

REVISTA FACTOR DE ÉXITO

¡La clave está en la diferenciación!

REPÚBLICA DOMINICANA 

Thony Da Silva
Reputación:
el activo más importante
de una marca

Ismael Cala
**Estrella de
su propia vida**

Tania Báez
**“El éxito es
tener la libertad
para seguir mis pasiones”**

Julio Lozano
El Brexit
y sus consecuencias
para la economía global
y latinoamericana

Gente de Éxito:
**Don Pablo
Linares**
“El éxito que más se
saborea es producto
del esfuerzo”

Yesenia Díaz
**La solvencia
financiera**
como elemento de
análisis crediticio



@RevistaFactordeExito



@RevistaFDE



Revista Factor de Éxito



www.revistafactordeexito.com

EL CARIBE Y VENEZUELA

Se conectan con **Aserca Airlines** y **Pawa Dominicana**



Ahora con **PAWA** puedes volar desde St. Marteen, Antigua y La Habana a todos los destinos de **Aserca Airlines**.

CARACAS • MARACAIBO • BARIQUISIMETO • PORLAMAR • MATORIN • LAS PIEDRAS



Contigo en todo momento



Porque necesitas **algo más** que una palmadita



Préstamos



Cuentas de Ahorros



Certificados

Cajeros automáticos 24 horas
afiliados a la red ATH

OFICINA PRINCIPAL

Ave. Bolívar No. 409, Esq. Félix Ma. Del Monte.
Sector Gazcue

Teléfono: 809-621-7000 Fax: 809-238-7000

www.bancoempire.com.do

EMPIRE
BANCO DE AHORRO Y CRÉDITO

@bancoempire1

@BancoEmpire

Banco Empire

Cada una de nuestras páginas es una oportunidad para llegar a más profesionales, emprendedores, empresarios y jóvenes talentos, con el firme propósito de servir como norte en pro de la excelencia.

Por ello, quise titular estas líneas con una frase que cada día conecto más a nosotros: Lo mejor está en nuestras páginas, y ustedes se preguntarán por qué, la razón es muy simple, nuestras páginas son escritas por protagonistas del éxito, que decidieron confiar en nosotros y utilizar esta tribuna para compartir experiencias, vivencias, consejos, oportunidades y claves para triunfar.

Dejamos que la espontaneidad surja, damos libertad de temática a cada uno de los articulistas, marcando línea con un sello y estilo propio, porque creemos en los medios de comunicación modernos en los que reina la pluralidad de pensamiento.

Esa fórmula de trabajo nos abre puertas, guía nuestro camino, y nos ha brindado excelentes resultados, resultados positivos que agradecemos profundamente a los dominicanos, quienes recibieron este proyecto desde el inicio con los brazos abiertos.

Y como muestra de nuestra gratitud a este país lleno de oportunidades, decidimos invitar a convertirse en la protagonista de nuestra Portada a **Tania Báez**, un ejemplo del éxito que pueden alcanzar los dominicanos con el trabajo sostenido y la buena actitud hacia la vida, ella es una profesional de la comunicación que colabora día a día a transformar el presente y futuro de quien la escucha. ¡Gracias por aceptar!

Tanta es la receptividad obtenida que pronto le traeremos un nuevo proyecto editorial, legado de nuestra empresa matriz, Factor de Éxito c.a. en Venezuela, cargada del amor y la pasión que caracterizan nuestras publicaciones.

Finalmente, quiero contarles que la fotografía que recrea la Editorial de esta edición fue tomada por un excelente profesional del área, Alejandro Tintori, a quien quiero agradecer su trato especial, al igual que a los amigos de Calligaris, que gustosamente nos prestaron sus instalaciones. Me encantó el resultado, espero a ustedes también les guste.

Gracias por disfrutar de nuestras páginas, y recuerden, la clave está en la diferenciación, y sólo la lograremos cambiando acciones y direccionando el camino.

Isabel Cristina Rolo.
Directora



Fotografía:
Tintorelli Photo & Digital Cinematography

EDITORIAL

¡Lo MEJOR está en nuestras páginas!



EMPRESA LOGÍSTICA CON MÁS DE
28 AÑOS
DE EXPERIENCIA



CONSOLIDADORES AÉREOS Y MARÍTIMOS

Servicio de Consolidación de carga, desde Miami, New Jersey, Panamá, Puerto Rico, Los Ángeles, Chicago, Jacksonville, Asia. Con descarga en nuestros almacenes ubicados en Santo Domingo. Ofreciendo descargas rápidas y seguras, para mayor comodidad y beneficio a nuestros clientes.

SALIDAS SEMANALES

ALMACÉN DE INVENTARIOS

Servicio de almacenaje, manejo de inventario, distribución con gran experiencia en manipulación de carga, transporte local, paletizado, seguro, re-empaque y embalaje.



EMBARCAMOS DESDE Y HACIA CUALQUIER
PARTE DEL MUNDO



XPRESS

Courier by Harry Heinsen & Co.



XPRESS COURIER

Envíos de paquetes desde
Miami a República Dominicana,
con tarifa única por Libra de

USD 3.80 + ITBIS.
ENTREGA GRATIS

*No incluye impuestos de aduanas
de mercancías de valor mayor a USD 200.

XPRESS VENEZUELA

Envío de comida, medicinas, ropa e insumos

Precio por Libra/ Volumen

USD 4.00 (Santo Domingo)

USD 4.50 (Santiago)

WWW.HARRYHEINSEN.COM

ventas@harryheinsen.com - TELF: 809-561-5999 / 809-560-9595



Contenido

PANORAMA - Pág. 8

¿Qué es una Cámara de Comercio Binacional?
CAVEDOM - Pág. 12

PORTADA: Tania Báez
"El éxito es tener la libertad para seguir mis pasiones" - Pág. 14

GENTE DE ÉXITO
Don Pablo Linares: "El éxito que más se saborea es producto del esfuerzo"
Pág. 16

ESTRATEGIA Y COMUNICACIÓN
Reputación: El activo más importante de una marca.
Thony Da Silva - Pág. 20

ESCALA CON CALA
Estrella de su propia vida.
Ismael Cala - Pág. 22

Autoconfianza: ¿Qué tan buen fanático eres de ti mismo?
Miguelangel Herrera - Pág. 24

Cómo mantener el toque personal en la era de la hiperconectividad.
Irene Morillo - Pág. 26

El mejor momento en la historia para estar vivo.
Diana Zuluaga - Pág. 30

REPÚBLICA DOMINICANA: UNA PUERTA ABIERTA
HUB Cámara Santo Domingo y TASTE se unen en el 2017. - Pág. 32

REPÚBLICA DOMINICANA LO TIENE TODO
Parque Cibernético de Santo Domingo: Primer Centro de Innovación del Caribe.
Pág. 36

Digitalización en el mercado asegurador, una decisión estratégica.
Dharla Maldonado - Pág. 38

El "Brexit" y sus consecuencias para la economía global y Latinoamericana.
Julio Lozano - Pág. 40

La solvencia financiera como elemento de análisis crediticio.
Yesenia Díaz - Pág. 44

¡El éxito ya está en ti, encuéntralo!
María Gabriela Mora - Pág. 48

El cliente no siempre tiene la razón, pero es nuestra razón de ser.
Guillermo Zambrano - Pág. 52

El éxito de Pokémon Go.
Daniel Díaz - Pág. 56

EMPRESARIALES VIP
ANJE celebró con éxito XV Torneo de Golf Clásico - Pág. 58
ASOVERD realizó su presentación oficial - Pág. 61

Coaching: ¿Moda? ¿Tendencia? o ¿Metodología?
Mariana Pérez - Pág. 62

UNA RECETA DE ÉXITO
Pechugas rellenas de plátano maduro y chicharrón empanizadas en gofio con salsa de berries producidos en Jarabacoa.
Chef Tita - Pág. 64

Directorio

Revista Factor de Éxito República Dominicana
Número 4, Año 1- Septiembre 2016

Directora:

Isabel Cristina Rolo Figueroa

Comité Ejecutivo:

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

Director de Arte:

Héctor Rolo Pinto

Directora Editorial:

Isabel Figueroa de Rolo

Diagramación:

Delfín Itriago

Diseño Gráfico:

Mailán Sequera - Armando Medina

Jefe de Redacción:

María José De Sousa

Gerente de Relaciones Públicas

Carlos García

Portada:

Tania Báez

Fotografía de Portada:

Hairo Rojas

Fotografía Editorial:

Tintorelli Photo & Digital Cinematography

Locación:

Calligaris

Colaboradores:

CAVEDOM - Lic. Rafael Zapata

Ecomensajería - Thony Da Silva - Chef Tita

Michel D. Suárez - Director de Prensa

y Contenidos Cala Enterprises

Don Pablo Linares - Laura García Chajín

Eduardo Hernández - Farah de la Mota

Articlistas de la presente Edición:

Thony Da Silva - Ismael Cala - Julio Lozano

Irene Morillo - Diana Zuluaga - Dharla Maldonado

Yesenia Díaz - Guillermo Zambrano - Daniel Díaz

Mariana Pérez- María Gabriela Mora

Miguelangel Herrera

Distribución:

Holiday Inn - Crowne Plaza

Cámara de Comercio y Producción

de Santo Domingo

Asociación Nacional de Jóvenes

Empresarios- ANJE

Asociación de Venezolanos en República

Dominicana - ASOVERD

Asociación Interamericana de Empresas - ASINE

Asociación de Bancos Comerciales

de la República Dominicana, Inc. - ABA

Salas de espera de banca y seguros.

Distribución selecta a través de Ecomensajería,

aliado estratégico del desarrollo sostenible en el

impacto ambiental de reducciones de Co2.

Para contratación de espacios publicitarios:

info@revistafactordeexito.com

Contacto República Dominicana

+1 829-340-5724 / 829-847-5690

factordeexitor@gmail.com

Instagram: @RevistaFactordeExito

Twitter: @RevistaFDE

Facebook: Revista Factor de Éxito

www.revistafactordeexito.com

Revista Factor de Éxito Venezuela

Factor de Éxito C.A. +58-243-553-0533

factordeexito@gmail.com

Revista Factor de Éxito Panamá

Héctor Antonio Rolo Figueroa +507-6450-3293

Jacqueline León +507-6976-9133

El contenido de los artículos no refleja necesariamente la opinión de los editores

¡Aprovecha todo el potencial que tienen las

redes sociales para tu empresa!



FACTOR DE EXITO

Creación de contenido
y manejo de redes sociales



Llama ya al:
829-340-5724
o escribe a:
factordeexitord@gmail.com

¡Conquista a tu público
y consigue más clientes!

 Factor de Éxito

 @FactordeExito

 @FactordeExitoRD

Bohío Coffee House



La Frescura Se Hace Presente en Bohío Coffee House. Renaissance Santo Domingo Jaragua Hotel & Casino te invita a descubrir la frescura de sus productos y las variedades exóticas del café, en Bohío Coffee House, un lugar para compartir nuevas experiencias acompañadas de una gastronomía exquisita, siendo el café principal protagonista.



Bohío Coffee House ofrece la oportunidad de deleitar tu paladar con las maravillosas creaciones culinarias del chef Marco Sánchez, quien ha tenido una trayectoria impecable de 18 años en el mundo de la hostelería de lujo, este junto a su equipo ofrece un servicio de excelencia.

La cocina de Bohío Coffee House se caracteriza por la pasión de descubrir nuevos sabores, la innovación en cada plato y la excelencia de sus servicios. Un

descubrimiento para los amantes del café, donde podrás degustar productos con un toque hogareño, platos elaborados con productos totalmente frescos, haciendo una fusión de creatividad en un entorno elegante y vanguardista.

