el proceso de desarrollo y actualización de la aplicación?

Desde su versión 1.0 hasta la actual 6.0, Ualett ha transformado su aplicación móvil mediante la gamificación, mejoras en la integración con terceros y la generación de avance de efectivo en tiempo real (RTP). Destacada ofreciendo por su servicio de Avance de Efectivo, ofreciendo una experiencia de usuario enriquecida y un constante acompañamiento en su promesa principal como marca que es: Ser más que un avance de efectivo.

Al día de hoy, ¿cuántos usuarios tiene Ualett en los Estados Unidos? ¿Cuál ha sido la inversión?

Hoy contamos con mas de 150 mil usuarios a lo largo del territorio norteamericano, donde hemos colocado una suma superior a los 150 millones de dólares en avances de efectivo.

En el modelo de negocio, ¿cómo gana y crece Ualett?

El modelo de Ualett se basa en un fee transaccional que apuesta a más que un modelo de margen en un modelo de rotación un volumen de transacciones. Ualett crece sobre la base de la referencia de nuestros usuarios quienes se encargan de ser multiplicadores de esa gran experiencia de usuarios que les proveemos.

“En Ualett te respaldamos para que puedas centrarte en tu negocio”

¿Cuál es el elemento diferenciador de Ualett en comparación con otras aplicaciones que ofrecen el mismo servicio?

El proceso de acreditación que es menos de 3min, nuestro modelo RTP, el servicio a nuestros usuarios basado en un acompañamiento tecnológico con AI (Inteligencia Artificial) y el modelo tradicional en voz de seres humanos. Nuestro equipo caracterizado por ser un talento humano multitask lleno de excelentes habilidades, es la fórmula especial que hace de Ualett un modelo robusto que escala constantemente.



¿Cuáles han sido los desafíos para la implementación de Ualett en los Estados Unidos?

La consistencia, el cumplimiento con los modelos de contractuales y regulación federal, así como Estatal, la evolución constante del mercado y la necesidad de constantemente entregar un modelo innovador de fácil uso.

¿Cuáles son las bases de la estrategia de mercadeo para impulsar a Ualett?

Publicidad no Pagada, el modelo de referidos es nuestro pan con mantequilla. Somos un modelo basado en referidos.

¿Qué oportunidad ve para implementarla en República Dominicana?

República Dominicana necesitaría un modelo de open banking más claro y estructurado, por eso no vemos aún la oportunidad para desarrollarlo en esta Gran Nación.

¿Cuáles son sus planes a futuro con esta aplicación u otros proyectos?

Expandir nuestra cartera de servicios dentro de la plataforma, mirar a la región de LATAM siempre que existan oportunidades de un modelo open banking.

Charla cerrada

Gestión del cambio

TEAM
MARMUNOZ

MENTORING - COACHING - SPEAKER - INNOVACIÓN Y LIDERAZGO

Charla Modalidad Online y presencial Cambio positivo: Estrategias para una transformación exitosa

AGENDA TU CHARLA





INSPIRANDO A TRAVÉS DEL PODER DEL DISCURSO EN EL MUNDO EMPRESARIAL

Indhira Báez

Comunicadora, asesora de imagen, personal branding y estrategia de marcas comerciales

La capacidad de inspirar y motivar a otros en el mundo empresarial en estos tiempos es un rasgo altamente valorado y buscado en líderes, emprendedores y profesionales. El poder de un discurso impactante puede marcar la diferencia, tanto en el éxito de un negocio como en el crecimiento personal y profesional de aquellos que nos rodean. Ya sea en un entorno corporativo, en una conferencia o incluso en una transmisión en vivo, transmitir nuestra pasión y conocimiento de manera convincente y auténtica puede generar un cambio significativo.

El verdadero poder de un discurso inspirador radica en su capacidad para conectar con la audiencia a un nivel emocional. No se trata solo de las palabras que pronunciamos, sino de cómo las transmitimos. Todos hemos sido testigos de discursos que nos han motivado y nos han dejado una impresión duradera. Estos discursos capturan nuestra atención, nos despiertan emociones y nos impulsan a la acción. A través de nuestras palabras, podemos inspirar a otros a alcanzar su máximo potencial y desbloquear todo su talento y creatividad.

La inspiración no solo se basa en hablar, sino también en escuchar activamente. Al prestar atención a las necesidades y aspiraciones de nuestra audiencia, podemos

adaptar nuestro discurso para generar un impacto más poderoso. Escuchar a los demás demuestra empatía y nos permite abordar los desafíos y preocupaciones que enfrentan. Al hacerlo, podemos ofrecer soluciones prácticas y realistas que inspiren confianza y motiven a la acción.

La claridad y concisión en la entrega de nuestro mensaje es igualmente fundamental. Un discurso eficaz se caracteriza por su capacidad para comunicar ideas de manera clara y accesible. Evitemos la jerga innecesaria o el uso excesivo de tecnicismos que podrían alienar a nuestra audiencia. En cambio, enfoquémonos en transmitir nuestra experiencia y conocimientos de manera simple pero impactante. Al hacerlo, podemos asegurarnos de que el mensaje sea comprendido y apreciado por todos aquellos que nos escuchan.

En resumen, el poder del discurso inspirador en el mundo empresarial es innegable. Al transmitir pasión y conocimiento de forma auténtica, conectando con la audiencia emocionalmente, escuchando activamente y comunicando con claridad y concisión, podemos inspirar y motivar a otros a alcanzar su máximo potencial. Ya sea en nuestro negocio, en una conferencia o en nuestras transmisiones en vivo, aprovechemos el poder de nuestras palabras y acciones para construir un mundo empresarial más inspirador y transformador.



Domingos
de 2:00 a 3:00 de la tarde por



En todas las plataformas de Podcast



**PORQUE LOS CEO
HABLAMOS DE NEGOCIOS..**

- Indhira Baez





Horatio, empresa de zona franca, que se dedica a la subcontratación de procesos de negocios, servicio al cliente y logística comercial para marcas de comercio electrónico y tecnología en los Estados Unidos, Europa, Singapur, y Australia, inauguró su segunda oficina de última generación en Metro Plaza, en la avenida Charles Sumner en Santo Domingo, con una capacidad de más de 10,700 metros cuadrados. Cuenta con una inversión de 55 millones de dólares y la generación de más de 1,500 puestos de trabajo que apuntan a llegar a unos 2,500 empleos al cierre del 2024 para sus operaciones en Santo Domingo y Santiago.

Horatio es una empresa pionera en el segmento de Customer Experience (CX por sus siglas en inglés) que entiende que la tecnología por sí sola no puede reemplazar la calidez y la empatía de la interacción humana, lo cual es fundamental para brindar a los consumidores una experiencia de servicio al cliente completa. La nueva Business Process Outsourcing o BPO, de capital norteamericano, inaugurada hoy

por la vicepresidenta de la República Dominicana, Raquel Peña, es la segunda que se instala a nivel local por la firma que opera en República Dominicana desde el 2019, según informó José Eduardo Herrera Pablo, CEO de Horatio para República Dominicana.

El ejecutivo enfatizó el compromiso de la empresa que representa de generar un crecimiento económico sostenible para el país y promover un nuevo modelo de negocios basado en empleos directos plenos y productivos, centrados en la calidad de vida de sus colaboradores y la rentabilidad de sus clientes.

“Hoy nos reunimos para celebrar la apertura oficial de nuestras nuevas oficinas de última generación, un ejemplo de nuestro compromiso de apoyar la creciente economía de la República Dominicana. Hoy estamos aquí, no solo como una empresa, sino como un testimonio de innovación,

perseverancia y un espíritu inquebrantable de crecimiento”, expresó Herrera Pablo.

El modelo de negocios que propone Horatio está centrado en el bienestar y desarrollo de sus colaboradores, de manera transversal y prioritaria para el funcionamiento de la organización. Como un reflejo de esta dinámica, la tasa de deserción voluntaria mensual es de apenas 1.4%, lo cual se traduce en un fiel testimonio de la dedicación y lealtad de su talento humano.

El bienestar laboral y la retención del talento humano se ve reflejado en la baja rotación. Sus instalaciones han sido diseñadas con espacios abiertos para el trabajo colaborativo: mesas redondas, en colores brillantes, un lugar donde puedes hacer preguntas entre sus compañeros. Cuentan con profesores de inglés in situ, programas de desarrollo y planes de carrera, gimnasio completamente equipado, entrenadores personales, guardería, clases de yoga y meditación, psicólogos, salas de juegos y comidas, snacks diarios, entre otras amenidades.

Por su lado, Víctor-Ito Bisonó, ministro de Industria, Comercio y Mypimes de República Dominicana, destacó que: “el modelo de negocios de Horatio, es un esfuerzo del sector público y privado en ofrecer nuevas oportunidades de empleabilidad a los jóvenes en edades de 19-25 años, los también denominados generación Z, por ser los que tienen la familiaridad con el uso de la tecnología digital, el internet, los medios

sociales, dominio de más de un idioma, desde una edad muy temprana. Son esos jóvenes que están transformando el mundo de los negocios, motivados por ambientes de trabajos colaborativos, con horarios flexibles donde su bienestar y crecimiento sostenible son tomados en cuenta”.

La sede de Hire Horatio se encuentra en Nueva York y actualmente atiende a más de 100 clientes de Estados Unidos, Europa, Singapur, y Australia con más de 1.500 empleados bilingües.

Sobre Horatio:

Horatio surge cuando José Herrera (CEO), Alex Ross (COO) y Jared Karon (CFO), cursando un posgrado en Columbia University, identificaron la situación que enfrentaban las compañías de comercio electrónico en Estados Unidos, al no contar con una empresa alterna que manejara efectivamente las inquietudes de sus clientes.

El equipo directivo de Horatio, lo conforman: José Herrera Pablo, CEO; Jared Karson, CFO; Alex Ross, COO; Elizabeth Pablo, vicepresidenta ejecutiva y Rita Saoud, vicepresidenta de Operaciones. La firma fue una de las ganadoras de Power Partner de Inc. en su lista inaugural de las mejores compañías B2B de todo el mundo. En el mes de noviembre de 2023, ocupó el puesto número 107 de 5,000 en la lista anual de Inc. 5000 de las empresas con mayor crecimiento en Estados Unidos y la primera en la República Dominicana en alcanzar esta puntuación en el ranking.

Ismael Cala

Periodista, escritor, motivador
y conferencista inspiracional y
empresarial

Navidades
en bienestar

Te escribo estas líneas mientras viajo para tomarme unos días de vacaciones. Aunque como he dicho antes, en vista de que disfruto tanto mi trabajo, esto lo veo más bien como unos días de mayor desconexión.

Sin embargo, para muchos de los que vivimos en este lado del mundo, las festividades navideñas representan algunos desafíos importantes a nivel de salud mental y bienestar.

Es común que las fiestas navideñas puedan ser una fuente de ansiedad y nostalgia para muchas personas. La presión de las expectativas sociales, la nostalgia por tiempos pasados, y la imposición de límites saludables a los familiares pueden ser desafíos emocionales difíciles de superar. A continuación, te ofrezco algunas recomendaciones para ayudarte a lidiar con estos desafíos:

1. Mantén tus expectativas realistas: Es importante recordar que las fiestas navideñas no tienen que ser perfectas. No te sientas presionado para cumplir con las expectativas sociales o familiares. En su lugar, enfócate en disfrutar de la compañía de tus seres queridos y en crear recuerdos significativos.

2. Crea nuevos rituales: Si te sientes nostálgico por tiempos pasados, considera crear nuevos rituales para las fiestas navideñas. Por ejemplo, puedes comenzar una nueva tradición de hacer galletas navideñas con tus hijos o amigos.

3. Establece límites saludables: Si tienes familiares que te causan ansiedad o estrés, es importante establecer límites saludables. Por ejemplo, puedes limitar el tiempo que pasas con ellos o establecer límites en las conversaciones que tienes con ellos.

4. Practica la gratitud: En lugar de enfocarte en lo que no tienes durante las fiestas navideñas, practica la gratitud por lo que sí tienes. Toma un momento para reflexionar sobre las cosas positivas en tu vida y en las relaciones que tienes con tus seres queridos.

5. Recuerda el verdadero significado de la Navidad: Finalmente, recuerda que el verdadero significado de la Navidad es el amor y la compasión. En lugar de enfocarte en las cosas materiales, enfócate en el amor que compartes con tus seres queridos y en la alegría que puedes traer a los demás.