Centro Odontológico Bagnara RD



Abre sus puertas el Centro Odontológico Bagnara RD. Cada día son más los extranjeros que deciden invertir su capital en República Dominicana, las razones, innumerables: sentir caribeño, un país multicultural, lenguajes diversos, clima de inversión favorable, y por supuesto, la gran hospitalidad que hace sentir al extranjero como en casa.

Las mencionadas razones motivaron al doctor Claudio Bagnara, odontólogo y especialista en rehabilitación bucal e implantes, a decidir, junto a la doctora Laura Sofía García Chajín, odontólogo y especialista en ortodoncia y ortopedia maxilar, replicar su experiencia en esta próspera isla, abriendo las puertas del Centro Odontológico Bagnara RD.

El Centro Odontológico Bagnara está enfocado en la atención integral del paciente, brindándole confianza, satisfacción y calidad de servicio en la búsqueda de llenar las expectativas en cuanto a salud bucal y estética se refiere, estando a cargo de manos de expertos. Calidad de servicio que ya tiene un sello de más de 18 años de experiencia de Bagnara, ejerciendo en el ramo profesional como especialista clínico y docente de varias universidades, y en el rol de gerente, estando a cargo del funcionamiento de

dos centros odontológicos, convirtiéndose rápidamente en referencia de excelencia en la odontología de su ciudad natal, Maracay.

Hoy, Bagnara y su asociada, García Chajín, traspasan fronteras, apostando en República Dominicana, reuniendo al mejor talento humano, especialistas en todas las áreas de la odontología, aunado a la utilización de equipos tecnológicos a la vanguardia del área odontológica, respaldados por un excelente servicio y atención de primera, de forma personalizada.



El centro odontológico fue diseñado y pensado en una comunidad que requiere atención, contacto y servicio, es por eso que estará ubicado en las instalaciones del Sambil, un lugar donde el paciente no solo podrá acudir a la consulta con su dentista, sino que tendrá la oportunidad de realizar todas las diligencias que necesite resolver en su día a día, en la tranquilidad y comodidad de uno de los Centros Comerciales más grandes del país, ubicación que los hace pioneros en la promoción de este sistema. Los dominicanos sentirán la confianza de estar bien atendidos, quienes entienden que la sonrisa es la puerta del alma.

Gova Swimwear

La tienda Efrata presentó la nueva colección de Gova Swimwear. La destacada comunicadora Alessandra Villegas ofreció un coctel en la tienda multimarca Efrata, en su sucursal de la avenida Lope de Vega, para presentar la nueva colección de la marca de bañadores, Gova Swimwear. Las palabras de bienvenida estuvieron a cargo de Villegas, quien luego de saludar a los presentes con la cercanía que la caracteriza,



dijo que "Gova Swimwear lleva 11 años en el mercado y ha sido reconocida internacionalmente por ser un producto de alto diseño y gran estilo propio, adicionalmente ha demostrado su calidad distribuyéndose ya en varios comercios en Estados Unidos y el resto de Latinoamérica".

Un ambiente glamoroso envolvió a los presentes, mientras observaban el desfile con las piezas que trae al país Gova Swimwear. "Gova Swimwear cada año busca complacer variados gustos, teniendo la oportunidad de diseñar desde sus propias telas para crear piezas maravillosamente especiales, así como también hermosos 'cover-ups' que complementan sus colecciones", aseguró la anfitriona.

Finalmente, hay que señalar que en la tienda Efrata podrán encontrar ropa para damas y caballeros, perfumes y calzados de marcas exclusivas, para atender las necesidades y exigencias de un público "top" tanto masculino como femenino.

Marjorie Espinosa es la nueva Viceministra de Relaciones Exteriores



La abogada y comunicadora, Marjorie Espinosa, ha sido recientemente nombrada por Decreto Presidencial Viceministra de Relaciones Exteriores para Asuntos Consulares y Migratorios, uno de los pilares claves de la diplomacia actual de República Dominicana.

Además de ser altamente conocida como comunicadora

{Panorama}

Somos una compañía que trasciende en el tiempo

con más de
15
años
en el mercado

Somos
Responsabilidad
Innovación
Compromiso
Calidad
Trabajo en equipo

ACRILARTE, S.R.L.
Publicidad Objetiva

Contáctenos: +1(809)687.75.62

f acrilarterd | @acrilarte_rd | acrilarte_rd

Panorama

al ejercer como comentarista y analista de noticias en el matutino "Matinal" de Telemicro Canal 5, Marjorie cuenta con una trayectoria notable en el terreno público y privado, motivada por una clara visión que responde a una evolución natural de su labor y aporte positivo al país.

Su trayectoria al frente de la Asociación de Jóvenes Empresarios, como Vicepresidenta Ejecutiva de la Confederación Nacional de la Pequeña y Mediana Empresa (CODOPYME) así como en la Confederación de Organizaciones Turísticas de América Latina, ha evidenciado su capacidad de conciliar intereses públicos-privados e influir significativamente en aspectos de trascendencia nacional como la Reforma Fiscal o la última Reforma Constitucional.

En el sector público ha contribuido en la ejecución estratégica de algunas de las instituciones más importantes del país como el Tribunal Constitucional, la Superintendencia de Bancos y el propio Ministerio de Relaciones Exteriores, entre otras instituciones estatales, centralizadas y descentralizadas.

La mentalidad emprendedora de Marjorie, su actitud proactiva, su formación y, especialmente su buena reputación pública y privada, supone una combinación asegurada de gestión exitosa de la política consular y migratoria que está desarrollando actualmente la República Dominicana. Felicitaciones, y mucho éxito en este nuevo rol de vida.

Arbitraje deportivo en RD



Se consolida el arbitraje deportivo en RD. Conscientes de la necesidad de que existan instituciones arbitrales sólidas que actúen con independencia e imparcialidad, el Centro de Resolución

Alternativa de Controversias (CRC) adscrito a la Cámara de Comercio y Producción de Santo Domingo (CCPSD) trabaja en el conocimiento de más de 10 disputas en materia de conflictos de índole deportivo.



Esto ha sido posible gracias a la publicación hace apenas un (1) año, de su Reglamento de Arbitraje Deportivo, que permite a Federaciones, Asociaciones y Organismos Reguladores de Disciplinas Deportivas incluir dentro de sus estatutos o en los contratos intervenidos entre sus asociados, potestad al CRC para ventilar los conflictos que puedan suscitarse entre las partes.

Adicional al reglamento, el CRC ha suscrito acuerdos institucionales con importantes organizaciones como la Major League Baseball (MLB) y el Comité Olímpico Dominicano, para fungir como sede de los procesos arbitrales suscitados entre clubes y jugadores, y el Tribunal Arbitral de Deportes, respectivamente.

"Estas reglas especializadas en materia de deportes, sumado a los acuerdos e iniciativas antes mencionados, nos están permitiendo que sea en nuestro centro donde las partes en conflicto ventilen sus diferencias", destacó Manuel Luna, presidente del Bufete Directivo del CRC.

2do Seminario de Arbitraje Deportivo

Recientemente el CRC conformó un espacio académico en el que se dieron cita destacados expertos internacionales y nacionales para debatir sobre "La Solución de disputas fuera del juego". Esta iniciativa forma parte de su compromiso con

el desarrollo de la práctica arbitral en el país y la meta de convertirlo en un referente internacional.

El objetivo es formar e instruir cada vez a un mayor número de personas en el conocimiento de las ventajas que ofrece el arbitraje como metodología alterna para la solución de conflictos.

Harry Heinsen & Co



Harry Heinsen & Co apertura nueva oficina en Bávaro. Con el sello de ser una empresa logística con más de 28 años de experiencia en las consolidaciones aéreas y marítimas, brindando servicios de descarga, almacenaje y manejo de inventarios, distribución con gran experticia en manipulación de carga, transporte local, seguro y embalaje, entre otros, Harry Heinsen & Co pone a disposición de sus clientes una nueva oficina, ubicada en Bávaro, Avenida Alemania, Plaza El Ancla, local 4.



Los invitamos a disfrutar del servicio de esta sólida empresa, para que sientan la confianza de que su carga está segura, gozando de la mayor comodidad, con envíos desde y hacia cualquier parte del mundo. Recuerda que también cuentan con Xpress Courier, servicio de envíos de paquetes de Miami a República Dominicana y de República Dominicana a Venezuela. Para mayor información pueden comunicarse al 809-4681268. ■

Gova®
swimwear



SWIMWEAR

COVER UPS & ACCESORIES

KIDS

CLOTHING



Gova Swimwear Cuenta Full



@govaswimwear



@govaswimweard



Gova Swimwear



¿Qué es una Cámara de Comercio Binacional?

Por Rafael Zapata Luna

Muchos no entenderán qué significa una Cámara de Comercio Binacional, le aclaramos que estas organizaciones, que según algunos escritos se remontan a épocas remotas, tienen como objetivo el fomento de la integración entre dos países, desde el punto de vista comercial y económico bajo los lineamientos de los organismos que regulan el comercio Internacional.

Son instituciones creadas sin fines de lucro por empresarios de diferentes sectores con la intención de lograr objetivos comunes en la integración económica y comercial en doble vía, proveyendo datos a sus miembros y relacionados con los cuales apalancarían sus actividades de intercambio, lo que redundaría beneficiosamente en el desempeño de sus respectivas labores.

Estas cámaras funcionan como portavoces de sus afiliados y relacionados, contribuyendo con el acercamiento entre los actores de negocios de los países relacionados, lo que obviamente genera bienestar y prosperidad individual en cada uno

de ellos. Es importante destacar, que dentro de la estructura organizativa de estas entidades es sumamente importante el involucramiento de las cancillerías de los países relacionados a través de sus representaciones diplomáticas bajo la modalidad de posiciones honoríficas, así como, estar enlazados con los organismos oficiales involucrados en los temas de: Comercio, Exportación, importación e Inversión, entre otros.

Las Cámaras de Comercio Binacionales no son entes gubernamentales y no juegan un papel directo en la estructuración y ejecución de leyes y normas que rigen la actividad en los estados, sin embargo, pueden influir en la promulgación de las mismas, y en las decisiones del estado que favorezcan el desempeño de las actividades comerciales y económicas.

A través de actividades como seminarios, conferencias, ruedas de negocios, mesas de trabajo y otros mecanismos de difusión e información se mantienen actualizados sobre todos los temas de obligado conocimiento, para los actores en materia de negocios:

Balanza Comercial Binacional entre los países involucrados, Indicativos macroeconómicos, tasas arancelarias, impuestos, permisología requeridas en el intercambio comercial según el tipo de producto involucrado en la comercialización.

En resumen, una Cámara Binacional de Comercio e integración económica es una entidad que con el menor costo hace grandes aportes al Comercio Internacional. ■

www.cavedom.net.ve
cavedom2009@gmail.com

Lic. Rafael Zapata Luna



Presidente de CAVEDOM



TINTORELLI
PHOTO & DIGITAL CINEMATOGRAPHY



Una empresa dedicada a producciones audiovisuales

Campañas publicitarias, comerciales, lanzamientos, generación de contenido para redes, banco de imágenes, fotografía de productos, videos corporativos, videoclips.

Telf.: (829) 754-9369 / (849) 815-3156

tintorellifilms@gmail.com



@tintorellifilmsrd



tintorellifilms



YO COCINO
para ti

Gastronomía especial para:

Eventos corporativos, sociales,
desayunos y lanzamientos.

Contamos con un servicio de AREPA BAR
UNA ESTACIÓN DE TÍPICAS AREPAS VENEZOLANAS

Telf.: (849) 815-31-56

yococinoparati14@gmail.com

www.yococinoparati.com



@yococinoparati



Yo cocino para ti

El éxito es tener la libertad para seguir mis pasiones

“Ser exitoso es ser coherente entre lo que dices y haces, tener propósito, servir a través de él, y pertenecer a un espacio donde amas y eres amado... No veo ningún esfuerzo como sacrificio porque en esta etapa de mi vida trabajo con mucha conciencia el equilibrio entre todos mis roles”.

Tania Báez es una mujer llena de vida que transmite sus ganas de ir por más con solo escucharla, su pasión por la comunicación la ha llevado a convertirse en speaker y creadora de contenidos sobre empoderamiento y autoestima, cautivando los corazones de miles de personas, dentro y fuera de República Dominicana.

Ella, entrevistadora, animadora, conductora de radio, editora de revistas y hasta maestra de ceremonias, es la protagonista de nuestra Portada, realidad que nos llena de felicidad, por su dedicación a generar fortaleza emocional e impulsar cambios en la vida de quienes la escuchan, cuando más lo necesitan.

Por muchos años Tania intentó ser la mujer maravilla, hasta que se quitó la capa porque era muy pesada,

y su capa no fue lo único que dejó, decidió abandonar su trabajo, salir de la TV, con la idea de tomarse un período sabático, creyendo que estaba financiera y emocionalmente preparada para eso, dejando su zona de confort.

Tras 10 años de intentar unir sus grandes pasiones: comunicar e inspirar, un seminario con Tony Robbins la impulsó a tomar la decisión de emprender profesionalmente como Conferencista & Trainer.

“Los planes de Dios son más perfectos que los nuestros, y todo se desmoronó. Perdí trabajo, una situación me hizo tener que entregar mis ahorros, nos sobrevino una desgastante y dolorosa crisis familiar; así como un tema de salud que nos sacudió el orden de las cosas.



Fotografía:
HAIRO ROJAS

{Portada}

Mis 48 años...un año de profundas pruebas, que me cuestionó los aspectos que consideraba importantes y que me replanteó el orden de mi vida”.

Un día entendí que a los 48 años no fue que lo perdí todo, fue que Dios me dió la oportunidad de empezar de nuevo

Ante este bajón significativo en su vida que la ayudó a trabajar en lo que verdaderamente le gusta, Tania considera que los cambios son una constante, y sólo los cambios garantizan el crecimiento, la apertura y la evolución.

¿CÓMO DESCUBRIR QUE TU VIDA NECESITA UN CAMBIO?

“Las emociones se sienten, esa se manifiesta a través de desasosiego, ansiedad, cansancio, hastío. Sólo es escucharte desde tu interior y dejar que se evidencie lo que sientes. Cuando lo reconozcas, debes empezar a planificar y diseñar una estrategia que te conduzca a ese punto en el que quieres estar.”

Para Tania su familia es su centro, y definitivamente considera que no sería la misma si no hubiese tocado fondo como lo hizo, porque solo del fondo se emerge con más conciencia, gratitud y apreciación. “Soy lo que ves...y lo que sientes”.

¡Lo mejor está por venir!

¿POR QUÉ #VOYPORMÁS?

“Porque un día después del período de adversidad, me dí cuenta que tenía que poner un PARE a la victimización y allí decidí que era tiempo de retarme. Aunque tuviera miedo, volvería a renovar la confianza en mi y a reiniciar por merecimiento y fe, y me surgió esa frase que se convirtió en mi mantra y en el de muchos.”

¿QUÉ CONSEJOS LE DAS A QUIENES COMO TÚ DESEAN DAR UN GIRO A SU VIDA Y CONVERTIRSE EN DUEÑOS DE SU

PROPIA MARCA?

1.- Saber QUÉ quieren. Tener objetivos claros, por qué y para qué emprendes ese camino.

2.- Diseñar su estrategia. Tener un plan.

3.- Capacitarse permanentemente. Invertir en aprendizaje constante.

4.- Hacer networking. Establecer alianzas.

5.- Trabajar en su emprendimiento de modo constante...sin excusas.

6.- Darse a conocer...más allá de su zona de confort.

7.- Ser pacientes, los resultados toman su tiempo (no TÚ tiempo)

La protagonista de nuestra portada agradece a República Dominicana todo el cariño, el apoyo y el respeto de muchos por más de 33 años de carrera pública.

“Llego a un lugar y el parqueador o la señora me dicen con tanto cariño: “Hola Gente”... o Voy por más y siento que ha valido la pena el camino por el sendero que escogí. Agradezco que al ingresar al aeropuerto, siempre siento que llegué a mi hogar, al lugar donde pertenezco”.

Finalmente, Tania manifestó que a solicitud de muchos clientes que le han evidenciado la necesidad de trabajar contenidos para mejorar sus herramientas para comunicar, lanzará de modo presencial y en formato virtual, “La Fábrica de Speakers”, dos Workshops Intensivos en los que los participantes podrán trabajar sus habilidades para hablar en público, desarrollar la capacidad de hablar con confianza, de humanizar el mensaje para lograr conexión con el público objetivo, y ganar reconocimiento por la manera en que impactarán a la audiencia, cambiando mentes y vidas. ■



Fotografía:
CLAUDIA VERAS



“El éxito que más se saborea es producto del esfuerzo”

Pablo Linares, protagonista de nuestra sección Gente de Éxito, es un reconocido venezolano que ha tenido la dicha de tomar lo mejor de varios países del mundo, creciendo personal y profesionalmente gracias a las múltiples experiencias vividas en diversos lugares, siendo catalogado hoy en día como un hombre exitoso que posee una historia de vida digna de contar.

Especialista en economía, administración, finanzas y contabilidad, Pablo Eleazar Linares Pereira, trabajó durante más de 30 años en organismos internacionales, y es actualmente el Presidente del Consejo de Directores de Empire, Banco de Ahorro y Crédito de República Dominicana.

Iniciaba sus años de juventud soñando con el éxito, cuando decidió salir de Venezuela, reconociendo que había otro mundo abierto para explorar, sin tener mayores antecedentes sobre lo que le esperaba porque ninguna persona de su familia, ni conocidos había viajado fuera del país.

“Salí por primera vez hacia Trinidad, que entonces era una colonia inglesa y, luego a New Orleans, la ciudad que podría ofrecerme posibilidades de trabajo inmediato. Por eso la escogí, condicionado a lo que conocía, el trabajo de oficina dedicado a facilidades de transporte marítimo, debido a que mi primer trabajo formal fue a las ocho años, en una agencia naviera, Caribbean Express, y el segundo, a partir de los 12 años de edad, en la Marítima Falcón, tenía que atender las necesidades y logística de trabajo de los buques que efectuaban transporte de materiales y combustibles, por la costa marítima de Venezuela”.



Una buena salud es un deber para ti mismo,
en Claria es nuestro deber cuidar de ti.

Seguro Médico Internacional



www.claria.us



Dejar su país natal significó para él empezar a hacer realidad las ilusiones de esa etapa de la vida en la que se imita lo bueno y lo malo, sentir que tenía la oportunidad de formarse intelectualmente, y de tomar decisiones propias.

"Aprender y triunfar se reafirmaba en mi vida como símbolos de triunfo, como promesas de éxitos. Al poco tiempo de estar por mi cuenta en New Orleans, empecé a trabajar en una empresa que se dedicaba al transporte marítimo de insumos, materiales y envíos de toda clase de mercancía desde los Estados Unidos hacia América Latina, allí aprendí no solo la característica y uso de los productos, sino dónde se producían en los Estados Unidos, y su geografía, hasta el nombre de sus ciudades y sus costumbres, parecía que la casualidad me estaba preparando para las entonces lejanas experiencias que viviría por muchos años en América Latina, debido a que más tarde estuve al servicio del desarrollo de América Latina y sus estrategias por más de 40 años".

Con el tiempo, después de pasar por varios países y siendo Jefe de Área en Washington, fue enviado a República Dominicana por el Banco Interamericano de Desarrollo, como representante de esa entidad.

"Me reencontré en Dominicana con los profesionales dominicanos que habían sido mis guías, creo que sería una decena de profesionales de primera línea, ellos contribuyeron siempre en todo momento a que esos años se convirtieran en la temporada más productiva de mi vida profesional".

República Dominicana le dio la oportunidad de convivir y participar en las acciones de transformación y desarrollo de este país, fue

entonces cuando decidió que era el lugar en el que quería vivir, un lugar donde disfruta, país en el que ha encontrado el éxito, confundiendo inclusive el factor éxito con el factor felicidad.

¿CUÁLES SON LAS FORTALEZAS DE REPÚBLICA DOMINICANA AL MOMENTO DE INVERTIR?

"Es un país que por ley otorga igualdad de tratamiento a nacionales y extranjeros. El inversionista es atendido adecuadamente, y además, existe una estabilidad cambiaria y un libre mercado de divisas".

¿QUÉ ES PARA USTED EL ÉXITO?

"El éxito es relativo y se logra paso a paso, pero no es solo esperado, sino programado. El éxito que más se saborea es el que es producto de esfuerzos y de la planificación. Nuestra actitud hacia el éxito debe darnos la satisfacción del deber cumplido o darnos la satisfacción de haber beneficiado a aquellos que intencionalmente hemos escogido como nuestros beneficiarios. El mayor éxito se disfruta mucho, cuando beneficia a un importante conjunto de personas aunque no conozcas a los beneficiados".

¿CUÁLES SON LAS CLAVES PARA LOGRAR EL ÉXITO?

"La fijación de metas que sean alcanzables y que puedan ser continuadas o modificadas, durables y convertidas en logros propios y que formen parte del comportamiento o compromiso de cada meta alcanzada. El éxito debe ser disfrutado y los logros convertirse en lo que distinga a las personas quienes los alcancen. Las principales claves son la devoción, la dedicación, la creencia y el compromiso".

Su experiencia en otros países le permite aconsejar a quienes quisieran emprender este viaje: "Lo que uno hace cuando empieza a vivir en una nueva tierra, es típicamente una mezcla entre lo que uno hacía antes, y lo que ahora le toca hacer en la nueva tierra, pero mientras más te independizas de las actitudes del pasado más te preparas para vivir en la nueva tierra. Claro está que se va presentando

un intercambio entre las experiencias que se traen y las nuevas, sin embargo, no debemos creer que las que tenemos son mejores que las que vienen".

En este marco, aseguró que adaptarse a República Dominicana es muy fácil, porque a los venezolanos les dan un tratamiento excepcionalmente bueno, es un tratamiento de hermano, es un tratamiento de compatriotas.

¿CUALES SON LOS PRÓXIMOS RETOS QUE TIENE?

"Me espera disfrutar los éxitos de mis sucesores y desear a mis hijos y familiares que logren ser exitosos y agradecidos de la vida como lo estoy yo, después de 79 años de existencia".

¿LE GUSTARÍA VOLVER A VENEZUELA?

"Siempre vivo con una mezcla de nostalgia y de vida real, recordando los lugares en que he sido feliz y que quisiera volver a ellos, no me atrevo a mencionarlos porque son innumerables y no quiero más tarde, decirme a mí mismo, por qué olvidé tal o cual lugar. Para cada lugar donde he sido feliz, hay un ladito en mi corazón y en mi mente".

¿QUE REPRESENTA PARA USTED SU FAMILIA?

"La familia es la primera institución en la que debemos influir para que adopten medidas hacia el éxito individual y colectivo. Espero que la familia aproveche nuestras experiencias, y sigan los ejemplos buenos que hayamos podido transmitirles."

Nuestra
responsabilidad es apoyar sin
esperar más beneficio que no
sea la felicidad.