Como dijo el poeta y dramaturgo británico William Shakespeare: “La compasión es la virtud principal del corazón humano”. Espero que estas recomendaciones te ayuden a lidiar con los desafíos emocionales que pueden surgir durante las fiestas navideñas.

Que estas navidades sean la oportunidad para encontrar espacios de bienestar. ¡Felices fiestas!

FACTOR DE ÉXITO

¡La clave está en la diferenciación!

Pre-venta 2024

FACTOR DE ÉXITO

¡La clave está en la diferenciación!

NEW YORK 

@RevistaFactorDeExito
Facebook: Factor de Exito
Twitter: @FactorDE
www.revistafactordeexito.com



Anthony Almanzar

Director de Programas de Tecnología y Transformación de State Street Global Advisors

El panorama financiero está cada vez más impulsado por la innovación y la tecnología

- **Indhira Báez**
Comunicación, asociación, imagen, personal branding y estrategia de marcas connotadas.
Inspirando a través del poder del discurso en el mundo empresarial
- **Ismael Cala**
Retributo, orador, motivador y conferencista nacional y empresarial.
Navidades en bienestar
- **VI Foro Iberoamericano de la Mipyme**
Los Mipymes son la solución
- **Laila Chartuni Ortega**
Presidenta TOP Companies.
El liderazgo empresarial sigue moldeando TOP-América 2023

RESERVA TU ESPACIO

INFO@REVISTAFACORDEEXITO.COM



Plataforma para el liderazgo, empresarial y de negocios





REVISTA



2024 NEW YORK



EVENTOS
INTERNACIONALES
EN REPÚBLICA DOMINICANA

ABRIL

FEBRERO

Liderazgo empresarial, Economía y Finanzas

Análisis del panorama económico y financiero del país, explorando las tendencias y desafíos que influyen en las decisiones de inversión.

ABRIL

Especial mujeres Factor de Exito

Una selección de mujeres que están marcando la diferencia e inspiran con su ejemplo.

Capital Humano

Gestión de recursos humanos y el desarrollo del talento, abordando estrategias para atraer, retener y potenciar al capital humano en las organizaciones.

JUNIO

Marcas & Marketing

Nos sumergiremos en el mundo del marketing y las marcas dominicanas. Estrategias de branding, campañas publicitarias exitosas y la importancia de la identidad de marca.



JULIO



AGOSTO

Energía

Analizaremos la industria de la energía, abordando la sostenibilidad y la búsqueda de fuentes de energía limpias.

OCTUBRE

Sostenibilidad Especial: Selección Verde

Prácticas sostenibles en los negocios y la importancia de la responsabilidad ambiental

Turismo

Destacaremos el turismo como motor económico, examinando estrategias para impulsar el sector de manera sostenible

DICIEMBRE

Liderazgo

Una mirada al liderazgo. Desde líderes empresariales destacados hasta consejos para liderar equipos de alto rendimiento, esta edición celebra el liderazgo en todas sus dimensiones.

Innovación, Emprendimiento y Tecnología

Últimas tendencias tecnológicas y cómo la innovación y el emprendimiento transforman la economía

OCTUBRE



ADQUIERE TU ESPACIO, EN ESTE 2024



Luis Maturén

CEO Datos Group

Líderes y empresas deben conducirse de manera auténtica

El estudio "Reputación en Centroamérica: el valor de la Confianza" arrojó que lo fundamental para construir la confianza en el liderazgo es que las empresas se basen en lo que verdaderamente representan y en cómo son percibidas por sus grupos de interés.

Para Luis Maturén, CEO de Datos Group, empresa especialista en información y en gestión humana, definir el término confianza en el contexto de relaciones personas-empresas "puede llegar a ser muy amplio o complejo según la percepción de la persona que lo defina, por ello es importante comprender esos elementos que permiten que las personas puedan acercarse a una marca, conocerla incluso llegar a defenderla en el caso de ser necesario".

Expresa que "es más fácil entender este concepto por lo que deja de ser, en vez de tratar de definir lo que es. Confianza en este sentido, es la ausencia de miedo, ansiedad, angustia".

Maturén afirma que las personas aprecian la confianza porque es un estado en el que todos los seres humanos desean estar. La confianza se convierte entonces en un pilar fundamental para el crecimiento de cualquier organización, debido a que afecta directamente la calidad de las relaciones que establece con sus diversos públicos: consumidores, colaboradores, aliados estratégicos, sociedad, etc., y en cuánto están dispuestos a creer, dar beneficio de la duda, apostar por una determinada empresa, marca, líder.

¿Qué relación hay entre confianza, reputación y éxito empresarial?

Confianza, así como admiración y respeto, son los elementos que permiten medir la percepción de las personas sobre la Reputación de una empresa; confianza es el elemento más fácil de ser evaluado o considerado por parte de los diferentes actores que tienen relación con una organización al ser un elemento cercano e identificable.

Cuanto más confiable, admirada y respetada sea una marca, una institución o un líder, más fuerte será su Reputación en el mundo empresarial y, por ende, podrá contar con el apoyo, el voto a favor tanto de sus colaboradores como de sus clientes directos y de los demás grupos de interés con los que se relaciona la empresa.

¿Cómo se mide el impacto de la confianza en una organización empresarial?

El impacto de la confianza se debe medir en cada uno de los niveles por separado, se puede hacer en el mismo momento, pero hacen falta metodologías diferentes para cada nivel.

Los clientes y consumidores de los productos de la empresa deben ser medidos con encuestas realizadas a una muestra representativa de este público, también se miden por la escucha en redes sociales de los comentarios positivos o negativos, el diseño de la metodología es clave para evitar sesgos en los resultados.

Para medir la confianza que existe en el entorno laboral se deben identificar a aquellos influenciadores que representan e impactan a la mayor cantidad de empleados y, posteriormente, conocer su percepción sobre la confianza entre los compañeros y en la misma organización.

Los expertos y líderes de opinión deberán ser abordados en entrevistas individuales para conocer en detalle las razones por las cuales confían o desconfían en la empresa.

Coméntenos acerca de las bases del estudio “Reputación en Centroamérica: el valor de la Confianza”, su alcance y cómo surge la idea de realizarlo.

En el estudio llevado a cabo en Centroamérica sobre la confianza, nos propusimos como objetivo el descubrir las similitudes y diferencias entre la confianza depositada en una empresa, una marca y un líder empresarial, así como descubrir los elementos que permiten que una persona pueda brindar su respaldo a una empresa o marca específica; elementos que a menudo no están tan claros en la mente del individuo o que no son considerados de manera completamente racional.

Adicionalmente, quisimos identificar a las empresas, marcas y líderes empresariales que generan más confianza en cada uno de los países centroamericanos. Para ello logramos contactar a líderes empresariales de cada país, personas claves en el mundo organizacional de los seis países de la región (Guatemala, El Salvador, Honduras, Costa Rica, Nicaragua y Panamá), así como también conocer la percepción del público general para poder contrastar los resultados y conocer cuáles son los elementos que generan confianza en el mundo empresarial.

Los resultados de la investigación permiten en este sentido, identificar las fortalezas y debilidades de cada tipo de liderazgo con la finalidad de que puedan diseñar estrategias que mejoren la confianza.

¿Cuáles son los resultados más relevantes que pudiera destacar?

Es esencial que tanto los líderes como las empresas se deben conducir de manera auténtica, teniendo en cuenta que no existe un perfil único para ser considerado confiable. Algunos líderes y empresas se

destacan por su enfoque en **qué** hacen, otros por **cómo** lo hacen y algunos (aunque en un porcentaje menor) se inclinan más hacia quiénes lo hacen (sociedad, ambiente, empleados, etc.).

Lo fundamental para construir la confianza en el liderazgo de Centroamérica y en las empresas es que se basen en lo que verdaderamente les representa y en cómo son percibidos por sus grupos de interés. El estudio permitió indagar y conocer sobre cómo son percibidas las organizaciones y el liderazgo empresarial, con el fin de que cada uno de ellos puedan reforzar los elementos que les hace ser considerados como líderes o empresas confiables.

En el estudio: ¿cuáles son los tipos de empresas que destacan por ser las más confiables? ¿Por qué?

En Centroamérica, las empresas privadas son las que generan mayor confianza, seguidas por la iglesia católica, universidades, iglesias evangélicas y las ONG's. El comportamiento es muy similar en cada uno de los países evaluados, excepto Nicaragua donde se aprecia como principal institución más confiable a la iglesia católica, seguida por las empresas privadas.

Según el alcance de la empresa, su cobertura y presencia geográfica, los centroamericanos suelen confiar más en empresas que son globales, es decir, en aquellas que tienen presencia en varios países y continentes, seguidas de las empresas regionales. Este es un atributo que parece favorable en la confiabilidad que pueden ofrecer las empresas, al lograr establecerse y permanecer en diferentes mercados.

Finalmente, en cuanto al origen de la sociedad, los centroamericanos suelen confiar más en empresas que no son familiares

¿Cuáles son las características que hacen que las empresas y líderes se perciban como confiables?

Los resultados de este estudio en Centroamérica permiten apreciar que la confianza se fundamenta en tres grandes dimensiones: “**Qué**”, que se refiere a qué es lo que hace la empresa, a lo que define a esa empresa o líder, “**Cómo**”, se refiere a lo que esa empresa o líder hace y cómo lo hace y, finalmente, “**Para quién**” que va asociado al sentido o propósito del líder o de la empresa, a esa capacidad de agregar valor a algo diferente de sí mismo.

En este sentido, la **confianza en las empresas** se encuentra fundamentada en dos de los tres elementos que conforman este indicador, estos son: lo que las empresas realizan (“**Qué**”) y la manera en que lo hacen (el “**Cómo**”). En cuanto a la dimensión “**Qué**”, se evidencia que el atributo predominante

es la "estabilidad" que la empresa ofrece, cualidad que sugiere que la solidez y permanencia de la organización en el mercado son aspectos cruciales en la formación de una percepción positiva por parte de los consumidores. En la dimensión "Cómo", resalta que la confianza también está fuertemente influenciada por la "calidad" que las empresas demuestran en su labor. Los consumidores valoran la excelencia y el esmero en la forma en que las empresas llevan a cabo sus procesos, lo que contribuye de manera significativa a establecer la confianza en sus productos y servicios.

En torno a la confianza en los líderes, se aprecia en primer lugar que importa en mayor proporción la dimensión "Qué", es decir, qué lo define como líder; las personas encuestadas tienden a confiar en los líderes debido a sus rasgos personales. Esto refleja la importancia que se atribuye a las cualidades individuales y características de los líderes a la hora de ganarse la confianza de otros. Aspectos como la profesionalidad, honestidad, calidad humana y la adhesión a valores y principios son rasgos personales altamente valorados por la población de Centroamérica.

En la era de la interconexión y los cambios, ¿cuáles son los principales desafíos a vencer para alcanzar altos niveles de confianza empresarial?

Uno de ellos es mostrarse como una empresa estable, pero a la vez innovadora, los encuestados en la investigación valoraron estos atributos al igual que la calidad de los productos y servicios como algo importante para generar confianza. Uno de los hallazgos en las investigaciones realizadas es que la forma como los colaboradores de la empresa son tratados tiene un impacto en la percepción de confianza de la organización.

¿Por dónde comenzaría a trabajar la confianza perdida en un líder o una empresa?

Recuperar la confianza perdida de un líder o una empresa es un proceso delicado pero posible. Hay algunos pasos fundamentales que deben seguirse:

Recolectar información sobre la percepción actual de confianza del líder o de la empresa, identificando las causas que están generando la desconfianza, consultar sobre las posibles acciones que se pueden llevar a cabo para recuperar la confianza perdida.

Trazar un plan de acción con comportamientos y compromisos que permitan recuperar la confianza.

Lo ideal es asesorarse con empresas expertas en el área de manejo de crisis y pérdida de confianza para,



apoyándose en su experiencia, tener resultados en menor tiempo y con más probabilidad de éxito.

Finalmente, el estudio sobre el valor de la Confianza se replicará en República Dominicana el próximo año. Coméntenos qué expectativas tiene y el alcance que buscan tener con el mismo.

Estamos muy entusiasmados que el próximo año tendremos la oportunidad de realizar el estudio sobre el valor de la confianza en República Dominicana.