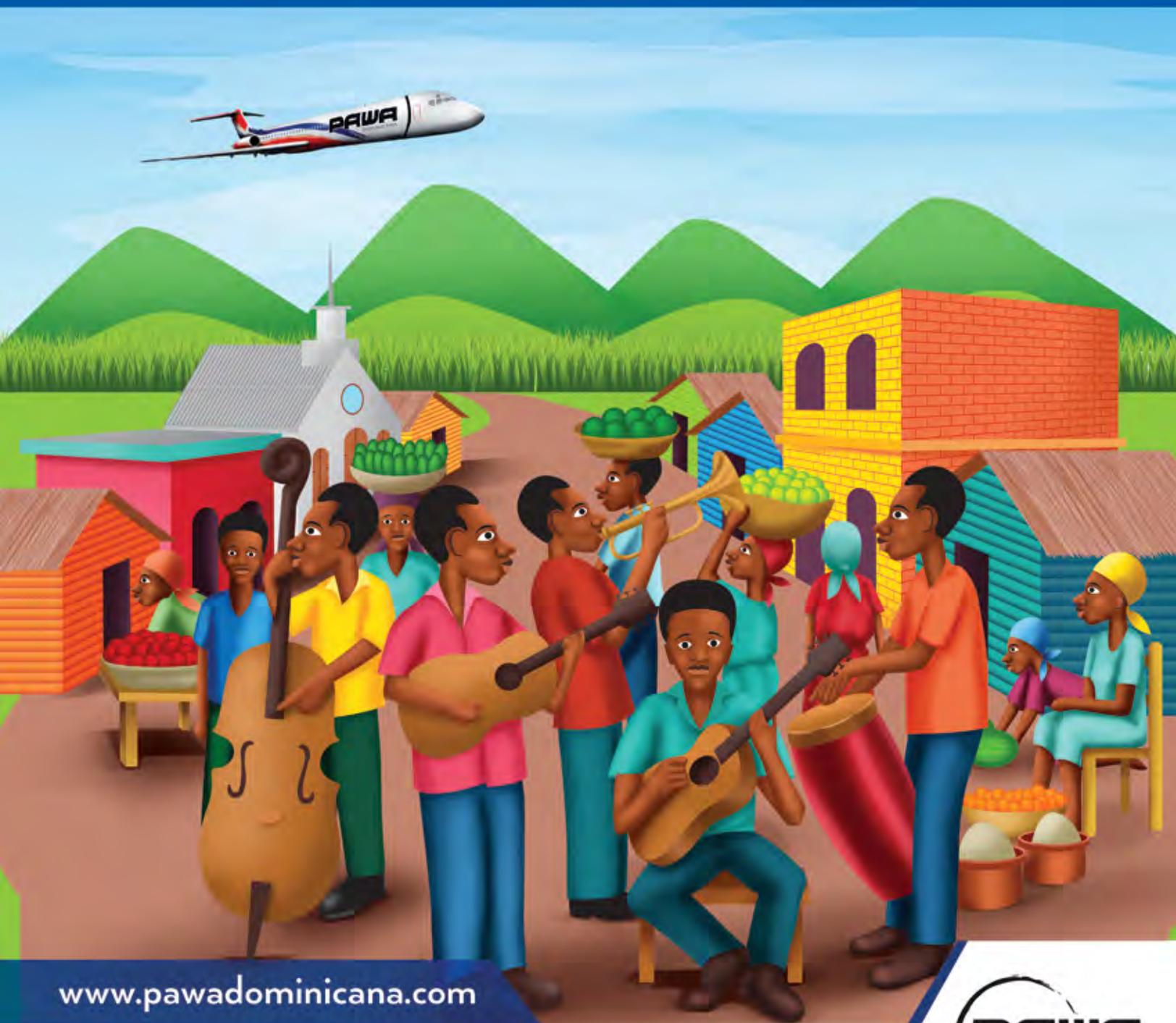
Finalmente, Linares invitó a los jóvenes a analizar cuáles son sus respectivos factores de éxito, y que al identificarlos decidan adoptar medidas para lograr el triunfo de los factores positivos sobre los negativos, porque el logro del éxito es el triunfo producto de la adopción de los factores positivos y su puesta en práctica. ■

LLEGAMOS A PUERTO PRÍNCIPE

para conectarte desde Santo Domingo con el Caribe.

ANTIGUA · ARUBA · CURAÇAO · LA HABANA · SAN JUAN · ST. MAARTEN

Próximamente Miami y Nueva York.



www.pawadominicana.com

Volemos juntos.



Reputación: el activo más importante de una marca

Por Thony Da Silva Romero

Alguna vez has escuchado la frase “Tu rostro es tu tarjeta de presentación” o “La primera impresión es la que cuenta”, aunque diferentes son muy ciertas, porque casi siempre de acuerdo a cómo nos vemos o expresamos somos catalogados, una valoración similar hace el consumidor de las marcas, lo que transmite, y la percepción que los demás tienen de ella se traduce en su reputación, que vale más que el servicio que presta.

Thony Da Silva Romero



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

Con un determinante 79%, sentenciaban los consumidores, que la reputación es el activo más importante de una marca, según el estudio "Building brands that matter" que llevaría adelante Havas Worldwide en 2013. Es que la reputación, esa convergencia natural entre el comportamiento y la trayectoria de una marca, bien sea corporativa, representando a una empresa, o comercial simbolizando a un producto en particular, se traduce en la confianza, aprecio y seguridad que como consumidores y sujetos de opinión tenemos de ella.

La construcción de reputación supone un proceso articulado, donde cada área de la empresa tiene un rol que cumplir. Es la sumatoria de esfuerzos desde diversas funciones para asegurar que la operación de una empresa, y por ende la fabricación de sus productos, comercialización y venta, no sólo se ejecute de forma correcta y sostenible, sino que se involucre adecuadamente en las partes del proceso, a los grupos de interés clave para la empresa y sus productos.

Hoy, la reputación como valor intangible, puede alcanzar en algunas organizaciones cifras muy superiores a la suma de todos los activos físicos. El valor de la marca radica en esa percepción positiva que la

hace deseable, reconocible en positivo y cuyo prestigio agrega valor a todo aquello con lo que se relaciona. La reputación positiva otorga grandes beneficios, desde la fidelidad del consumidor, hasta un valor superior ante cualquier transacción en el mercado; contribuye a mantener e incrementar el precio de una acción y constituye un "blindaje" ante eventos indeseables como una situación de crisis, cuando la empresa tendrá que apoyarse en la marca para sortear las dificultades y tener una segunda oportunidad en el mercado. Los criterios financieros para valorar la marca en términos económicos, son tan importantes como cualquier indicador de procesos, de resultados en general y de balance. En ocasiones, la marca per se, valorada como activo, puede ser transada en el mercado como cualquier activo fijo, físico o monetario. Hoy las mediciones esenciales de cualquier empresa, tienen que fundamentarse en metodologías que respondan a C.I.R.A.: Costos, Ingresos, Reputación y Ambiente.

Ante un entorno empresarial cada vez más complejo en lo económico, político, social y ambiental, poder medir con asertividad nuestra posición en el mercado y la reputación que éste nos reconoce, resulta fundamental.

Para ello es necesario, en términos ideales, realizar medidas periódicas de la opinión que nuestra operación genera, aquello que sobre nosotros se publica en los medios de comunicación y se conversa en las redes sociales. Es necesario hacer seguimiento sistemático a los indicadores de desempeño empresarial en calidad y servicio; entender cuál es el estatus de nuestro clima laboral; analizar el mercado y nuestra competencia, y prever las circunstancias cambiantes de ese entorno complejo, identificando posibles riesgos y nuevas tendencias que supongan oportunidades.

La creación de una instancia de análisis de toda esta información, permite tomar decisiones para asegurar el comportamiento que se exige de nosotros, adelantándonos a las expectativas de nuestras audiencias clave, y tomando decisiones que se traduzcan en efectivas estrategias de comunicación, satisfacción de nuestros clientes y consumidores, atención a nuestro recurso humano y sus necesidades, una acertada alineación de las estrategias de mercadeo, publicidad y venta y el relacionamiento estratégico necesario, para mantener abiertas las conversaciones que permiten adelantarse a los retos que impone el mercado.



Una organización comprometida con la construcción de una reputación positiva, está permanentemente procurando la alineación entre sus diversas áreas críticas, para llevar adelante una estrategia coherente de gestión de marca, gente, riesgos y expectativas sociales que le procure sostenibilidad y, por ende, el cumplimiento de sus metas a corto y mediano plazo, conforme a su visión de negocios y su plan estratégico de largo plazo. ■

thony@pizzolante.com
Skype: thonydasilva
Twitter: @ThonyDaSilva
Linkedin: Thony Da Silva Romero

Escala
con Cala





Periodista

Estrella de su propia vida

Por Ismael Cala

Vivir intensamente el presente hizo que un humilde chef de comida callejera llegara al estrellato en Singapur. ¿Quién podría imaginar que un pequeño puesto, con precios inferiores a los tres dólares, alcanzaría uno de los reconocimientos más importantes de la gastronomía mundial? Hong Kong Soya Sauce Chicken Rice se ha convertido en uno de los restaurantes más baratos con la estrella Michelin.

Cuando Chan Hon Meng, dueño del puesto, recibió la llamada, pensó que se trataba de una broma. Este malasio de 51 años se vio obligado a dejar la escuela a los 15, para trabajar y ayudar a sus padres granjeros. Chan tuvo claro desde el principio que su pasión era la cocina. Se formó en un restaurante de Hong Kong, ciudad a la que dedicó en 2009 su negocio callejero.

Chan se levanta cada día a las cinco de la mañana. A partir de las diez

comienza a atender a los clientes, y no cierra hasta que no entrega el último plato.

Tan solo un día después de acudir a la gala Michelin, volvió a abrir su local. No ha subido un solo centavo el precio de su pollo con noodles y salsa de soja. Su filosofía dictamina que cada día tiene que esforzarse como si un "inspector Michelin" estuviera presente.

Hace 30 años se enteró de que esa estrella era el mayor honor para cualquier cocinero. Nunca pensó que la ganaría, pero supo vivir el presente ante un futuro incierto.

Vivimos esperando a ver qué nos cae, tratando de conseguir el caramelo que tanto deseamos, o de adivinar si el dulce amargo del pasado nos impedirá dar un paso hacia adelante. Sin embargo, olvidamos disfrutar de la verdadera fiesta que es vivir el presente. Sobre todos estos asuntos

trata mi nuevo libro "La vida es una piñata".

Al igual que con las piñatas, en la vida cada quien se frustra, se resigna o agradece, según su visión, expectativas, creencias y emociones. A diferencia de las piñatas, en nuestra vida sí podemos crear y manifestar regalos, convertir obstáculos en bendiciones y reprogramar los significados de las cosas que nos caen.

Y como Chan explica, nunca puedes dejar de aprender nuevas habilidades. Los premios y bendiciones no son una cuestión de suerte, sino de esfuerzo y dedicación. El éxito está relacionado con la gran expansión del talento, sea en un puesto callejero o en la empresa más aclamada del mundo. ■

www.IsmaelCala.com
www.lavidaesunapiñata.com
 @CALA



Autoconfianza: ¿Qué tan buen fanático eres de ti mismo?

Por Miguelangel Herrera

Miguelangel Herrera



Coach y Facilitador.
Miembro de la ICF.

¿Te gustan los deportes?
¿Eres de los que se emociona viendo un partido y grita efusivamente cuando su equipo gana? Si es así, alguna vez ¿Te has preguntado si tus logros por pequeños que sean te alegran tanto como el de tu equipo favorito?
¿Los celebras?...
Tú como tu equipo mereces al mejor fanático...
Descubre por qué...

Los deportes que más me gusta ver son el béisbol y el fútbol, aunque eso no es tan sorprendente luego de ver que soy venezolano y vivo en Latinoamérica; una de las cosas que siempre me ha llamado la atención, inclusive más allá de los resultados de los equipos, es ver como los fanáticos se comportan al ver los juegos, y como ese comportamiento tiene influencia en el equipo.