Mis expectativas serían que el estudio permita identificar cómo se percibe y construye la confianza en el contexto específico de la República Dominicana.

El objetivo es replicar la misma metodología, pero con mejoras basadas en lo aprendido en Centroamérica y Venezuela.

Hacer esta investigación en diferentes países nos permite contar con más información que nos facilita ver si existen diferencias significativas en la percepción de confianza en diferentes culturas, cuáles son los aspectos comunes que nos ayudan a generar confianza y cuáles son las diferencias que dependen del contexto de un país en particular.

Conocer las organizaciones y líderes empresariales que generan más confianza en República Dominicana nos permitirá dibujar un mapa que nos conduzca a identificar los principales factores que generan confianza.



BHD



Piloto firma digital contrato hipotecario 2023

La Asociación de Bancos Múltiples de la República Dominicana (ABA) y el Banco BHD han desarrollado el primer piloto para la incorporación de contratos de préstamos hipotecarios firmados digitalmente en el proceso de adquisición de un inmueble, lo que representa un hito en la historia financiera del país y una apuesta a la digitalización como herramienta para la inclusión financiera.

El Banco BHD lideró la primera fase de este piloto, consistente en la firma de un contrato de compraventa y préstamo hipotecario por un canal digital, incluidas las firmas digitales de los representantes de Fiduciaria BHD, de las constructoras y de los adquirentes que se encuentran en el exterior.

La información sobre este piloto fue ofrecida en el marco de la feria inmobiliaria que esta entidad bancaria celebró recientemente en Nueva York, Estados Unidos.

Tanto ejecutivos de la ABA como de BHD precisaron que el objetivo de esta iniciativa consiste en establecer la ruta crítica para materializar la adquisición de productos financieros, incluyendo la posibilidad de compra de viviendas, a través de un canal digital, garantizando la seguridad jurídica de todas las partes. Con este piloto se dan los primeros pasos que permitirán que los dominicanos en el extranjero y en el país, interesados en adquirir productos financieros, puedan hacerlo a distancia.

“Esta facilidad reduce costos operativos relacionados con dichas transacciones, permitiendo a todos los dominicanos, incluyendo los residentes en el exterior, un mayor acceso a servicios financieros e inmobiliarios de manera ágil y segura, a la velocidad de un clic. Sin este proyecto, los servicios tenían

que darse exclusivamente de manera presencial, conllevando que los dominicanos tuvieran que venir desde el extranjero para firmar documentos y apoderar a terceros para agilizar los trámites. Esto no solo encarece el servicio, también resta agilidad al proceso de obtención”, afirmó Rosanna Ruíz, presidenta ejecutiva de la ABA.

La firma digital de contratos hipotecarios y de otros productos financieros será posible con la incorporación de documentos firmados digitalmente mediante certificados cualificados, conforme con la Ley núm. 126-02 sobre el Comercio Electrónico y Firmas Digitales y que, para los fines, se utilizarán los servicios de la ABA como entidad de certificación y proveedora de servicios de firma digital cualificada.

Steven Puig, presidente del Banco BHD, aseguró que “estamos sentando las bases para que este tipo de operaciones se haga de manera rutinaria en nuestra entidad. Nuestro propósito es impulsar el progreso de los dominicanos a través de acceso a los servicios financieros de manera cercana e innovadora; en este caso, damos un paso de innovación para facilitar el financiamiento de viviendas, sobre todo a los dominicanos en el exterior”.

Por primera vez desde la promulgación de la ley 126-02 de Comercio Electrónico, se realiza un piloto de esta naturaleza. “BHD es el primer banco dominicano en dar este importante paso, que es coherente con nuestros orígenes y con la experiencia en banca hipotecaria que hemos acumulado a lo largo de los años”, aseguró el presidente del Banco.

Cuando el Banco BHD inició sus operaciones en 1972, se conocía como Banco Hipotecario y en ese momento estaba especializado en programas de financiamientos hipotecarios.

VI Foro Iberoamericano de la Mipyme

Las Mipymes son la solución

Expertos de toda la región coincidieron en destacar la importancia de la colaboración público-privada en el ecosistema Mipyme, así como la necesidad de que este tipo de empresas puedan disponer de herramientas que faciliten su acceso a la financiación, su proceso de internacionalización, la transformación digital y su camino hacia la sostenibilidad.

El VI Foro Iberoamericano de la Mipyme, celebrado en Medellín, reunió a autoridades, líderes empresariales, investigadores, académicos y expertos de toda la región durante dos días de intensa actividad, en los que los responsables de políticas PYME y líderes empresariales trabajaron en conjunto para identificar prioridades y proponer acciones colaborativas.

En la sesión de apertura, que siguió a la palabras de bienvenida de la presidenta de la Cámara de Comercio de Medellín, Lina Vélez y del Alcalde, Óscar de Jesús Hurtado en esta última jornada; el secretario general Iberoamericano Andrés Allamand; la presidenta de CEIB, María Paz Jarvis; la vicepresidenta de Exportaciones de ProColombia, Juliana Villegas; y la vicepresidenta ejecutiva de la ANDI, Paola Buendía, coincidieron en señalar el gran potencial de las Mipymes de Iberoamérica y los retos a los que tiene que hacer frente para mejorar su situación.

“Sin crecimiento no hay progreso; sin emprendimiento no hay crecimiento; y sin Mipymes no hay emprendimiento. En definitiva, sin empresas no hay país; las Mipymes no son el problema sino la solución”. Éste es el mensaje que trasladó el secretario general Iberoamericano, Andrés Allamand,

en su intervención para inaugurar el acto. En este sentido, el líder de SEGIB enumeró como principales obstáculos para estas empresas: la productividad; el difícil acceso a la financiación (menos acceso, plazos más breves e intereses más altos); la digitalización, ya que hay una triple brecha: de cobertura, de acceso y de uso; la necesidad de adaptación regulatoria, tanto en el marco tributario como en la legislación laboral; la expansión e internacionalización, teniendo en cuenta que tan solo un 10 % de las Mipymes exporta en la región y solo un 45 % sobrevive a los dos años de vida tras su arranque; y la brecha de género, a pesar de que las mujeres que dirigen Mipymes son las que más contratan a mujeres. Por lo que se refiere a los puntos positivos, Allamand mencionó el impacto de estas empresas en la voluntad de dejar la pobreza atrás, su efecto en el crecimiento de la región y en el clima cultural, ya que se necesita gente que apoye el éxito y que sean los protagonistas de la generación e la riqueza.

En lo que refiere a los desafíos para las Mipymes, la presidenta protempore de CEIB, María Paz Jarvis, destacó que la inflación, la escasez de financiamiento y la fragmentación de las cadenas de valor son los principales retos percibidos de las micro, pequeñas y medianas empresas, según la Encuesta

Iberoamericana de la Mipyme, elaborada por CEIB, SEGIB y FIJE en 2022 Y, en esa línea, acotó "tenemos la responsabilidad de alentar la contribución entre todos los sectores para desarrollar políticas públicas que velen por la producción y fomentar asociaciones en las que las empresas apoyen a sus proveedores Mipymes fortaleciendo su cadena de valor". Jervis recordó además que Ecuador será anfitrión del próximo Encuentro Empresarial Iberoamericano, donde se intercambiarán ideas y experiencias alrededor de la innovación, la sostenibilidad y la inclusión.

Desde la ANDI (Asociación Nacional de Empresarios de Colombia), su vicepresidenta ejecutiva, Paola Buendía, recalcó la importancia de implementar programas de ayuda orientados a facilitar la supervivencia del tejido empresarial no solo en el mercado interno, sino más allá de las fronteras del país y de la región. En este sentido, destacó el gran apoyo de la banca multilateral y citó algún ejemplo de lo que han hecho desde la Organización, como la puesta en marcha de la Cámara de Aceleración y Emprendimiento, que converge con 28 sectores y 11 regiones, ha generado más de 1.000 empleos y ha implicado a 400 empresas, no solo del ámbito tecnológico.

Juliana Villegas, la vicepresidenta de Exportaciones de ProColombia, aseguró que las Mipymes constituyen un pilar fundamental en la política de reindustrialización del gobierno nacional. Por lo que se refiere a las exportaciones, Villegas aseguró que la estrategia se centra en cinco objetivos prioritarios: más Mipymes exportando, más empresas de la región exportando, más exportaciones con destino a Latinoamérica y el Caribe, más exportaciones con mayor valor agregado, y más compañías exportadoras lideradas por diferentes comunidades. Villegas informó también de que, a través del programa "Fábrica de Internacionalización" que pusieron en marcha, se ha prestado apoyo a más 1.000 empresas para cerrar sus brechas en el proceso de expandirse; y el 96 % son Mipymes.



Un éxito de participación y ponencias al más alto nivel

Ante cerca de 800 participantes, autoridades relacionadas con las Mipyme, los máximos líderes de organizaciones empresariales iberoamericanas, investigadores, académicos, representantes de organismos multilaterales y expertos de toda la región, debatieron acerca de los principales retos a los que se enfrentan las Mipymes en el contexto actual: la escasa productividad y competitividad, políticas públicas poco adaptadas a ellas, formación, transformación digital y ser digital en un entorno que lo exige cada vez más.

En el transcurso de los diversos paneles, cabe destacar la participación autoridades, como los viceministros Mipymes de Guatemala, Rodolfo de León; Costa Rica, Christian Rucavado; Perú, Samuel Torres; Cuba, Johana Odrizola; y República Dominicana, Jorge Guillermo Morales; y de destacados representantes de instituciones como CAF, con el economista principal de la Dirección de Investigaciones

socioeconómicas, Pablo Brassiolo, o la Organización Mundial del Turismo, con su directora ejecutiva, Natalia Bayona; entre otras.

Por parte empresarial, destacar la intervención del presidente de la Federación Iberoamericana de Jóvenes Empresarios-FIJE, Matías Fernández; el presidente de CEPYME y vicepresidente de CEOE, Gerardo Cuerva; el presidente de ATA y también vicepresidente de CEOE, Lorenzo Amor; la presidenta de COPARDOM, Laura Peña; el presidente del Comité PYMES COPARMEX, Mauricio Núñez; o de la directora ejecutiva de FEDEPRICAP, Helui Castillo. Además, participaron los máximos responsables de importantes empresas con presencia en la región, como es el caso de Mapfre y Cox Energy, entre otras.

Hubo además, a lo largo de la jornada, ponencias destacadas como "Cenpromype: Agenda regional Mujeres y Mipymes", por parte de la Cámara de Mujeres Empresarias y Emprendedoras de Guatemala;

la presentación del proyecto “Líderes Digitales Mipymes, por parte de SEGIB; e “Impulsando el crecimiento verde, sostenible e inclusivo en América Latina y el Caribe”, por parte de CAF.

Una Iberoamérica más productiva e integrada

Previamente a la sesión de clausura la presidenta de ProColombia, Carmen Caballero, puso de relieve el gran valor de este foro para interconectar y aprender unos de otros, así como para promover el crecimiento, la inversión, las exportaciones y el turismo. Por primera vez, ha sido una agencia de inversión la aliada de CEIB y SEGIB en un foro internacional y ha sido todo un éxito. El objetivo es “avanzar hacia una Iberoamérica más productiva e integrada. Y, para ello hay que fomentar la Inclusión con perspectiva de género, la digitalización y el crecimiento verde”, todos aspectos clave en la política del gobierno de Colombia, que pretende pasar de una economía extractiva a un modelo productivo descarbonizado, inclusivo, sostenible y basado en el conocimiento para internacionalizar el aparato productivo y la región. Es urgente fortalecer la interacción entre el sector privado y público, valoró, para cerrar brechas y lograr el desarrollo deseado en la región.

Clausuró la jornada el ministro de Comercio, Industria y Turismo, Germán Umaña, quien aseguró que “hoy se acaba la COP 28, que los objetivos de desarrollo sostenible abren una brecha entre lo que es la intención y la realidad, y estamos preocupados”. Además, el multilateralismo y las reglas de juego en el contexto actual están en crisis.

“Solo las conclusiones que se han alcanzado en este foro podrán dar respuesta a lo que necesitan las sociedades para promover la internacionalización, como la sostenibilidad, la digitalización, la

comunicación o el financiamiento”. El compromiso que se ha adoptado con las Mipymes, subrayó, y que se va a llevar a la próxima Cumbre de Jefes de Estado y de Gobierno en Ecuador va a ser muy importante. Es crucial dialogar, entenderse, reencontrarse y apostar por la integración iberoamericana para mejorar y construir juntos un futuro mejor. Es bueno para todos volver a los periodos de reflexión y no de separación, añadió; porque como decía Pablo Neruda “para que no nos una nada, que nada nos separe” y ahora estamos llegando a una conclusión diferente, declaró.

La mirada de los jóvenes empresarios para el desarrollo Mipyme

Para concluir esta sexta edición del Foro, se celebró también un evento centrado en la mirada de los jóvenes empresarios para el desarrollo Mipyme, organizado por FIJE (Federación Iberoamericana de Jóvenes Empresarios). Su presidente, Matías Fernández y el secretario general, Antonio Magraner, hicieron hincapié en la importancia de dotar de instrumentos adecuados al emprendimiento y de hacer un esfuerzo para gestionar, retener y reciclar el talento que llega a nuestros países. En este sentido, Narciso Casado y Jaume Gaytán, que también intervinieron en este espacio, incidieron en la importancia de implicación de los jóvenes empresarios en la toma de decisiones, teniendo en cuenta que son el presente y el futuro de la región.

Durante el acto se presentaron diversos casos de éxito y de buenas prácticas en la región, de la mano de Juna Manuel Barrientos, reconocido chef colombiano con dos estrellas Michelin y socio fundador de ElCielo Group; Eva Rey, periodista española y empresaria; Camilo Olarte Chaparro, CEO de Universo Indie; Yohania de Armas, directora



en Conecta Iberoamérica; Mateo Andrés Valencia, CEO Latam de Sofistic Cuatrochenta; y Kenny Alexander Guerra Sánchez, de Disaroca Group.

Compromiso Iberoamericano con las MIPYMES

Al finalizar el encuentro, Narciso Casado y Jaume Gaytán presentaron e hicieron entrega del Compromiso Iberoamericano con las Mipymes ante el sector público y privado de 22 países de Iberoamérica, documento que constituye un inventario de prioridades surgidas durante las jornadas de trabajo y que servirá como aportación a las conversaciones de la XXIX Cumbre de Jefes y Jefas de Estado y de Gobierno, y al Encuentro Empresarial que tendrá lugar en Ecuador en 2024, con el propósito de contribuir a los desafíos de la productividad, la competitividad y la formalización, poniendo en valor el enorme papel de las micro, pequeñas y medianas empresas iberoamericanas.

Apostamos por fomentar la asistencia técnica especializada y la formación para Mipymes en materia de internacionalización, transformación digital e implementación de tecnologías para la productividad.

Nos comprometemos a trazar y visibilizar oportunidades de comercio para las Mipymes dentro de la comunidad iberoamericana con enfoque sectorial y de desarrollo de proveedores.

Promoveremos que toda estrategia pública de transformación digital de las Mipymes sea una herramienta para la inclusión social, la igualdad de género y el desarrollo sostenible.







Contribuiremos a los esfuerzos de recopilación de datos que permitan profundizar y ampliar la comprensión de la situación de las Mipymes iberoamericanas en dimensiones estratégicas como productividad, sostenibilidad, internacionalización, digitalización e igualdad de género.

Participaremos proactivamente en la creación de fuentes de financiamiento para las Mipymes, para su transformación digital, la mejora de la productividad y para la participación en el comercio exterior, promoviendo los mecanismos necesarios para superar la brecha de género en términos de acceso.

Impulsaremos la transformación digital y la tecnificación de las Mipymes iberoamericanas, a través de políticas públicas con enfoque sectorial, que respondan a la realidad industrial de cada país.

Promoveremos el diálogo para la simplificación y la armonización informalidad, evitar la sobrerregulación, impulsar la productividad y la competitividad de las Mipymes y facilitar el comercio.

Impulsaremos proyectos de transición ecológica justa, transformación digital inclusiva, desarrollo humano y resiliencia sanitaria que favorezcan a las Mipymes en el marco de la Agenda de Inversiones para América Latina y el Caribe, de la estrategia Global Gateway de la Unión Europea.

Promoveremos iniciativas y prácticas sostenibles que contribuyan a reducir el impacto ambiental del sector agroindustrial de pequeña escala, así como a la conservación de los recursos naturales y la biodiversidad, y a garantizar la producción de alimentos suficientes y accesibles para la población iberoamericana.

Promoveremos el desarrollo, la internacionalización y el fortalecimiento de las cadenas de valor agroindustriales de pequeña escala con el propósito de incrementar la rentabilidad y competitividad de los productos, así como mejorar la calidad de vida de las familias que participan desde la producción hasta la comercialización.





ADEN Corporate
Solutions

*Capacitación y consultoría
para tu empresa*

**Más de 5000 Empresas
avalan nuestro trabajo**

- *Capacitaciones, talleres
y programas ejecutivos*
- *Diagnóstico y evaluación
del talento*
- *Simuladores de Negocios,
Bootcamps y más*

*La inversión estratégica
que impacta en los
resultados de tu empresa*



ESCANEA
Y DESCUBRE
MÁS





¡Sé parte del cambio!

E-VEN Project ofrece oportunidades educativas para **más de 350 niños y adultos** que viven en Los Roques y Canaima, dos comunidades de difícil acceso altamente turísticas en Venezuela.

Por medio de la enseñanza del inglés como herramienta comunicativa, E-VEN Project busca construir el futuro que esperamos para Venezuela con el **desarrollo de la población local** en el área de turismo sustentable.

Apóyanos a través de la plataforma *Global Giving* y obtendrás tu recibo por haber realizado un *Tax-Deductible Contribution*.

El lugar en donde naciste no debe limitar tus oportunidades
¡Ayúdanos a educar el futuro de Venezuela!

@evenproject_

evenproject.org



LARIMAR

CITY & RESORT

Un paraíso tropical
donde tu inversión
no solo está protegida,
sino que crece
a un impresionante

10%
anual

Eso es Larimar City:
garantía segura y
rentabilidad en un
entorno de ensueño.
Invierte hoy y
observa cómo tus
ganancias florecen
en el corazón del
Caribe

Los pagos realizados en la fase de construcción están cubierto por una póliza de seguro garantizando la seguridad de la inversión. La rentabilidades se han calculado en función de las condiciones de mercado actuales por lo que las rentabilidades finales podrán variar en función de las condiciones del mercado, la oferta y demanda en la zona y otros factores externos.



www.larimarcity.com

P.A.N. cumple 63 años

en el mercado afianzándose como marca global

Hasta hace 63 años, la tradición venezolana de la preparación de arepas estaba a punto de perderse por lo laborioso del proceso y lo complicado que era mantener esa rutina en tiempos en que la población se mudaba del campo a las grandes ciudades.

P.A.N. la marca pionera en harinas precocidas de maíz del mundo nació un 10 de diciembre de 1960 en Venezuela gracias a Empresas Polar, para rescatar esa tradición y que la arepa se mantuviera en las mesas, no solo de los venezolanos, sino de todo aquel que disfrutara de su sabor.

Hoy P.A.N. está presente en 100 países y se ha convertido en una marca global de alimentos sabrosos, nutritivos y convenientes, que ofrece una variedad de productos que van desde harinas precocidas, hasta productos congelados, refrigerados, untables, ideales para consumir en casa, para eventos o restaurantes.

“P.A.N. es una marca muy sólida, con un gran potencial de crecimiento, que cuenta con un importante reconocimiento y representa lo mejor de Venezuela que recorre el mundo. Cuando nuestros fundadores la crearon, fueron unos visionarios, ya tenían para ella una visión de largo plazo muy ambiciosa. Hoy contamos con un gran equipo en el mundo que trabajan para continuar con ese legado, atentos siempre a las necesidades de los consumidores y a las tendencias del mercado”, comentó María Alexandra Mendoza, directora de Mercadeo

del Negocio Internacional de Empresas Polar.

Como marca, P.A.N. ha aprendido a comunicarse con diferentes paladares alrededor del mundo, adaptándose a sabores y preparaciones que van desde lo tradicional hasta lo exótico, en diferentes ocasiones de consumo y aplicaciones.

En Estados Unidos, el portafolio de P.A.N. incluye Harina de maíz precocida, baking mixes y arepas congelada. A través de la cuenta de Instagram @Pan_US la marca comparte recetas tanto propias como internacionales, además, en @allofpan brinda entretenido contenido global por lo que invita a seguirla en ambas cuentas para estar al tanto de todas las novedades de la marca.

Breve reseña histórica del nacimiento de Harina P.A.N.

En los años ´50, en Venezuela se vivió un proceso de migración desde el campo hacia las grandes ciudades debido a la explotación petrolera, por lo que la población sufrió un cambio en sus costumbres para adaptarse a un estilo de vida más urbano.

Entre las tradiciones que estaban cambiando estaba la preparación de las arepas, ya que hacerlas ameritaba un proceso largo y laborioso que incluía pilar el maíz, desgranarlo, cocerlo y molerlo.

Es por esto que surgió la necesidad en todo el país de contar con una alternativa que permitiera elaborar las arepas y otros platos típicos de manera práctica y sencilla.



CELEBRANDO EL SABOR DE M

Si bien hubo varios intentos que no lograron masificar un producto con estas características, fueron el ingeniero venezolano Juan Lorenzo Mendoza Quintero y el químico de origen checo Carlos Roubicek quienes lograron desarrollar y comercializar una harina precocida de maíz que estuviera al alcance de todos. Así

se consiguió elaborar el producto que cambiaría la historia de la cocina venezolana y de la arepa en el mundo: Harina P.A.N.

Juan Lorenzo, hijo mayor de Lorenzo Mendoza Fleury, fundador de Cervecería Polar, y Roubicek, junto con un grupo de colaboradores, tuvieron la visión

de utilizar la planta procesadora de maíz, que hasta entonces solo surtía las hojuelas destinadas a la elaboración de la cerveza Polar, para crear este nuevo producto que simplificó la preparación de la masa para hacer las tradicionales arepas y otros platillos, manteniendo el sabor y la textura de siempre.

ÑOS
NUESTRA VIDA



Premium Content

DESDE 1960



UN BUEN LIDERAZGO FORJA Y ASEGURA SU RELEVO ¿QUÉ HACER EN LAS ORGANIZACIONES?

Rayvelis Roa

Especialista en Comunicación Estratégica

🌐 www.rayvelisroa.com 📧 rayrr02@gmail.com 📱 [@rayvelisroa](#)

Haciendo un recorrido por las organizaciones, podríamos identificar algunos retos para forjar el relevo, tales como:

- Resistencia de quienes ya han agotado su ciclo, que no quieren ceder los espacios.
- Miedo de algunos líderes a ser desplazados, por lo cual no facilitan el proceso de preparación y aprendizaje de perfiles potenciales para sustituirlos.
- Falta de conciencia y de liderazgo, sobre la importancia de preparar a quienes van a relevar los puestos claves de la organización.
- El tema del relevo no se tiene como un factor importante dentro de la gestión organizacional, sólo se prioriza cuando surge alguna situación.
- No se crean mecanismos, ni programas que motiven al talento humano a visualizarse asumiendo puestos de liderazgo en el corto, mediano y largo plazo.

Según el tipo de organización encontraremos algunos más, lo importante es poder identificarlos y gestionarlo lo antes posible.

Ante estos retos, quisiera compartir algunas recomendaciones que pueden aportar a impulsar el necesario relevo:

- Concienciar a los líderes, altos y mandos medios sobre la importancia de forjar el relevo, para que sin importar las circunstancias de sus salidas, alguien pueda continuar con sus esfuerzos y la organización continúe avanzando.
- Centrar la gestión interna de la organización en lograr la mayor identificación y fidelización posible, para que los colaboradores asuman un compromiso ganar-ganar a largo plazo con la organización.
- Diseñar e implementar programas de desarrollo profesional y laboral que permitan al colaborador tener clara su ruta de crecimiento dentro de la organización; contar con espacios de formación para desarrollar las competencias necesarias; y contar con la posibilidad de adquirir experiencia en el área en la que tiene potencial para desenvolverse.
- Implementar mentorías internas donde la alta gerencia o líderes de la organización guíen el proceso de preparación y empoderamiento para quienes tengan potencial de sustituirlos.