Esa relación fanaticada-equipo me recuerda mucho a la práctica de la autoconfianza. Y puede que suene extraño cuando utilizo la palabra "práctica", ya que usualmente hablamos de la autoconfianza como algo fijo o estático:

"Mira esa persona, se nota que tiene mucha confianza en sí mismo", "ojalá fuera como Roberto, el sí confía en sus capacidades" son frases que no sonarían descabelladas al hablar de esto.

Ahora, en la interpretación que manejo de este fenómeno, más que ser una "cosa" que se posee, es una conversación que entablas contigo mismo y se refleja en tu estado de ánimo. Es allí cuando la relación fanático-equipo viene a mi mente debido a que la interacción que los fanáticos en el estadio tienen con los jugadores, es clave para el estado de ánimo de los mismos y por ende, tiene influencia en los resultados.

“Así que frente a esto, me he planteado que uno podría ser un “buen” fanático o “mal” fanático de sí mismo, basado en 3 criterios que he visto en los asistentes a un juego de pelota.”

PRIMER CRITERIO: ¿CÓMO TE COMPORTAS ANTE LOS ERRORES/FRACASOS?



Todos hemos visto a ese “mal” fanático en el juego que apenas observa que el equipo comete un error, o peor aún pierde un juego, comienza a vociferar críticas e insultos a los jugadores, encuentra hasta el más mínimo defecto y lo achaca una y otra vez, reviviendo incluso errores del pasado que solo fomentan el resentimiento: “allí está, yo sabía que lo iban a volver a hacer, les paso igualito que el año pasado” he escuchado decir. ¿Y qué pasa con el estado de ánimo del equipo? Pues que los jugadores quieren dejar de jugar e irse a los vestidores.

Fácilmente lo podemos trasladar a la conversación que tienes contigo mismo cuando cometes un error o fracasas. ¿Comienzas a insultarte y a criticarte duramente? ¿Haces un recuento de todos tus errores en el pasado? ¿O por el contrario eres un buen fanático buscando darte ánimo,

inspirarte y mostrarte que es importante seguir buscando la meta? ¿Cómo puedes ser más compasivo contigo mismo? ¿Qué puedes aprender de la equivocación para mejorar?

SEGUNDO CRITERIO: ¿TUS EXPECTATIVAS / METAS SON ALCANZABLES?



Al hablar de autoconfianza, se nos invita a ser arriesgados, a soñar, ¡y eso es muy bueno! solo hay que tener cuidado y no confundirla con la arrogancia que te hace creer que lo puedes todo, o con colocarte metas que luego te dejen frustrado, y es que también hemos visto a ese fanático del equipo que ha tenido problemas durante muchos años para ganar una competencia y que declara al comienzo de la temporada: “Este año vamos a ganar todos los títulos/copas” y apenas algo sale mal comienza con un discurso de derrota y pesimismo a futuro, al ver que la meta fue frustrada.

Y no se trata de matar los sueños y aspiraciones, por el contrario, hay que mirar los distintos elementos necesarios para lograr ese título y colocar metas desafiantes para cada uno de ellos, analizando tus capacidades, y también reflexionando que la vida (o el deporte) es un camino de aprendizaje.

Te has preguntado ¿Cuáles son los elementos necesarios para alcanzar esa gran meta? ¿Has evaluado tus capacidades en esos elementos? ¿Cómo podrías hacerlo? ¿Tienes metas audaces pero alcanzables? ¿Cuáles son?

TERCER CRITERIO: ¿CELEBRAS LOS ÉXITOS POR MÁS PEQUEÑOS QUE SEAN?



Finalmente, mi tercer criterio para ser un buen fanático es ¡celebrar! Y es que uno de los aspectos más divertidos de seguir a un equipo es el poder ovacionarlo y darle ánimo cuando hace una buena jugada y más aún cuando logra ese tan anhelado título.

Aunque probablemente también hayas visto (o seas tú) ese fanático que ante una buena jugada dice “shhh mejor no sigas alabando al equipo, no vaya a ser que nos de mala suerte” o que incluso minimiza los logros “bueno sí, logramos ganarle al líder de la división pero lo que importa es el título”.

Debo confesar que yo me comportaba así con mis logros personales, me la pasaba pensando en la siguiente meta, en el siguiente objetivo, pero no me detenía a celebrar y dar las gracias por lo que ya había alcanzado hasta el momento. Hasta que me comencé a felicitar por ello y mejoró considerablemente mi disposición al siguiente reto: ¿Cuáles son tus logros? ¿Los celebras? ¿Cómo? ¿Incluso los que son pequeños avances? ¿Qué puedes hacer diferente?

Entonces según estos criterios, ¿qué tan “buen” fanático eres de ti mismo?

Si logras aprender de los errores e inspirarte en esos momentos, si tienes metas audaces y alcanzables de acuerdo a tus capacidades, y si celebras los pequeños y grandes avances en ellos, verás como tu ánimo se dispara.

A veces somos más fanáticos de un equipo deportivo que de nosotros mismos. Te invito a que desde este momento comiences a ser tu mayor fan, en vista de que una de las mejores inversiones que puedes hacer en tu vida, es tomar acciones para reforzar esa conversación de tu autoconfianza, mejorar tu estado de ánimo, y así sumar otro eslabón a tu Factor de Éxito. ■

Twitter: @Miguelangel_HB
Facebook: @coachmiguelangelherrer

Cómo mantener el toque personal en la era de la hiperconectividad

Por Irene Morillo



Irene Morillo



Lic. en Marketing y Estudios en
Administración de Empresas
Fundadora de Stimulos Creativos

Vivimos conectados, no dejamos de mirar el celular ni un segundo, y creemos que estamos más comunicados que nunca, sin embargo, mucho cuidado, porque seguimos siendo seres emotivos que necesitamos un apretón de manos y un abrazo, así que hay que encontrar el punto medio, te damos sugerencias para lograrlo...

Estamos en la era del internet, eso es claro. Si no tienes presencia en el cyber espacio, definitivamente no existes.

Esto ha empujado a las empresas, negocios medianos y pequeños; e incluso a los profesionales independientes que desean posicionarse, a crear páginas web, blogs, y usuarios en las redes sociales de diferentes índoles.

El uso de múltiples pantallas resulta agobiante. Puede ocurrir que en tu oficina estés recibiendo un correo en tu computadora, al mismo tiempo que un cliente te escribe por mensaje de texto, mientras que tu teléfono fijo suena.

Este nivel de hiperconectividad también ha aumentado el grado de



*Un mundo
mejor en
cada entrega!*



***Conectamos su cadena de valor
de forma sostenible!
Seremos su departamento de
mensajería ecológica personalizada!***

Vehículos eléctricos
Menos CO2
Menos contaminación del aire / no humo
Menos contaminación acústica / no ruido
Menos contaminación del agua / no aceite
Impresión en papel 100% reciclado

809-363-8732

   @ecomensajeriard

www.ecomensajeria.com.do

ecomensajeria@emprendimientosostenible.com

REVISTA

FACTOR DE ÉXITO

Impacto ambiental de reducciones de CO2 por utilizar el servicio de Eco Entregas.



185.86 Kg de CO2 dejados de emitir



529.30 Kms eléctricos



69,371 Potencial promedio de Galones de agua limpia dejados de contaminar



15 Árboles equivalentes

Reconocemos a Revista Factor de Éxito como aliados estratégicos del Desarrollo Sostenible.

impaciencia de las personas. Cada vez se acorta más el tiempo que la gente entiende debería ser el mínimo de respuesta entre un mensaje y otro. Y todo esto ha aumentado el stress a niveles insospechados, al punto que se dice que es la nueva plaga del siglo 21.

Por otro lado, resulta sumamente cómodo poder comunicarse a través del cyber espacio. El mismo hecho de que es una comunicación no presencial, propicia que algunas personas se atrevan a decir cosas que normalmente no dirían cara a cara. Claro está, que esto último suele aplicarse más en el ámbito personal.

En cuanto a lo laboral, un correo electrónico bien detallado, por ejemplo, puede ahorrar tiempo o condensar en pocas palabras lo acordado en una reunión. Todos los involucrados reciben el mismo mensaje por escrito al mismo tiempo, lo que resulta una solución cómoda, barata y tan efectiva, que a pesar de que muchas redes sociales han desaparecido, el correo electrónico ha permanecido como un orgulloso fósil que niega a morir con el paso del tiempo.

Ahora bien,
conviene no caer en el error de robotizarse al punto tal de perder el contacto personal por completo. A mi humilde entender, este es justamente el momento para diferenciarse con un toque personalizado en las interacciones que tenemos en el día a día.

Las personas somos seres emocionales. No se tiene que haber estudiado física cuántica para darse cuenta que es precisamente por eso que la publicidad más efectiva es la que apela a las emociones. Somos seres sociales, por lo que difícilmente una persona te dirá que le alegró más recibir una felicitación

en Facebook que un cordial abrazo o una calurosa llamada telefónica.

Poner tu toque especial en cada cosa es un factor diferenciador importante, especialmente en momentos en lo que la comunicación cada vez resulta más fría, pues el contacto personal suele ser menos.

Esto es algo que trato de aplicar a mi vida personal y profesional. A continuación comparto algunas prácticas que me han resultado, y que con suerte, puede que te resulten útiles:



Nada sustituye el contacto personal. Si bien es cierto que estamos cada vez más ocupados, lo cual reduce la oportunidad de juntarse. Otras veces, la distancia no lo permite. Ahora bien, siempre que sea posible, tener un contacto directo con la persona, estrechar su mano con un caluroso saludo, mirarla a la cara, tiene un efecto insuperable.

Por eso, cada vez que puedas procura reunirte personalmente. Eso fortalece las relaciones, y sobre todo, resuelve en cuestión de minutos situaciones que suelen desatar una larga cadena de correos electrónicos.

Llamar primero y escribir después. ¿Te ha ocurrido en alguna ocasión que una situación aparentemente simple se convierte en una avalancha de correos de ida y vuelta que al final complican todo más? Hablar primero y luego

poner por escrito lo acordado ahorra muchos malentendidos y sinsabores. Cuando se imposibilita tener un encuentro personal, una videoconferencia o una llamada telefónica son la mejor opción.

Reserva los mensajes de texto para cosas muy puntuales. Desde mi punto de vista, los mensajes de texto o la mensajería como whatsapp, no deberían ser utilizados como la vía principal de contacto para fines de negocios.

Si bien es cierto que son excelentes herramientas, sugiero reservarlas para mensajes puntuales. Puede resultar tentador acudir a estas aplicaciones recurrentemente, pero a nivel general no son las más recomendables en el ámbito profesional.

Escribe notas de agradecimiento y felicitaciones. La caligrafía de las personas tiene un toque personal y especial. Es como el ADN, nadie tiene el mismo. Así nadie tiene la misma escritura. Por tanto, cuando un cliente o relacionado recibe una nota manuscrita sabe que te tomaste el tiempo para escribir un mensaje personalizado solo para él o ella.



Algunas personas guardan las notas de agradecimiento por años. Así que, no temas en explayarte diciendo las razones por las cuales agradeces a esa persona y cómo su gesto te hizo sentir. ■

E-mail: imorillo@stimuloscreativos.com
Twitter: [irene_morillo](https://twitter.com/irene_morillo)
Facebook: [IreneMorillo](https://www.facebook.com/IreneMorillo)

El guardián de su salud

que ELIMINA insectos voladores



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



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



Utilizado contra plagas en el sector agrícola e insectos domésticos.



Producto de uso permitido en la producción orgánica.