El buen ejercicio del liderazgo no es posible si no existe conciencia y compromiso con impulsar a nuevos líderes, y en el mundo empresarial e institucional, cobra mucho valor, porque el pilar principal de una organización son las personas, pero si no se mantiene un compromiso que trascienda de generación en generación, los esfuerzos de un grupo no servirá como legado, porque todo lo que aportaron se irá cuando se retiren.

Apostemos por convertirnos en forjadores de seres humanos y perfiles que encuentren puertas abiertas, oportunidades de crecimiento, que se sumen a la visión y que reciban de quienes ya estamos avanzando, la luz que les guíe hacia el camino de desarrollo y que su legado, supere al nuestro, así como un estudiante debería superar al maestro.

Un buen ejercicio de liderazgo implica tener conciencia de que van a surgir momentos en los que se requiera rediseño y que llegará un día en que corresponda ceder el espacio a quien pueda relevar a otra persona que siga con la influencia.

Todos conocemos o hemos escuchado sobre alguien cuyo tiempo como líder concluyó, sin embargo, no se puede sustituir porque no se encuentra un perfil idóneo, o porque se resisten a salir de las organizaciones y facilitar el relevo de las nuevas generaciones.

En todos los ámbitos, el político, económico y social ha quedado claro que es de suma importancia crear espacios y mecanismos para formar y preparar el talento humano que en el futuro (cercano o lejano) asumirá el liderazgo, para que puedan dar continuidad a lo realizado, siga materializando la visión y aporte a mejorar lo que se ha hecho desde su creatividad y compromiso.

Es de suma importancia que las organizaciones coloquen como una prioridad dentro de su gestión interna, programas y estrategias para incentivar, motivar e inspirar a sus colaboradores a tener un visión a largo plazo, que permita su desarrollo personal, profesional y laboral, al tiempo que aporte la sostenibilidad, productividad, buena reputación y éxito del lugar de trabajo.



TAMAN, armonía y sostenibilidad en un proyecto inmobiliario

Inauguran proyecto inmobiliario por valor 30 MM de dólares en el Boulevard Turístico del Este.



Grupo Perassan, empresa que encabeza el proyecto, explicó que buscan ser un referente en diseño arquitectónico y desarrollo sostenible, creando espacios que promuevan el bienestar integral y una vida en armonía con el entorno natural.

“Nos sentimos orgullosos de ser el primer proyecto inmobiliario en el Boulevard Turístico del Este, en dar el primer picazo lo que es una muestra de nuestra confianza en el desarrollo y futuro crecimiento de este” aseguró Boereau. El también afirmó que el Grupo Perassan

“apuesta fielmente en esta inversión debido al buen clima de estabilidad macroeconómica de la República Dominicana que goza hoy en día de una moneda fuerte, una tasa de inflación baja, disponibilidad de personal capacitado y ni hablar de la belleza de sus paisajes, lo que hace de esta región un destino ideal para la inversión extranjera”.

El proyecto TAMAN es construido por Vergéz & Asoc., diseñado por la firma Luxia Labs y la renderización fue realizada por Vis-Disarqui.

El Proyecto consta con 144 unidades de apartamentos de 1 y 2 habitaciones, distribuidos en 9 edificios de 4 niveles y cuenta con un espacio comercial, el primero en la zona. Se espera que TAMAN se convierta en el espacio ideal para estadias de corta estancia tipo Airbnb o de residencia permanente para aquellos que desean el retiro. En tan sólo meses los inversores lograron una plusvalía de 70%.

Tras el primer picazo, Marcus Boereau, presidente y CEO del



Premium Content

FACTOR DE ÉXITO

¡La clave está en la diferenciación!

REPÚBLICA DOMINICANA
ISSN 2520-0100

www.revistafactordeexitodm.com

@RevistaFactorDeExitodm

Revista Factor de Éxito



Laboratorio de Mentores
Lleva el emprendimiento
a otro nivel

Jennifer Arias

CEO de Laboratorio de Mentores

Emprendimiento, Innovación y Tecnología:
Las claves para un futuro prometedor

Irene Torres
Pdta. de Entrepreneurs' Organization en República Dominicana
Una red de emprendedores para apoyar a otros emprendedores

Gastón Gabin
CEO de CEMDOE
CEMDOE, un modelo de servicio al paciente digital e innovador

Ricky Michel Presbot
Cofundador y CEO de Ualet
Ualet, más que avance de efectivo

Omar García (Angurria)
Publicista, director de arte y muralista
Mi enfoque se centra en el arduo trabajo diario para seguir creciendo



EVENTOS | REVISTA | DIGITAL | WEB SITE

FDE
FACTOR DE ÉXITO

PLATAFORMA INTERNACIONAL PARA EL LIDERAZGO, EMPRESARIAL Y DE NEGOCIOS

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



DESCARGA TODAS NUESTRAS EDICIONES AQUÍ >>>





Una **edición especial** para exaltar **la Calidad**

La plataforma editorial, Factor de Éxito, en su compromiso de llevar contenido de valor a su audiencia, y en alianza con el Ministerio de Industria Comercio y Mipymes, lanza una edición especial de su revista sobre Calidad y el SIDOCAL.

En ocasión de la celebración del Mes de la Calidad en noviembre, Factor de Éxito presentó su edición especial, titulada “Revolucionando, el Impacto Transformador del Sistema Dominicano de Calidad”, una edición que resalta la importancia de este tema para el crecimiento y desarrollo de la economía de la República Dominicana.

La actividad, que se realizó en la sede del MICM, contó con la participación del ministro Ito Bisonó, quien proclamó que la calidad es una oportunidad para construir el porvenir que todos los dominicanos anhelan y señaló que el Sistema Dominicano para la Calidad (SIDOCAL) es una pieza fundamental para la implementación de una cultura de calidad que facilite y garantice el cumplimiento de los requisitos de seguridad y calidad exigidos en los mercados nacionales e internacionales.

Isabel Figueroa de Rolo, CEO y directora editorial de Factor de Éxito, expresó: “como plataforma editorial, estamos comprometidos con llevar contenido de valor a nuestra audiencia, por esta razón nos resultó imperativo dedicar una edición a este importante tema que impulsa la competitividad y el crecimiento de la República Dominicana”.

Por su parte, Isabel Cristina Rolo, directora ejecutiva de Factor de Éxito afirmó en sus palabras de bienvenida: “hemos visto acciones por parte del sector público y privado que son una muestra de la toma de consciencia acerca la trascendencia de la calidad y la implementación de una cultura de calidad para el país y sus ciudadanos”.

La actividad contó con la presencia de viceministros, directores de los organismos e instituciones involucrados en el Sistema Dominicano para la Calidad, así como importantes actores del sector público y privado que comparten la visión de implementar una cultura de calidad en el país.





En la revista

En esta edición, Factor de Éxito publica diversas entrevistas realizadas, entre ellas al ministro Bisonó, quien preside el Consejo Directivo del Consejo Dominicano para la Calidad (CODOCA), y a otros directivos de entidades que componen el referido consejo.

Todos abordaron las acciones que se ejecutan desde las instituciones que dirigen para alcanzar un alto nivel conciencia acerca la importancia de la implementación de la cultura de la calidad en el país.

Igualmente, en las páginas de la revista se resaltan casos de empresas donde la implementación de un sistema de calidad ha sido clave en el éxito de la estrategia de negocio"



Víctor Bisonó
Ministro de Industria,
Comercio y Mipymes

"Uno de los temas más importantes que se promueven desde el CODOCA es el fomento de la cultura de la calidad, que la gente entienda y asimile la calidad como un estilo de vida, por lo cual desde el CODOCA se tienen en funcionamiento muchos programas de capacitación, como talleres, cursos y diplomados en donde entidades claves del SIDOCAL, como lo son el Instituto Nacional de Protección de los Derechos del Consumidor (PROCONSUMIDOR), el INDOCAL y el ODAC, transfieren sus conocimientos a los ciudadanos dominicanos en las 32 provincias".



Fantino Polanco

Viceministro de Desarrollo Industrial del Ministerio de Industria, Comercio y Mipymes (MICM)

Secretario General Interino del Consejo Dominicano para la Calidad (CODOCA)

“La calidad es parte de la vida de todos los dominicanos (...) La reforma y actualización de la Ley 166-12 que crea el SIDOCAL es uno de los pasos más positivos y prácticos que la República Dominicana puede dar para el mantenimiento de una economía próspera como base de la salud y el bienestar de todos”.



Lorenzo Ramírez

Director general Instituto Dominicano para la Calidad

"La certificación es un elemento clave en este proceso, ya que genera confianza a los consumidores, al tiempo que permite reducir riesgos y costos. Al ser un reconocimiento internacional, contribuye a que seamos más competitivos en el mercado interno y en el extranjero, mejorando además la imagen de la industria dominicana en general y el posicionamiento de nuestra Marca País”.

Ángel David Taveras Difo
 Director ejecutivo Organismo
 Dominicano de Acreditación

"Sin duda alguna, la República Dominicana ha dado pasos agigantados en los últimos años. Con la obtención de los Acuerdo de Reconocimiento Mutuo (MRA, por sus siglas en inglés) de la Cooperación Internacional de Acreditación de Laboratorios (ILAC) y Acuerdo de Reconocimiento Multilateral (MLA, por sus siglas en inglés) de la Cooperación Interamericana de Acreditación (IAAC) en el año 2020, así como el trabajo arduo por el Organismo Dominicano de Acreditación, la República Dominicana se posiciona a la par con los demás países de la región, por su competencia técnica comprobada".



Eddy Alcántara
 Director ejecutivo
 Pro Consumidor

"Reiteramos nuestro firme compromiso de continuar protegiendo los intereses de los consumidores, de velar porque en el país se comercialicen productos que no afecten su salud ni su seguridad; de seguir fortaleciendo la educación en derechos; de garantizar certidumbre jurídica en nuestras actuaciones, así como de promover un consumo sostenible que no afecte a las actuales ni futuras generaciones".



Laila Chartuni Ortega
Presidenta TOP Companies

**El liderazgo empresarial
sigue madurando:
TOP+América 2023**

RANKING TOP + América 2023

EMPRESAS CULTURALMENTE PODEROSAS

Es clara la evolución en diversos temas de Cultura organizacional en Latinoamérica, sobre todo en temas puntuales como liderazgo, pero vemos que todavía hay un camino por recorrer. Está en proceso de madurez.

Los datos que hemos obtenido de miles de encuestas que realizamos en TOP Companies este año en la región muestran que los líderes están conscientes de la importancia de su posición y del rol model. Tienen claro que la ejemplaridad detona Cultura, guía la conducta del colaborador y permite amalgamar misión y propósitos de toda la organización.

Encontramos que el liderazgo se ha enfocado en diferentes temas por género. En relación con las mujeres apuntalando su desarrollo profesional, mejorando sus posibilidades de crecer con la empresa y obtener mejores puestos. En el caso de los hombres con un nivel de adaptación alto, lo que les da mayor claridad respecto a qué les puede esperar en lo profesional.

Si tomamos el promedio de hace 5 años es evidente que se ha dado una madurez que elevó el puntaje de 75 a 79, en un rango de 0 a 100 en nuestras evaluaciones. Deja ver también que durante la pandemia el líder tuvo tiempo para encontrar respuestas sobre temas organizacionales y conocer mejores prácticas de gestión de talento.

Pese a ello, a nivel regional estamos viendo dificultades de adaptación de los colaboradores en los primeros meses. Aunque tiene que ver más con el proceso de reclutamiento, que no está orientado a identificar e incorporar a las personas que coinciden con los valores, ideas y sistema emocional de la empresa.

Además, se suma otro factor, y es que muchas de las personas que reciben a los nuevos colaboradores tampoco tienen la preparación para modelarlos y adaptarlos correctamente. Todo esto, en conjunto, propicia que no conecten con la organización y se dé una alta rotación.

De igual forma vemos que quienes se quedan no necesariamente tienen el tiempo y proceso de madurez suficiente dentro de las empresas como para asegurar su adaptación. Identificamos que al cabo de dos o tres años de antigüedad se presenta otra curva fuerte de abandono, porque no terminaron de amalgamar y adaptarse con la cultura de la organización.



Esa es una tarea pendiente en la región: trabajar más en el proceso de adaptación de la gente. Otra que identificamos es desarrollar un sistema de interacción adecuado, porque lo que vemos en nuestros números es que se está dando en cotos.

Pareciera que los colaboradores están preocupados y defendiendo a su propia área, pero no a toda la organización. No comulgan con nadie más porque están focalizados en sus actividades, y en todo caso en el de su equipo inmediato, lo que origina formas de trabajo muy individualistas, en grupos, que dificultan la interacción y da pie a cotos de poder.

¿Las empresas se han dado cuenta de esto? Sí. ¿Lo están combatiendo desde un rol model adecuado y con el debido relanzamiento cultural a nivel general? Lo que advertimos es que sí, aunque va a tomar tiempo el poder amalgamar. Estas son facturas que nos ha dejado la pandemia y que están contribuyendo al proceso de maduración de los líderes.

Antes encontrábamos en Latam un liderazgo con ausencia de muchos atributos importantes, y hoy veo un liderazgo con una conexión emocional más colocada, que impulsa resultados, resiliente, que se reconstruye y se toma en serio el tema de la comunicación.

Claro, hay temas en los que tenemos que seguir trabajando, como una retroalimentación mucho más efectiva y un mejor proceso del rol model. Todavía hay aspectos que se tienen que desarrollar con los líderes a nivel individual, pero es un camino que ya se comenzó a recorrer en las EmpresasTOP y sin duda está funcionando.

Empresa	País	Sector	OpenBusiness															
			Liderazgo	Dinámica Organizacional	Resiliencia	Identificación con la empresa	Crecimiento laboral	Formación - Rol model	Motivación organizacional	Actitud Laboral	Honestidad	Diversidad e inclusión	Políticas de la empresa	Responsabilidad social	Jornada laboral	Seguridad laboral	Estrés laboral	Psicología positiva
1	Walmart Centroamérica	Honduras	Comercio Autoservicio	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	3	1	1	1	1
2	Walmart Centroamérica	Guatemala	Comercio Autoservicio	2	1	2	4	2	2	1	2	3	2	2	2	2	2	2
3	HYATT INCLUSIVE COLLECTION	Costa Rica	Hospitalidad - Hotelería	4	3	3	2	4	5	3	3	1	3	4	3	1	3	3
4	Walmart Centroamérica	Nicaragua	Comercio Autoservicio	3	4	5	3	3	3	4	4	4	4	3	4	5	4	4
5	Walmart Centroamérica	El Salvador	Comercio Autoservicio	5	5	4	5	5	4	5	5	6	6	5	5	4	5	5
6	Walmart Centroamérica	Costa Rica	Comercio Autoservicio	6	8	6	6	6	6	6	6	5	5	6	6	7	6	6
7	HYATT INCLUSIVE COLLECTION	República Dominicana	Hospitalidad - Hotelería	8	7	8	7	7	7	8	7	7	7	9	7	6	7	7
8	Marco MKT	Perú	Servicios Profesionales	10	6	7	8	9	10	7	8	8	8	8	8	9	8	8
9	Marco MKT	Argentina	Servicios Profesionales	9	9	9	9	8	9	9	9	11	9	7	9	8	9	7
10	Marco MKT	Chile	Servicios Profesionales	7	10	10	10	10	8	10	10	9	10	11	10	11	11	10
11	Essity	Panamá	Cuidado Personal	11	11	11	11	11	11	11	12	10	11	10	11	10	12	11
12	Marco MKT	Colombia	Servicios Profesionales	12	12	12	12	12	12	13	11	12	12	14	12	13	12	12
13	Marco MKT	Brasil	Servicios Profesionales	14	13	13	14	13	13	12	13	13	13	12	13	12	13	13
14	Essity	Costa Rica	Cuidado Personal	13	14	14	13	15	15	14	14	14	15	13	14	14	14	14
15	AVAYA	Colombia	Telecomunicaciones	16	15	15	15	14	14	16	15	16	14	15	15	15	15	15
16	AVAYA	Brasil	Telecomunicaciones	15	16	17	16	16	16	15	16	15	16	16	16	16	16	17
17	Essity	Guatemala	Cuidado Personal	17	17	16	17	17	18	18	17	17	17	17	17	17	18	17
18	Essity	El Salvador	Cuidado Personal	18	18	18	18	18	17	17	18	18	21	18	18	18	19	18
19	HYATT REGENCY CARTAGENA	Colombia	Hospitalidad	20	19	19	20	20	19	20	20	19	20	19	19	19	19	18
20	ManpowerGroup	El Salvador	Servicios Profesionales en Recursos Humanos	19	20	20	19	19	20	19	19	20	19	20	20	21	20	20
21	AVAYA	Argentina	Telecomunicaciones	22	21	21	21	21	21	22	21	21	18	21	21	20	21	22
22	ManpowerGroup	Honduras	Servicios Profesionales en Recursos Humanos	21	23	24	22	22	22	21	22	22	22	22	22	22	23	23
23	ManpowerGroup	Panamá	Servicios Profesionales en Recursos Humanos	24	22	22	24	23	23	23	23	24	24	23	23	23	21	23
24	ManpowerGroup	Guatemala	Servicios Profesionales en Recursos Humanos	23	24	23	23	24	24	25	24	23	23	24	24	25	24	24
25	Alas	Paraguay	Industrial e Importaciones	25	25	26	26	25	26	24	26	25	25	25	25	24	27	25
26	Linde	Ecuador	Química y Petroquímica	26	26	25	25	26	25	26	25	27	26	26	26	27	28	26
27	ManpowerGroup	República Dominicana	Servicios Profesionales en Recursos Humanos	27	28	29	29	27	27	27	27	26	27	28	27	26	25	27
28	ManpowerGroup	Puerto Rico	Servicios Profesionales en Recursos Humanos	29	29	27	27	28	28	28	28	28	28	27	28	28	26	28
29	Office Depot Latinoamérica	Honduras	Comercio Autoservicio	28	27	28	28	29	29	29	29	30	30	29	29	29	30	29
30	ManpowerGroup	Costa Rica	Servicios Profesionales en Recursos Humanos	30	30	31	30	30	30	30	30	29	29	30	30	31	29	30
31	Linde	Colombia	Química y Petroquímica	31	31	30	31	31	32	31	31	31	31	31	31	33	30	31
32	Linde	República Dominicana	Química y Petroquímica	32	32	32	33	32	31	32	32	32	33	32	32	32	33	32
33	Office Depot Latinoamérica	El Salvador	Comercio Autoservicio	33	33	33	32	34	33	33	33	33	32	33	33	31	33	35
34	Office Depot Latinoamérica	Guatemala	Comercio Autoservicio	35	34	34	34	33	34	35	34	34	34	34	34	35	34	33
35	Linde	Panamá	Química y Petroquímica	34	35	35	35	35	36	34	38	36	35	35	35	34	35	34
36	Office Depot Latinoamérica	Costa Rica	Comercio Autoservicio	36	36	36	37	36	35	36	35	35	36	36	36	36	36	37
37	GRUPO DISTELSA	Guatemala	Retail	37	37	37	38	37	38	37	36	37	39	37	37	37	37	37
38	Europartners now becoming xpd global	Ecuador	Servicios de Logística	38	38	38	36	38	37	40	37	38	37	38	38	38	39	38
39	Linde	Puerto Rico	Química y Petroquímica	40	39	40	39	39	40	39	39	39	38	39	39	39	38	39
40	Europartners now becoming xpd global	Panamá	Servicios de Logística	39	40	39	41	40	39	38	41	41	40	40	40	40	40	41
41	Europartners now becoming xpd global	El Salvador	Servicios de Logística	41	41	41	40	41	41	42	40	40	41	41	41	41	41	43
42	Promotora Ambiental	Colombia	Servicios	43	43	42	43	42	42	41	42	42	42	42	42	42	42	42
43	Linde	Costa Rica	Química y Petroquímica	42	42	43	42	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	44
44	Europartners now becoming xpd global	Guatemala	Servicios de Logística	45	44	44	44	46	44	44	45	44	44	44	44	45	44	43
45	Office Depot Latinoamérica	Panamá	Comercio Autoservicio	44	45	45	45	45	45	45	44	45	46	45	46	44	45	45
46	Europartners now becoming xpd global	Costa Rica	Servicios de Logística	46	47	46	47	44	46	46	46	46	45	47	45	46	46	48
47	Europartners now becoming xpd global	Colombia	Servicios de Logística	47	46	47	46	47	47	47	47	47	48	46	47	49	47	48
48	Promotora Ambiental	Costa Rica	Servicios	48	48	49	48	48	48	48	48	50	50	48	48	48	48	47
49	Europartners now becoming xpd global	República Dominicana	Servicios de Logística	49	49	48	49	49	49	49	49	48	47	49	49	47	49	51
50	Europartners now becoming xpd global	Perú	Servicios de Logística	50	51	50	51	50	51	50	51	49	49	51	50	50	50	50
51	Europartners now becoming xpd global	Chile	Servicios de Logística	51	50	51	52	51	50	51	50	51	51	50	51	51	51	49
52	Europartners now becoming xpd global	Argentina	Servicios de Logística	53	52	52	50	52	52	53	52	53	52	52	52	52	52	53
53	CompuSoluciones	Colombia	Computación y Servicios	52	53	53	53	53	54	52	54	52	53	53	53	53	51	58
54	Amadeus LATAM	Colombia	Business Travel & Technology	54	54	54	54	54	53	54	53	55	56	54	54	54	54	52
55	Promotora Ambiental	Panamá	Servicios	55	55	55	55	55	55	55	55	54	54	56	56	55	55	54