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

829-975-9075

zoneguard.rd@gmail.com

@rdzoneguard

zoneguard.rd

El mejor momento en la historia para estar vivo

Por Diana Zuluaga



Diana Zuluaga



Fundadora de JET DÓR
Private Jet Charter
Emprendedora y Conferencista
Internacional.

Hace 30 años el avance tecnológico que tenemos hoy en día era exclusivo para las películas de ciencia ficción, en la actualidad contamos con miles de posibilidades al alcance de la mano sin mayor esfuerzo, por ello, es necesario actuar, y aprovechar al máximo el esfuerzo del ser humano a lo largo de la historia... ¡Es tu momento! ¿Qué esperas?

Me encanta la temporada de verano porque bajamos la intensidad del trabajo y se abren las posibilidades para leer más, viajar más, conocer más y por consiguiente, nos inspiramos más. He fortalecido en mi trabajo una idea que venía resonando en mi mente este año: ¡Este es el mejor momento en la historia para estar vivo! Quiero compartir contigo 5 razones por las que hoy, en este preciso momento y donde quiera que estés, eres una persona afortunada y con potencial infinito:

1. TODO LO QUE NECESITAS APRENDER ESTÁ AL ALCANCE DE TUS MANOS. Existe una abundancia de material y conocimientos

disponible para ti las 24 horas del día en forma de libros, cursos, videos, conferencias y grupos de apoyo. Si tienes una idea o quieres ejecutar un proyecto, estas excusas ya no son válidas: "Lo haré cuando tenga más dinero" o "Tendría más oportunidades si hubiera estudiado en el exterior." Ahora todo el conocimiento de las mejores universidades del mundo está disponible para ti por internet, completamente gratis o a bajo costo. Este es el tiempo para personas flexibles y que se amoldan rápido a los cambios. Yo, por ejemplo, estudié en el exterior: mi carrera en Inglaterra y mi maestría en Nueva York y hoy día no uso nada de esos currículos académicos tradicionales en mis dos empresas. ¿Acaso fue fácil abandonar esos caminos tradicionales de profesión y carrera? No. ¡Pero valió la pena! Ahora yo aprendo todo lo que necesito por internet, en libros, con mentores, en conferencias o en cursos cortos. Mi forma más importante para aprender es haciendo.

El gran maestro Wayne Dyer dijo: "No hay escasez de oportunidades para ganarse la vida haciendo lo que amas. Hay escasez de decisión." Hoy aprende algo nuevo, digiere la información y ponlo en práctica de inmediato. Esto no aplica solamente para los negocios. Puedes aprender algo nuevo hoy para tus hobbies, para mejorar las capacidades en tu empleo o para mejorar tu inteligencia emocional con tu familia y amistades. Tienes que darte la oportunidad de expandir tu horizonte.

2. SI QUIERES CREAR O VENDER ALGO, TIENES UNA VITRINA AL MUNDO PARA MOSTRARTE, TENGAS O NO TENGAS MUCHO DINERO PARA EMPEZAR.

La mayoría de personas con aspiración emprendedora, empieza invirtiendo un par de horas al día en su idea y poco a poco va construyendo algo de valor. Si tú tienes la pasión y disciplina de crear contenidos cortos de valor que demuestren tu conocimiento y que resuelvan el problema de un cliente, ya tienes una plataforma para crear un público en las redes sociales. Esto

lo puedes empezar completamente gratis con una página de Facebook, en Twitter e Instagram. El 80% de los compradores hoy día encuentra todo lo que quiere por internet, especialmente si algún conocido lo recomienda. En pocas horas puedes dar a conocer tu producto o tu conocimiento a miles de personas, sin haber gastado nada. De esta forma, puedes validar tu idea y comprobar que hay demanda, antes de invertir en publicidad o anuncios. Una gran ventaja hoy día es que puedes compartir tu mensaje a todo el mundo y llegar a millones de personas en cientos de países, sin salir de tu casa. Hay una audiencia hambrienta de conocimientos e ideas frescas y tú puedes ser su solución. ¡Qué emocionante!

3. TUS PADRES, ABUELOS O TÍOS YA SACRIFICARON UNA GRAN PARTE DE SUS VIDAS PARA QUE TÚ TENGAS TODAS ESTAS OPORTUNIDADES.

Si estás leyendo esta revista, tienes internet, tienes una computadora o una tablet, tienes tiempo libre, y tienes acceso a información valiosa al alcance de tus manos. ¡Eso es un privilegio!



Si sigues perdiendo el tiempo, no solo pierdes tu tiempo, también pierdes el tiempo de las personas que se sacrificaron por ti.

4. NADIE MÁS PUEDE COMPETIR CONTIGO.

Nadie tiene tu historia, tu cara, tu voz, tu carisma. Tu propio ser, en toda su expresión, es tu mejor ventaja competitiva. Tienes que honrar el regalo de ser tú con trabajo contante. ¿Por qué sigues a algunas personas o expertos en internet y a otras

no? Hay personas que tienen un mensaje o producto que llega más fuertemente a tu mente y a tu corazón. Entonces, cualquiera que sea tu producto o idea, también hay un mercado para ti. Hay personas esperando tu mensaje. Alguien te está buscando a ti. "El mundo está lleno de personas. Unas no te van a querer, pero otras te amarán profundamente." R. Campbell.

5. ¿POR QUÉ ES EL MEJOR MOMENTO EN LA HISTORIA PARA ESTAR VIVO?

Los humanos han construido, han descubierto, han cruzado océanos y han creado grandes cosas. ¡Toda esa grandeza viene en tus genes! ¡Es tu naturaleza! Somos humanos dotados de inteligencia y potencial infinito. Las personas que más han logrado en esta vida, solo han logrado una pequeña fracción de su potencial. Es tu naturaleza crear y lograr cosas grandes. Tu naturaleza no es quedarte pequeño. Por eso te sientes infeliz siendo pequeño. Eres un león fuerte siendo criado por ovejas. Un león sabe que ese no es su lugar.

Hoy te invito a hacer un inventario de tu vida. Deja de pensar en todo lo que puede salir mal, ¡y empieza a pensar en todo lo que puede salir bien! Hoy decide soltar de una vez por todas, todo lo que no te deja volar. ■

TÚ no naciste para el sufrimiento ni para ser pequeño. Es tu tiempo de brillar en lo que te gusta. Es tu tiempo de usar tus mejores talentos y habilidades para servir a los demás.

Twitter: @dianazuluaga
Facebook: Diana Zuluaga
Instagram: dianazuluaga.co
E-mail: diana@dianazuluaga.co



HUB Cámara Santo Domingo y TASTE se unen en el 2017

La Cámara de Comercio y Producción Santo Domingo, y la empresa Creato, firmaron un acuerdo para la integración de TASTE Santo Domingo en el marco de HUB Cámara Santo Domingo, evento que se celebrará del 15 al 18 de marzo 2017, en las instalaciones del Centro de Convenciones del Ministerio de Relaciones Exteriores.

Rapidfarma

Al servicio **de tu salud** **ta' listo!**



Envío de
MEDICINAS
a Caracas

 **Más información:**
809-482-0092 / 809-482-1394

NUEVA Sucursal Universitaria:

Av. Correa y Cidrón, plaza Confortex,
cerca UASD, al lado de ONCOSERV,
zona Universitaria 809-5353222
DELIVERY DE 8:00 am a 8:00 pm.

Sucursal Hotel:

Av. Anacaona dentro del Hotel
Dominican Fiesta, Los Cacicazgos
809-4820092
DELIVERY DE 8:00 am a 9:00 pm.



@RapidfarmaRD



RapidfarmaRD



@RapidfarmaRD





El Presidente de la Cámara de Comercio de Santo Domingo, José Manuel Vicente, y Raymundo Morales, Director General de Creato, empresa organizadora de la principal feria gastronómica del país, anunciaron que la próxima versión de Taste Santo Domingo se realizará en el marco de HUB 2017, evento que tendrá lugar del 15 al 18 de marzo del año próximo.

Vale la pena destacar, que Taste Santo Domingo es un encuentro internacional de gastronomía que se realiza en Santo Domingo, capital gastronómica del Caribe, en el que se congregan talentos, conocimiento, nacen tendencias, se presentan nuevos productos y servicios de empresas del sector de alimentos y bebidas, brindando a los asistentes la oportunidad de relacionarse con profesionales, conocedores, aficionados y entusiastas durante tres días llenos de actividades presentadas por las principales personalidades, escuelas, organizaciones, empresas e instituciones que inciden en el ámbito gastronómico.

Vicente resaltó que HUB Cámara Santo Domingo es la oportunidad idónea para generar intercambios de

negocios entre empresarios locales e internacionales, así como para conectar a ofertantes y demandantes en un espacio favorable para la negociación, con la participación de representantes de sectores como el agrícola y agroindustrial, convenciones y viajes de negocios, tecnología de la información y comunicación, energía, cadena de suministro y logística, servicios y seguridad.

Raymundo Morales, fundador del Taste Santo Domingo, comentó que la firma de este acuerdo permitirá la integración de la feria gastronómica más importante del país dentro del marco del HUB, lo que representa un acceso directo de la industria de alimentos y bebidas a la vinculación con otros sectores de igual o mayor incidencia en el aparato productivo nacional.

Este evento comercial multisectorial reunirá en un mismo escenario a empresarios, suplidores, compradores y contratistas, con el propósito de propiciar conexiones de negocios mediante la interacción de

representantes de diferentes sectores, lo que además de beneficiar a las empresas expositoras constituye una plataforma favorecedora para la dinámica de la economía nacional y fomentará el intercambio comercial con los países participantes, entre los cuales se destaca a la República de China Taiwán como país estrella invitado.

EN RUTA HACIA HUB Y TASTE 2017

A modo de conectar y activar a los sectores convocados se celebrará el próximo 20 de Octubre, el evento En ruta hacia HUB, una especie de introducción de lo que serán las actividades que en mayor escala se desarrollarán en HUB 2017.

En el marco de "En Ruta hacia HUB" se desarrollará una interesante agenda de conferencias sobre distintos temas, un almuerzo-conferencia magistral con un Orador Nacional. La agenda del 20 de octubre concluirá con la tercera entrega de los "Premios nacionales a la Gastronomía Dominicana", un evento incubado en Taste Santo Domingo y organizado en conjunto por Creato y la Asociación Nacional de Hoteles y Restaurantes (ASONAHORES), que marcará el inicio de la plataforma de integración del sector de alimentos y bebidas "En ruta hacia Taste 2017". ■

Twitter: @camaraSD
 Facebook: Cámara de Comercio y Producción de Santo Domingo
 Instagram: @camaraSD

TODOS A MIAMI

2 VUELOS AL DÍA DESDE SANTO DOMINGO



RUTA DE LAS
AMERICAS

SAN JUAN ♦ MIAMI ♦ NUEVA YORK

Ahora Miami se conecta con el Caribe desde el Hub de Pawa Dominicana en Santo Domingo.

Antigua • Aruba • Caracas • Curaçao

La Habana • Puerto Príncipe • San Juan • Saint Marteen.

Volemos juntos.

www.pawadominicana.com

Call center +1 844 200 PAWA (7292)



REPÚBLICA
DOMINICANA
lo tiene
TODO

Parque Cibernético de Santo Domingo

Lic. Eddy Martínez Manzueta
Presidente Consejo
de Directores PCSD



Primer centro de innovación del Caribe

Reconocido como el primer centro de innovación y conocimiento del Caribe, uniendo el sector académico e investigador con el empresarial, el Parque Cibernético es un complejo construido bajo parámetros sostenibles, creado en pro del desarrollo y la promoción de productos y servicios de alto valor añadido.