Empresa	País	Sector	Liderazgo	Dinámica Organizacional	Resiliencia	Identificación con la empresa	Crecimiento laboral	Formación - Rol model	Motivación organizacional	Actitud Laboral	Honestidad	Diversidad e inclusión	Políticas de la empresa	Responsabilidad social	Jornada laboral	Seguridad laboral	Estrés laboral	Psicología positiva	Compensación
56	Amadeus LATAM	Brasil	Business Travel & Tecnología	56	56	56	56	56	56	56	56	55	55	55	57	54	56	56	56
57	Europartners now becoming xpd global	Brasil	Servicios de Logística	57	58	57	57	58	57	57	57	57	58	58	58	58	58	57	55
58	Amadeus LATAM	Costa Rica	Business Travel & Tecnología	58	57	58	58	59	58	58	58	58	57	57	56	56	57	58	57
59	EP America now becoming xpd global	Estados Unidos	Servicios de Logística	59	62	59	59	59	59	59	60	59	60	59	59	59	59	59	61
60	EP America now becoming xpd global	Canadá	Servicios de Logística	60	59	60	60	60	60	60	59	61	59	60	60	60	60	60	59
61	Amadeus LATAM	Argentina	Business Travel & Tecnología	61	61	63	62	62	61	62	62	63	61	61	61	61	61	61	60
62	Carvajal Empaques El Salvador	El Salvador	Manufactura	63	64	62	63	61	62	63	61	62	62	62	62	62	62	64	62
63	BANCO PROMERICA DE COSTA RICA	Costa Rica	Financiero - Bancario	62	63	61	64	63	63	61	63	64	64	64	63	63	63	63	64
64	Pronto BPO	Honduras	Contact Center y BPO	64	60	64	61	64	64	64	65	60	63	63	64	64	64	65	63
65	Pronto BPO	Guatemala	Contact Center y BPO	66	65	66	67	65	65	65	64	65	65	65	68	65	68	62	65
66	Pronto BPO	El Salvador	Contact Center y BPO	65	66	65	65	66	66	67	66	66	66	66	67	66	66	66	66
67	WESTERN UNION	Perú	Financiera / Remesadora	67	67	68	66	67	68	66	67	67	68	67	65	67	65	67	67
68	DVA GROUP	Perú	Distribuidor de Materias Primas	68	68	67	68	68	67	68	68	69	67	69	66	68	67	68	68
69	THE DOLPHIN COMPANY	St Kitts	Hotelería y Turismo	69	69	69	69	69	70	71	69	68	70	68	69	69	69	69	69
70	WESTERN UNION	Panamá	Financiera / Remesadora	70	70	70	70	70	69	69	70	70	69	70	70	70	70	70	73
71	DVA GROUP	Colombia	Distribuidor de Materias Primas	71	71	71	71	71	71	70	72	70	72	71	72	71	71	71	70
72	SOLUCIONES CREATIVAS																		
	CAPITAL HUMANO	Costa Rica	Consultoría de Recursos Humanos	72	72	72	72	72	73	72	71	71	72	71	72	72	74	72	71
73	CITYMAX REAL ESTATE	El Salvador	Bienes Raíces	73	73	73	73	74	72	74	73	73	73	73	73	73	72	73	72
74	THE DOLPHIN COMPANY	República Dominicana	Hotelería y Turismo	75	74	75	75	73	74	75	74	74	74	74	74	74	73	74	74
75	THE DOLPHIN COMPANY	Jamaica	Hotelería y Turismo	74	75	74	74	75	73	74	75	75	75	75	76	76	75	75	76
76	THE DOLPHIN COMPANY	Argentina	Hotelería y Turismo	76	76	76	77	77	76	76	77	76	77	76	75	75	76	76	75
77	Sintec Consulting	Colombia	Consultoría	78	77	77	76	76	76	77	78	78	76	77	77	77	79	77	77
78	CITYMAX REAL ESTATE	Guatemala	Bienes Raíces	77	78	79	78	78	78	78	76	77	78	78	79	78	78	78	78
79	THE DOLPHIN COMPANY	Islas Caimán	Hotelería y Turismo	79	79	78	79	79	79	79	79	80	79	80	78	80	77	80	79
80	CITYMAX REAL ESTATE	República Dominicana	Bienes Raíces	80	80	80	80	82	80	80	80	79	80	79	81	79	80	79	81
81	THE DOLPHIN COMPANY	Estados Unidos	Hotelería y Turismo	81	81	81	82	83	81	82	81	81	82	81	80	82	84	81	80
82	Sintec Consulting	Chile	Consultoría	82	83	82	83	82	80	81	82	83	81	82	82	81	82	82	82
83	GRUPO PERFESA	República Dominicana	Agroindustria	84	82	84	81	81	83	83	82	82	83	83	84	83	83	83	83
84	ARISTOS INMOBILIARIA	El Salvador	Inmobiliario	83	84	83	84	86	84	84	84	85	84	85	84	83	85	81	84
85	Grupo de Tiendas Asociadas (GTA)	Guatemala	Comercial/Retail	85	85	85	86	85	84	85	85	85	84	85	85	84	85	84	84
86	Lundbeck MAC	Colombia	Farmacéutica	86	86	86	85	86	87	86	87	86	86	86	86	86	87	88	86
87	Clara	Colombia	Fintech	87	87	87	87	85	87	86	87	89	88	87	87	87	86	86	87
88	Whirlpool Corporation	Ecuador	Manufactura	88	88	91	88	89	88	88	88	88	87	88	88	88	88	87	89
89	Whirlpool Corporation	Guatemala	Manufactura	89	89	89	89	88	89	90	89	89	87	89	89	89	91	89	88
90	Clara	Brasil	Fintech	90	91	88	91	90	90	89	90	90	90	90	90	90	89	90	90
91	Whirlpool Corporation	Estados Unidos	Manufactura	92	90	90	90	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	90	91
92	Whirlpool Corporation	Colombia	Manufactura	91	92	92	93	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	96
93	FISERV	Panamá	Fintech/ Servicios Financieros	93	93	93	92	93	93	93	93	92	93	93	93	93	94	93	92
94	Clara	Argentina	Fintech	94	94	95	94	95	94	95	94	94	94	94	95	95	95	94	94
95	FISERV	Colombia	Fintech/ Servicios Financieros	95	95	94	95	94	94	95	94	95	95	95	94	93	94	93	95
96	Blank space	Colombia	Marketing	96	97	96	96	97	97	96	96	97	96	96	96	96	96	96	93
97	APTIV SERVICES HONDURAS	Honduras	Rubro Artesero	98	96	97	97	96	96	96	97	96	97	97	98	97	98	97	97
98	Blank space	Argentina	Marketing	97	98	100	99	98	98	98	100	98	98	98	98	97	100	97	101
99	Microserfin	Panamá	Financiero	99	100	99	100	99	99	99	98	99	99	99	99	100	98	99	99
100	another	Brasil	Agencia de Comunicación	100	99	98	98	100	100	101	99	100	100	100	99	99	100	100	100
101	another	Colombia	Agencia de Comunicación	101	101	101	102	101	101	100	102	101	103	101	101	101	101	101	98
102	Módiga	Paraguay	Importación Y Distribución - Consumo Masivo	104	102	102	101	102	102	102	101	102	101	102	102	102	102	102	104
103	another	Panamá	Agencia de Comunicación	102	103	103	103	103	104	103	103	102	103	103	105	103	103	103	102
104	CORSISA	Guatemala	Servicios Informáticos	103	104	104	104	104	103	104	104	104	106	104	103	104	104	105	105
105	MOSTRO	Guatemala	Publicidad / Comunicación	105	107	105	106	105	108	105	105	105	107	104	105	104	105	105	103
106	QUICK HIT SOLUTIONS	Chile	Tecnología	106	106	106	105	106	106	106	106	107	106	105	106	106	106	106	106
107	QUICK HIT SOLUTIONS	Colombia	Tecnología	107	108	107	107	107	107	107	108	106	105	107	107	107	106	107	108
108	Acclaim Energy	Estados Unidos	Energético	108	105	108	110	108	105	108	109	109	110	108	108	108	108	109	107
109	Cibergestión Latam	Perú	Servicio BPO	110	109	109	109	109	109	109	107	108	108	109	110	109	109	110	109
110	CELLUS	Guatemala	Telecomunicaciones	109	110	110	108	110	110	110	110	110	109	110	109	109	110	108	110

Empresa	Colaboradores	Sector
1 Walmart Centroamérica	37.022	Comercio Autoservicio
2 HYATT INCLUSIVE COLLECTION	3.271	Hospitalidad - Hotelería
3 Marco MKT	1.386	Servicios Profesionales
4 Essity	125	Cuidado Personal
5 AVAYA	531	Telecomunicaciones
6 HYATT REGENCY CARTAGENA	223	Hospitalidad
7 ManpowerGroup	120	Servicios Profesionales en Recursos Humanos
8 Alas	162	Industrial e Importaciones
9 Linde	611	Química y Petroquímica
10 Office Depot Latinoamérica	708	Comercio Autoservicio
11 GRUPO DISTELSA	2.142	Retail
12 Europartners now becoming xpd global	211	Servicios de Logística
13 Promotora Ambiental	1.020	Servicios
14 CompuSoluciones	12	Computación y Servicios
15 Amadeus LATAM	787	Business Travel & Technology
16 EP America now becoming xpd global	47	Servicios de Logística
17 Carvajal Empaques El Salvador	471	Manufactura
18 BANCO PROMERICA DE COSTA RICA	1.298	Financiero - Bancario
19 Pronto BPO	794	Contact Center y BPO
20 WESTERN UNION	432	Financiera / Remesadora
21 DVA GROUP	52	Distribuidor de Materias Primas
22 SOLUCIONES CREATIVAS		
CAPITAL HUMANO	13	Consultoría de Recursos Humanos
23 Hoteles City	222	Hotelería y Turismo
24 THE DOLPHIN COMPANY	689	Hotelería y Turismo
25 CITYMAX REAL ESTATE	140	Bienes Raíces
26 Sintec Consulting	36	Consultoría
27 GRUPO PERFESA	239	Agroindustria
28 ARISTOS INMOBILIARIA	427	Inmobiliario
29 Grupo de Tiendas Asociadas (GTA)	3.247	Comercial/Retail
30 Lundbeck MAC	26	Farmacéutica
31 Clara	178	Fintech
32 Whirlpool Corporation	188	Manufactura
33 FISERV	122	Fintech/ Servicios Financieros
34 Blank space	20	Marketing
35 APTIV SERVICES HONDURAS	350	Rubro Arnesero
36 Microserfin	280	Financiero
37 another	52	Agencia de Comunicación
38 Módiga	127	Importación Y Distribución – Consumo Masivo
39 CORSISA	31	Servicios Informáticos
40 MOSTRO	56	Publicidad / Comunicación
41 QUICK HIT SOLUTIONS	43	Tecnología
42 Acclaim Energy	27	Energético
43 Cibergestión Latam	68	Servicio BPO
44 CELLUS	93	Telecomunicaciones



EL TURISMO RURAL EN ESPAÑA COMO MOTOR PARA LOGRAR ECONOMÍAS SOSTENIBLES EN EL CAMPO, EN EL INTERIOR DEL PAÍS.

Ivan Calvo

Ingeniero y Sociólogo.

<https://www.linkedin.com/in/ivancalvoprieto/>

Escribo este correo desde el Aeropuerto internacional Adolfo Suárez Madrid-Barajas a mientras espero mi vuelo para regresar a mi casa en Santiago de Chile tras pasar unos días por mi tierra natal, en Toro, en Zamora, en España.

He podido disfrutar la semana pasada de las fiestas de la vendimia en la ciudad de Toro, en la provincia de Zamora, en la ribera del río Duero, que es uno de los ríos del mundo que da mejores vinos desde su origen en Soria hasta su desembocadura en Oporto, en Portugal.

Muchas bodegas se asientan en sus orillas y varias denominaciones de origen dan el marchamo de calidad a los diferentes caldos de la zona, vigilando que las bodegas estén siempre a la altura de lo que la D.O requiere para entregar sus contraetiquetas que verifican la calidad de los vinos.

Pero además de la industria del vino, que promueve que haya vida en esta zona del interior de España y Portugal, desde todos los viticultores que trabajan los campos de viñedos hasta la elaboración y comercialización en las bodegas, existe también otra derivada más, que es la del turismo enológico, gastronómico y cultural que promueven.

Poder visitar las bodegas, los restaurantes en las mismas zonas, los diferentes museos del vino, del queso, del pan y de otras muchas cosas que se pueden encontrar escalonados por los diferentes pueblos y ciudades de la Ribera del Duero tanto en su parte española como en la portuguesa es uno de los grandes atractivos de la zona.

El turismo cultural con que se puede acompañar también este tipo de viajes, con impresionantes conjuntos históricos artísticos, centenarios que existen en Castilla y León. Catedrales, castillos, palacios, iglesias, monasterios... están ahí, desde hace siglos, cumpliendo las funciones que les tocó cumplir en el pasado, pero accesibles hoy día para poder ser visitados y admirados por los turistas.

Y por último las fiestas, venir a esta zona de España en el mes de octubre es un espectáculo de colores por las tonalidades otoñales que van tomando los campos por un lado y por las fiestas de la vendimia que se celebran en los diferentes fines de semana en los pueblos y ciudades de esta zona.

Entre el pasado 12 y 15 de octubre se celebró la fiesta de la vendimia en Toro, con un gran protagonismo de un mercado medieval dónde se venden todo tipo de productos en puestos que tienen todo el encanto de retrotraerte a hace mil años, con la ciudad decorada esos días para albergar este evento, con actuaciones callejeras, catas de vinos, concursos de pintura, juegos para los niños, gastronomía callejera con todo tipo de tapas y pinchos en un montón de locales en la calle y culminando el domingo 15 con un gran desfile de carros a la antigua usanza, de cómo hacían los vendimiadores antes de que el campo se mecanizara, con su concurso de premios para los mejores vinos, los mejores carros y vendimiadores.

Todo ese despliegue de fiesta alrededor del vino, es un espectáculo para los turistas que pueden disfrutarlo y además, se contribuye a generar riqueza en estas partes del interior de España, en estas zonas rurales, que demandan fuentes de riqueza que contribuyan a sostener a sus habitantes, a tener una España interior más habitada y cuidada y para ello, un turismo sostenible que disfrute con todo lo mucho bueno que mi tierra puede aportar a viajeros que vengan de cualquier parte de América, dónde siempre serán bienvenidos como hermanos, estarán en su casa.

Pocos saben que fue un toresano, Fray Diego de Deza, quién intercedió para que Isabel La Católica, recibiera y escuchara a un tal Cristóbal Colón, que tenía una idea para abrir una ruta hacia las Indias por el Oeste.



NO TODO VA A ESTAR BIEN: ACTUAR PARA CAMBIAR EL RUMBO

Marcelo Muñoz Rojas

Creador del Método Liderazgo Exponencial.

Vivimos en un mundo en constante cambio, y la frase “todo va a estar bien” ha sido un consuelo en momentos de incertidumbre. Sin embargo, en la era digital en la que vivimos, no podemos quedarnos simplemente esperando a que las cosas mejoren por sí solas. En este artículo, exploraremos por qué “no todo va a estar bien si esperamos” y cómo debemos pasar a la acción para crear un futuro mejor.

La Comodidad de la Pasividad

Es comprensible que muchas personas busquen refugio en la idea de que “todo va a estar bien” cuando enfrentan desafíos en sus vidas. Esta frase ofrece consuelo y esperanza, pero también puede llevar a la complacencia. La creencia de que todo se resolverá por sí solo puede paralizarnos y evitar que tomemos medidas proactivas.

La Realidad de los Desafíos

La verdad es que el mundo está lleno de desafíos y obstáculos. Ya sea en el ámbito personal o profesional, encontraremos momentos difíciles que no se resolverán automáticamente. Ignorar estos desafíos solo prolongará nuestros problemas y dificultará cualquier posibilidad de mejora.

Pasar a la Acción

Para cambiar el rumbo de nuestras vidas y enfrentar los desafíos de manera efectiva, debemos pasar a la acción. En lugar de esperar pasivamente a que las cosas mejoren, debemos tomar medidas concretas y decididas para abordar nuestros problemas y metas.

Definir Objetivos Claros

El primer paso para tomar medidas es definir objetivos claros. Ya sea en el ámbito personal o empresarial, es fundamental saber qué queremos lograr. Establecer metas específicas nos permite enfocar nuestros esfuerzos y recursos de manera efectiva.

Planificación Estratégica

Una vez que tengamos objetivos claros, debemos desarrollar un plan estratégico para alcanzarlos. Esto implica identificar los pasos necesarios y los recursos que necesitamos para lograr nuestros objetivos. La planificación estratégica nos ayuda a evitar la improvisación y aumenta nuestras posibilidades de éxito.

Tomar Acción Continua

La acción continua es esencial para lograr el éxito a largo plazo. Debemos ser constantes en nuestros esfuerzos y estar dispuestos a ajustar nuestro enfoque según sea necesario. La perseverancia es clave para superar obstáculos y alcanzar nuestros objetivos.

Ejemplos de Éxito

A lo largo de la historia, hemos visto ejemplos de individuos y organizaciones que han pasado a la acción y han logrado un impacto significativo en el mundo. Desde emprendedores que han construido imperios empresariales hasta activistas que han luchado por el cambio social, la acción decidida ha sido el motor del progreso.

La Importancia de la Adaptación

En un mundo en constante evolución, la adaptación es esencial. No podemos aferrarnos a viejas formas de hacer las cosas y esperar que todo se solucione por sí solo. Debemos estar dispuestos a aprender, crecer y adaptarnos a las circunstancias cambiantes.

Desde pequeño, me enseñaron que “esperar” pasivamente a que “todo va a estar bien”, corría el riesgo de quedarnos atrás en un mundo que avanza rápidamente. En cambio, debemos reconocer que la acción es la clave para superar desafíos y lograr nuestros objetivos. Al definir metas claras, planificar estratégicamente y tomar medidas continuas, podemos cambiar el rumbo de nuestras vidas y crear un futuro mejor.

Así que, la próxima vez que te encuentres ante una dificultad, recuerda que “no todo va a estar bien, si solo nos quedamos esperando”. En su lugar, toma la iniciativa y trabaja activamente para lograr el cambio que deseas ver en tu vida y en el mundo.



CÓMO SE MIDE LA SOSTENIBILIDAD DEL TURISMO

Álvaro "Cuco" de Venegas

International Senior Advisor for Growing Trends & Innovation

<https://linkedin.com/in/cucodevenegas>

Medir el turismo sostenible es fundamental para mejorar la acción política para el desarrollo sustentable. Emplear un lenguaje estadístico común (y en la medida de lo posible, cercano) que pueda compararse entre sectores económicos y regiones locales, externas vinculantes y autónomas, a la hora de tomar decisiones y reaccionar ante fenómenos propios del sector turismo como de sectores influyentes o adyacentes, es fundamental para poder comparar espacios en el tiempo, causales, tendencias y poder catalogar de "éxitos" o "fracasos", "avances" o "retrocesos" con una misma base de comparación, a la que en la gestión empresarial se suele definir como "KPIs"

El organismo que regula el sector Turismo es la OMT (Organización Mundial del Turismo - World Tourism Organization), adjunto a las Naciones Unidas, y desde comienzos de este Siglo estableció un modelo basado en 12 objetivos medibles:

Económico: asegurar la viabilidad económica para que haya prosperidad y beneficios a largo plazo

Prosperidad local: orientar y maximizar la contribución del turismo a la prosperidad económica del destino anfitrión

Calidad del empleo: consiste en fortalecer la calidad de los puestos de trabajo, tanto cualitativamente como numéricamente. Además de asegurar las condiciones se tiene en cuenta que no exista ningún tipo de discriminación por raza, género, discapacidad u otras formas

Equidad social: consiste en que haya una justa distribución de la riqueza generada por el turismo en toda la comunidad receptora

Satisfacción del visitante: proporcionar una experiencia segura y satisfactoria de todos los visitantes sin ningún tipo de discriminación social

Control local: se trata de involucrar a la población local en la toma de decisiones que conciernen a la gestión y el desarrollo futuro del turismo en su área

Bienestar de la comunidad: mantener y mejorar la calidad de vida del lugar anfitrión. Para ello es necesario dotar a estas comunidades de los recursos necesarios y que puedan necesitar, tanto a nivel

logístico en infraestructuras como servicios. Es fundamental que esto no suponga una degradación o explotación del ecosistema ni de su sociedad

Riqueza cultural: respetar y mejorar el patrimonio histórico o respetar la cultura local y su carácter distintivo es fundamental

Integridad del ecosistema: mantener y mejorar los paisajes, los núcleos urbanos o rurales. Se trata de evitar la degradación del entorno

Diversidad biológica: apoyar la conservación de áreas naturales y minimizar su daño

Eficiencia de los recursos: consiste en minimizar al máximo el uso de recursos escasos y no renovables

Pureza ambiental: reducir la contaminación al máximo tanto en aire, agua y tierra como en reducir la generación de residuos

Medir el turismo sostenible es fundamental para mejorar la acción política para el desarrollo sostenible, y promoverá un lenguaje estadístico común que pueda compararse entre países y diferentes sectores económicos, y hacer que se escuche la voz del turismo al abordar decisiones clave

La OMT define una serie de indicadores destinados a ayudar a gestores de empresas y destinos turísticos para tomar mejores decisiones. A su vez, se establecen puntos de referencia para poder establecer comparativas que sirvan a establecer mejoras.

Las principales referencias del sector turístico son:

- Consumo de electricidad y energía en kilovatios hora (kWh) por metro cuadrado de espacio atendido
- Consumo de agua dulce en litros o metros cúbicos (m3) por huésped por noche
- Producción de residuos (kg. por huésped por noche y/o litros por huésped por noche)

Estos índices hacen que el turismo sostenible sea algo tangible y los actores implicados pueden tener una referencia clara a la hora de enfocar el negocio. De hecho, dentro del sector hotelero hay un cambio real para que sus negocios sean cada vez más sostenibles. La principal diferencia entre un hotel sostenible y otro convencional es la puesta en práctica de medidas orientadas a reducir la huella de carbono, el consumo eléctrico y de agua, la conservación del ecosistema y sus recursos naturales. Por ello, muchos hoteles reflejan en su actividad diaria este tipo de acciones para conservar tanto la flora como la fauna y potenciar la economía local

A la cama no te irás, sin saber una cosa más...



¿ESTÁN SUS EMPRESAS PREPARADAS PARA UNA TERCERA GUERRA MUNDIAL?

Rodrigo Planas

CFE, CPC, Auditor Independiente Director Gerente Ethos Control

Con los conflictos bélicos sucediendo un todo el mundo (Ucrania y Rusia, Israel y Palestina, Francia y sus colonias etc.), hace que cada vez se ve más cerca una posible Tercera Guerra Mundial. Todos sabemos esto y nos preparamos. ¿Se han puesto a analizar el efecto que este tendría en sus empresas? No necesariamente la empresa tiene que estar en alguno de estas regiones para que afecten las operaciones de nuestras empresas.

Una guerra puede tener un impacto negativo en el control interno de una empresa, ya que puede alterar sus procesos, recursos y objetivos. El control interno es el conjunto de medidas y procedimientos que una empresa implementa para garantizar la eficacia, eficiencia y legalidad de sus operaciones, así como la fiabilidad de su información financiera y la salvaguarda de sus activos. La importancia del control interno radica en que ayuda a prevenir el fraude, el error, el desperdicio y la pérdida, así como a mejorar el desempeño y la competitividad de la empresa.

Una guerra puede afectar al control interno de una empresa de varias formas, por ejemplo:

- Puede generar un ambiente de inestabilidad, incertidumbre y riesgo, lo que dificulta la planificación, la ejecución y el seguimiento de las actividades de la empresa.
- Puede provocar escasez, inflación, devaluación, sanciones o bloqueos económicos, lo que reduce la disponibilidad y el acceso a los recursos financieros, materiales y humanos necesarios para el funcionamiento de la empresa.
- Puede causar daños físicos, robos, saqueos o sabotajes a las instalaciones, equipos, inventarios o documentos de la empresa, lo que afecta su capacidad productiva y su integridad patrimonial.
- Puede ocasionar cambios legales, regulatorios o políticos que afecten las normas, los impuestos, los permisos o los contratos que rigen las operaciones de la empresa.
- Puede aumentar las presiones, las demandas o las amenazas de los clientes, proveedores, competidores, empleados, accionistas o autoridades sobre la empresa.

- Puede generar estrés, miedo, desmotivación o desconfianza entre los trabajadores de la empresa, lo que afecta su compromiso, su rendimiento y su ética.

Estos factores pueden debilitar el control interno de una empresa y crear oportunidades o incentivos para que se cometan fraudes internos o externos. El fraude es un acto intencional de engaño o manipulación para obtener un beneficio ilícito o causar un perjuicio a la empresa. El fraude puede tener consecuencias graves para la empresa, como pérdidas económicas, daños reputacionales, sanciones legales o incluso su quiebra.

Por eso, es fundamental que una empresa mantenga y fortalezca su control interno en tiempos de guerra, para prevenir el fraude y proteger su viabilidad y sostenibilidad. Para ello, una empresa debe:

- Establecer una cultura de control interno que promueva los valores, la ética y la responsabilidad de todos los miembros de la organización.
- Definir una estructura organizativa clara y adecuada que asigne roles, funciones y responsabilidades a cada nivel jerárquico y establezca mecanismos de supervisión y rendición de cuentas.
- Implementar un sistema de control interno basado en el análisis y la gestión de los riesgos asociados a cada proceso o actividad de la empresa.
- Diseñar e implementar políticas, procedimientos y controles internos que aseguren el cumplimiento de las normas internas y externas aplicables a la empresa.
- Desarrollar e implementar sistemas de información confiables que permitan registrar, procesar, comunicar y verificar los datos financieros y no financieros de la empresa.
- Realizar auditorías internas periódicas que evalúen la efectividad del control interno y detecten posibles debilidades o irregularidades.
- Establecer canales de comunicación interna y externa que faciliten el intercambio de información relevante para el control interno y el reporte de posibles fraudes o anomalías.
- Capacitar y motivar al personal para que conozca, comprenda y aplique el control interno en sus actividades diarias.

Podemos concluir que una guerra puede afectar al control interno de una empresa y su importancia para prevenir el fraude. Por eso, una empresa debe adoptar medidas para mantener y mejorar su control interno en tiempos de conflicto armado.




Alexander
sánchez

CHRISTMAS TREES

*Contamos tu
historia a
través de
nuestros
árboles...*

COLLECTION
2023

Contáctanos www.alexsanchezdesigner.com

 @AlexanderSanchez

MIAMI | VENEZUELA | NEW YORK | PANAMÁ

Sin importar dónde estés,
con Adm Cloud i-ERP
tienes el control total
de tu negocio, siempre.

- ❖ Inteligencia de Negocios (BI)
- ❖ KPIs Personalizables
- ❖ Modelos Predictivos de Ventas y Compras con AI
- ❖ 100% Web y en la Nube
- ❖ Facturación Electrónica Nativa

Escanea el código



Simple, Completo, Flexible.

www.admcloud.net | [@admcloudlatam](https://twitter.com/admcloudlatam)