El parque está localizado en la capital de Santo Domingo, estratégicamente ubicado a sólo 5 minutos del Aeropuerto Internacional de Las Américas y a 10 minutos del Mega Puerto Caucedo, localizado a menos de 45 minutos por avión de San Juan - Puerto Rico, dos horas de Miami - Florida o tres horas y media de la Ciudad de Nueva York o Boston.



Cuenta con una extensión de 400.000,00 metros cuadrados en una atmósfera de modernidad y desarrollo futurista.

Brinda la posibilidad de formarse, investigar y trabajar en un entorno que permite a su vez un interesante recreo interno.

El esparcimiento y las comodidades del ecosistema enriquecen su atractivo a través de viviendas inteligentes "Smart Homes" con los más altos estándares tecnológicos, seguridad 24 horas, restaurantes, hoteles, Spa y Campo de Golf.

En este ambiente ideal para el desarrollo del talento, la innovación y la creatividad convergen para dinamizar la economía del

país e insertar a República Dominicana en la gran rueda del mercado mundial.

Actualmente cuenta con varios componentes interrelacionados, entre ellos, el Instituto Tecnológico de Las Américas, la incubadora de negocios tecnológicos EMPRENDE, y la primera zona franca tecnológica, donde operan unas 20 empresas que generan empleos directos a cerca de 2.000 personas en las áreas de servicios IT-BPO, Manufactura High Tech y Biotecnología.

Contiguo al Parque hay un complejo de apartamentos modernos disponibles para su uso a corto o largo plazo. Los apartamentos proporcionan el acceso de televisión por cable, conexiones a internet de alta velocidad.

Finalmente, vale la pena destacar que en el Parque Cibernético Santo Domingo están comprometidos con la calidad de los servicios, y su cultura se basa en valores de integridad, creatividad y emprendimiento, lo que les permite crear soluciones prácticas e innovadoras para los clientes. ■

Porque definitivamente
República Dominicana
lo tiene todo...

<http://www.pcds.com.do>

Digitalización en el mercado asegurador, una decisión estratégica

Por Dharla Maldonado

¿Te imaginas manejar los detalles de tu póliza de seguros con sólo un clic? Olvidarte del papeleo y los engorrosos trámites al momento de un siniestro... No es un sueño, ya en algunos países es una hermosa realidad, y las empresas aseguradoras que deseen seguir a la vanguardia deben trabajar rápidamente en este significativo avance...



colaborativa" aplicada al seguro o los llamados seguros P2P (peer-to-peer). En Europa, existen ya empresas que aplican estas nuevas reglas de juego en países como Francia (Inspeer), Inglaterra (Guevara) o Alemania (Friendsurance).

Es sólo un ejemplo más que demuestra que la digitalización no es una tendencia de futuro, sino que constituye una realidad en nuestro presente. Sin embargo, en el sector asegurador tradicional encontramos que aún queda camino por recorrer para estar a la par de las nuevas tendencias digitales. Sólo 1 de cada 4 aseguradoras afirma realizar en la actualidad una gestión digital de los siniestros y muy pocas entidades ofrecen de forma online la posibilidad a sus asegurados de modificar los siniestros o la póliza.

Hace varios años nos dimos cuenta de que la digitalización era una decisión estratégica de futuro y muchas empresas aseguradoras han dado los pasos adecuados para abordar este cambio. Hoy en día hay que estar preparados para dar un servicio 100% digital de principio a fin en la gestión de un siniestro si el cliente lo requiere.

Este modelo busca transformar todo el proceso a digital, normalizando y aplicando una lógica de negocio basada en datos, mediante la mejora de automatismos. De esta forma, se recoge información de valor y, al mismo tiempo, fomenta el auto-servicio del asegurado, dándole mayor control para que pueda modificar personalmente y de forma activa todo lo referente a su póliza con respaldo de sus datos y documentación requerida. Por supuesto, no todos los procesos son automáticos, también hay que apoyarse en un asesor de seguros profesional con experiencia para ofrecer una alta calidad de servicio a los asegurados.

Esta estrategia digital permitirá ofrecer una mejor gestión del siniestro y mejorará el conocimiento y la relación con el asegurado. Con el proceso digital se obtiene una reducción del 50% en la duración del siniestro y de ahorro administrativo por concepto de papelería, lo que se traduce en una mejora. De esta forma conseguimos una mejor experiencia final, una mayor satisfacción y una mejora de la fidelización y retención del cliente final en un entorno competitivo y de alta rotación en el mercado asegurador. ■

dmbsegurosrd@gmail.com

Tu tranquilidad es
nuestro mayor compromiso



Asegura tu tranquilidad

y la de tus seres queridos

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



DMB *seguros* RD

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

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



El “Brexit” y sus consecuencias para la economía global y latinoamericana

Por Julio Lozano

¿Crees que la decisión del Reino Unido de separarse de la Unión Europea afectará de alguna manera a la economía de República Dominicana? Descubre cómo está el panorama mundial después del anuncio de esta disociación...

Julio Lozano



Especialista y Magister
en Macroeconomía

BREXIT es el término o abreviatura con el que se conoce popularmente a la decisión del Reino Unido (RU) de salir de la Unión Europea (UE). Dicha decisión fue tomada por el 52% de los ciudadanos británicos que votaron en un referendo realizado el pasado 23 de junio de 2016.

La decisión del RU, nación que por sí sola es la segunda economía más importante de la UE y la quinta más grande en todo el mundo¹, tiene y tendrá en los próximos años implicancias significativas no solamente para el Reino Unido y para la Zona Euro, sino también para el resto de economías de todo el mundo.

Dada la relevancia del BREXIT, el presente artículo pretende comentar en forma resumida los antecedentes que llevaron al pueblo británico a tomar ésta decisión y

cuáles serían las principales consecuencias para la economía mundial, latinoamericana y dominicana.

La Unión Europea tiene sus orígenes en 1950 a través de la firma, por parte de algunos países europeos, de un tratado de integración para las industrias de carbón y acero². A partir de entonces la integración económica de Europa continuó avanzando hasta que en 1957 se firma el Tratado de Roma³ con el cual nace la Comunidad Económica Europea, cuyos objetivos son la creación de un mercado común entre sus países y la integración y coordinación de sus políticas económicas.

El Reino Unido ingresó a la Comunidad Económica Europea en 1973 y, desde 1987, es parte del Mercado Único Europeo que es un área de libre movilidad de personas, bienes,



CROWNE PLAZA

HOTELS & RESORTS



809.221.000
www.crowneplaza.com/santodomingo
santodomingo@ihg.com
Ave. George Washintong Nro. 218, P.O. Box 2890,
Santo Domingo, Rep. Dominicana



Holiday Inn



809.621.000
www.holidayinn.com/sdqdominicana
holidaystodomingo@ihg.com
Ave. Abraham Lincoln Nro. 856, P.O. Box 3164
Santo Domingo, Rep. Dominicana

servicios y capital. A pesar de lo anterior, el RU cuenta con ciertas cláusulas de exclusión que muestran que su integración, si bien importante, no ha sido total. Algunos ejemplos de éstas exclusiones son: 1. El Acuerdo Schengen (1985) permitió al RU algunos controles fronterizos y restricciones parciales a la libre circulación de ciudadanos europeos en territorio británico; y 2. El Tratado de Maastricht (1991) que acordó una moneda única, permitió al RU mantener su propia moneda, la libra esterlina.

En general, parte importante del pueblo británico ha mantenido a lo largo de los años una relación de escepticismo en torno a la Unión Europea, motivado principalmente por las siguientes percepciones⁴: 1) la UE erosiona la soberanía del RU; 2) la burocracia y regulaciones de la UE frenan el dinamismo económico del Reino Unido; 3) El RU ha perdido el control sobre su política exterior; 4) el aporte del RU al presupuesto de la UE es muy elevado; 5) altos niveles de inmigración al RU desde UE significan menores empleos y salarios más bajos para los ciudadanos británicos.

En ese contexto y en medio de un proceso electoral, el primer ministro David Cameron, cuya postura política favorecía la permanencia del RU en la UE, y como una forma de apaciguar las críticas de los sectores "anti UE" prometió en enero 2013 celebrar un referéndum para decidir la permanencia del RU dentro de la UE. Así, el 20 de Febrero de 2016, Cameron anunció el 23 de Junio de 2016 como la fecha para llevar a cabo dicho referéndum. Eventualmente el resultado del referéndum, contrario a la postura que el Primer Ministro apoyaba, lo dejaría sin apoyos políticos y lo obligaría a renunciar.

Ante el resultado del referéndum, el Fondo Monetario Internacional (FMI) redujo sus proyecciones de crecimiento para el RU pasando de 1.9% a 1.7% en 2016 y de 2.2% a 1.2% en 2017. Asimismo, para la economía mundial desde 3.2% hasta 3.1% en 2016 y desde 3.5% hasta 3.4% en 2017. Para la Zona Euro el crecimiento en 2016 se mantendría alrededor de 1.6%, y en 2017 se reduciría de 1.7% a 1.5%. Para Estados Unidos la reducción

en su crecimiento proyectado va desde un 2.4% hasta un 2.2% en 2016 y desde un 2.5% a 2.2% en 2017.

Además, luego de conocido el resultado del referendo se observó volatilidad en los mercados mundiales de capital y en los tipos de cambio. En este sentido, el día después del referendo la libra esterlina había perdido 10% de su valor. No obstante se prevé que éste período de volatilidad será relativamente corto. En el frente político, también habrá incertidumbre: cambios de funcionarios en el Gobierno Británico, elecciones generales anticipadas e incluso la independencia de Escocia es una posibilidad.



De acuerdo a los análisis del Banco Central Dominicano⁵, el BREXIT no afectaría significativamente a la economía dominicana principalmente porque los flujos comerciales entre Reino Unido y la República Dominicana son relativamente bajos⁶ y todos los acuerdos comerciales entre ambos países se mantienen vigentes hasta que los mismos sean renegociados durante el proceso de transición que se estima aproximadamente de 2 años.

No obstante lo anterior, el Dr. Federico Cuello, embajador de la República Dominicana en el Reino Unido plantea que los efectos del BREXIT en el país se podrían sentir en el mediano plazo debido a que el Reino Unido deberá renegociar sus acuerdos comerciales con la UE, lo que podría afectar el acceso de los productos dominicanos al mercado británico, sobre todo de los productos agrícolas en donde el Reino Unido es el principal mercado dentro de la Unión Europea⁷.

Por tal razón, las autoridades dominicanas y británicas trabajan desde ya en alternativas

de Acuerdos Comerciales que repliquen los términos que se tienen actualmente de forma tal que se minimicen posibles interrupciones al comercio bilateral⁸.

De forma similar al caso de República Dominicana, la forma en que el resto de países de Latinoamérica se verán afectados por el BREXIT depende rá en gran medida de la importancia que el comercio con el Reino Unido tiene para ellos en sus relaciones comerciales.

Por tal motivo, las autoridades de los países del área deberán ir generando esos acercamientos con las autoridades británicas, asegurando que los lazos del comercio y las inversiones entre nuestros países y el Reino Unido continúen creciendo en forma ininterrumpida. ■

1) Para 2015, de acuerdo a las estadísticas del Fondo Monetario Internacional (FMI) representó el 18% del PIB de la Zona Euro y el 4% del PIB de la economía mundial.

2) Los países fundadores de la Comunidad Europea del Carbón y del Acero fueron: Alemania Occidental, Francia, Bélgica, Italia, Luxemburgo y los Países Bajos

3) El Tratado de Roma (1957) fue firmado por Alemania, Bélgica, Francia, Italia, Luxemburgo y los Países Bajos.

4) Tomado del Comunicado del Banco Central de fecha 29 de junio de 2016. http://www.bancentral.gov.do/noticias/notas_bc/archivos/BREXIT2016060

5) Tomado del Comunicado del Banco Central de fecha 29 de junio de 2016. http://www.bancentral.gov.do/noticias/notas_bc/archivos/BREXIT20160629.pdf

6) Para 2015 las exportaciones de bienes hacia UK ascendieron a US\$169.8 millones (1.8% del total), las importaciones US\$149.7 millones (0.9% del total), en turismo US\$154 millones y 143 mil turistas (2.6% del total), las remesas US\$6.4 millones (0.2% del total) y US\$90.5 millones de IED (0.7% del total).

7) Cuello Camilo, Federico Alberto (2016). Diplomacy in times of Brexit. Revista Diplomata May/ June 2016.

8) <http://www.diariolibre.com/economia/camara-britanica-de-comercio-analiza-futuro-de-las-relaciones-entre-republica-dominicana-y-el-reino-unido-tras-el-brexit-YN4618515>

@Jlozanoayala

¡Conéctate con Gente de Éxito!



¡Anuncia con nosotros
Porque ¡la clave está en la diferenciación!

UNA PRODUCCIÓN DE

FACTOR DE ÉXITO

www.revistafactordeexito.com

 Revista Factor de Éxito
 @RevistaFDE
 @RevistaFactordeExito



La solvencia financiera

como elemento de análisis crediticio

Por Yesenia Carolina Díaz

Es muy fácil decir sí internamente y optar por ese crédito que según tú, requieres con urgencia, sin embargo, a veces debes gritar STOP y pensarlo un poco, ya que los créditos pueden convertirse en una gran enfermedad que te envuelve por completo... ¿No sabes qué hacer? Te presentamos consejos a evaluar al momento de tomar esta importante decisión...

Yesenia Carolina Díaz



Licenciada en Contaduría

Durante casi 20 años trabajando en instituciones financieras, he aprendido que no existen cantidades de dinero grandes ni pequeñas, porque la apreciación “mucho dinero” o “poco dinero” depende de la percepción de quien opina, y esta opinión es siempre subjetiva. Para quienes ejercemos el rol de asesores financieros, nuestro juicio se basa en términos relativos, es decir, que mucho o poco dependerá de lo que se pretende hacer con el dinero, dicho de manera práctica, no se puede expresar una opinión sobre la ganancia obtenida por una empresa en un periodo determinado, sin

tomar una referencia para comparar dicho resultado, como lo puede ser por ejemplo: la ganancia obtenida en los periodos anteriores o las ganancias obtenidas por otras empresas dedicadas a actividades del mismo ramo, o ambos, en el mejor de los casos.

Las Instituciones bancarias ejercen la función de intermediación financiera, captando recursos de entidades (personas o empresas) excedentarias que son colocados en otras entidades deficitarias (personas o empresas), obteniendo beneficios por el diferencial (llamado

TODOS A SAN JUAN



**RUTA DE LAS
AMERICAS**

SAN JUAN ♦ MIAMI ♦ NUEVA YORK

Ahora San Juan se conecta con el Caribe desde el Hub de Pawa Dominicana en Santo Domingo.

Antigua • Aruba • Caracas • Curaçao

La Habana • Puerto Príncipe • San Juan • Saint Marteen.

Volemos juntos.

www.pawadominicana.com

Call center +1 844 200 PAWA (7292)



Spread) cobrado por los fondos colocados bajo la figura de crédito menos el dinero pagado por concepto de intereses por los fondos captados de los clientes bajo la figura de depósitos.

Dado que las instituciones trabajan con recursos económicos de sus clientes, es de vital importancia estudiar acuciosamente a los sujetos a quienes se le otorgan los créditos en aras de garantizar el retorno de los fondos dados en préstamo, es allí, cuando el análisis financiero es protagonista, de este se desprenden muchos indicadores que sirven de guía para la toma de decisiones por parte de las personas que tienen la función de aprobar los créditos, dichas personas son investidas con autoridad para aprobar, diferir, o negar operaciones de crédito dentro de los límites autorizados por las instancias superiores de las instituciones financieras, y su nivel de efectividad se puede medir por la calidad de la cartera crediticia, específicamente en el índice de morosidad, que determina en términos porcentuales la proporción de créditos vencidos en relación a la cartera crediticia total.



Con el fin de evitar incrementos en la morosidad más allá de lo aceptado como normal (3% de la cartera crediticia total) por el sistema financiero, se adecuan constantemente las políticas de crédito, atendiendo a la dinámica económica, política y social del entorno, considerando todos aquellos factores que puedan tener impacto en la solvencia financiera de los clientes.

Entendiendo que solvencia significa: "Capacidad de cumplir los compromisos a corto plazo mediante pagos en efectivo en forma oportuna y completa", podemos extraer varios elementos, de los cuales resaltaremos: en forma oportuna, que implica en el tiempo convenido, y completa, lo que quiere decir la cantidad estipulada originalmente -no abonos parciales-. Este simple concepto supone complicaciones, para algunas personas cuando no saben administrar adecuadamente sus finanzas personales, saber cuál es su capacidad máxima de endeudamiento, conocer sus ingresos (cuando estos son variables) crear un presupuesto y respetarlo, priorizar sus necesidades y distinguir las necesidades reales de deseos innecesarios, son las claves para poder honrar sus compromisos, y crear un récord crediticio sano. Lo anterior aplica también para los líderes de empresas que basan sus decisiones en una serie de supuestos que pueden verse afectados por factores externos, por ejemplo:

La disminución en las ventas producto de aparición de competencia en el mercado.

La incapacidad de producir por falta de insumos.

Estas son solo algunas variables que pueden afectar el desenvolvimiento normal de una empresa, y por ende, su capacidad para generar ingresos, tal como lo sería para una persona la pérdida de su empleo, o sufrir algún evento o enfermedad que le impida cumplir con su trabajo para generar ingresos.

Por ello, las personas naturales siempre deberán auto-evaluar con cautela su capacidad de pago antes de incurrir en endeudamiento, e incluso saber considerar si el endeudamiento es necesario o productivo, es decir, no merece la pena, acceder a crédito si los fondos obtenidos no serán empleados en bienes necesarios, o que permitan o faciliten la producción de la renta, incluso en este caso se puede ser conservador.

En el caso de las empresas, tienen que tomar en cuenta que los fondos obtenidos a través de financiamiento externo deben ser siempre aplicados en bienes y servicios que contribuyan de manera significativa al desarrollo de la empresa y que impacten directamente en incremento de las ventas, optimización de procesos en búsqueda de eficiencia en la operación, mejoras tecnológicas, y hay que respetar el principio de apareamiento financiero que establece que el activo circulante debe financiarse con pasivo circulante y los activos de largo plazo deben financiarse con pasivo a largo plazo, para evitar comprometer la liquidez de la empresa afrontando cargas crediticias superiores a su capacidad por tener plazos de pago muy cortos para créditos de envergadura y plazos excesivamente largos cuando la recuperación de la inversión es producto de la venta de inventario o las cobranzas regulares, ya que, en este último caso incluso podría evitarse el financiamiento de terceros logrando una sincronización adecuada del ciclo de cuentas por cobrar con las cuentas por pagar.

Finalizando, el apalancamiento financiero, o crédito, es un mecanismo útil y necesario que usado de manera consciente y responsable conlleva al crecimiento patrimonial de personas y empresas, siempre que los recursos sean debidamente aplicados de forma productiva ■

Twitter: @constructivayc
e-mail: yeseniadiazl@gmail.com
Facebook: Yesenia Carolina Díaz



CENTRO PROFESIONAL
PUNTA CANA

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

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



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

-TERRAZA PARA EVENTOS
-ÁREA DE CAFETERIA

-SEGURIDAD 24/7
-VISTA PANORÁMICA

www.CENTROPROFESIONALPUNTACANA.com

- 📍 BLVD. 1 ERD DE NOVIEMBRE ESQUINA CALLE CAYENA, PUNTA CANA VILLAGE PROV. LA ALTAGRACIA, RD.
- ☎️ +1809-2848133 / +1809-9592714
- ✉️ VENTAS@CENTROPROFESIONALPUNTACANA.COM

- 📷 @CPPUNTACANA
- 📘 CENTROPROFESIONALPUNTACANA

POINS
ARQUITECTOS

DESARROLLADO POR

noriega
Group

¡El éxito ya está en ti, encuéntralo!

Por María Gabriela Mora de Bagnara

María Gabriela Mora



Coach Activa de la EEG
Gerente General del Centro
Odontológico Bagnara

¿Has pensado alguna vez la cantidad de tiempo que pierdes diariamente pensando en por qué tu vida no es como la de tu vecino?

O en las razones que permitieron que fulanita logrará emprender un negocio que tienes años tratando de arrancar...

Llegó el momento de que salgas de la vida de los demás y encuentres el éxito en la tuya...

¡Anímate!



CCSEVENTOS

SEGURIDAD & PRODUCCIÓN
DE EVENTOS

MONTAJE Y PRODUCCIÓN DE CUALQUIER TIPO DE EVENTOS

SONIDO, ILUMINACION PROFESIONAL Y EFECTOS ESPECIALES

PANTALLAS, TARIMAS Y ESTRUCTURAS TRUSS

ANIMACIÓN PARA EVENTOS

VÍDEO Y FOTOGRAFÍA PROFESIONAL

SHOWS DE DJ'S Y ARTISTAS NACIONAL E INTERNACIONALES

TRASLADO DE ARTISTAS, TRANSPORTE EJECUTIVO-CORPORATIVO

SEGURIDAD PARA EVENTOS

AV NUÑEZ DE CACERES #14
BELLA VISTA, SANTO DOMINGO
RNC: 1-31-38871-1

809-602-1142

 @Ccs_eventos

 CCS eventos

 ccs_eventos@hotmail.com

Veo el mundo y con asombro vienen a mi mente infinidad de preguntas, muchas de ellas sin respuestas. Preguntas con sentido para algunos, para otros tan solo interrogantes sin significado ni entendimiento. Por momentos, creo que es mejor que sea así y definitivamente para el ser humano quizás sería mucho más sencillo de esta manera.

¿Tener o no tener? Dinero, reconocimiento, prestigio, amor, bienestar... Disyuntiva que nos pone en aprietos emocionales en determinadas situaciones, frecuentemente nos cuestionamos qué quiero, qué tengo, por qué tan poco, si tan solo... Considero que lo más importante es cuál es el camino, cuál es la salida y cómo se puede lograr el objetivo.

Generalmente, solemos mirar lo que tiene el otro, cuestionamos incluso cómo lo logró, cómo lo obtuvo, hacemos juicios sin valor alguno, juzgamos a la ligera. Y me pregunto de nuevo, así soy realmente, no, así somos todos, o al menos la mayoría en algún momento lo fue. El daño que nos hacemos es invaluable y que pena vivir así, es darnos cuenta que los días se nos van viviendo otras vidas y persiguiendo sueños que al final no son los nuestros.

Hoy te invito a que vivas en paz y en plenitud. A que seas tú mismo, sin mirar a los lados y caer en banales comparaciones, que más allá de traerte un aprendizaje encontrarás un profundo vacío que no te dejará vivir. Identifica esas creencias y costumbres tóxicas arraigadas, que en el fondo hacen daño y aunque cueste, atrévete a romper paradigmas. Y si en el proceso notas dolor, ese dolor es parte del camino. Además, quién ha dicho que el cambio es fácil, para nadie lo es, tan solo permitirte vivir así. Te darás cuenta que al poco tiempo, ese pequeño gran paso será la mayor satisfacción de que has logrado algo con firmeza y empoderamiento.

Y ahora vamos más allá... Será que el tener o no tener, forma parte de alcanzar



el éxito, sin duda que sí, esa búsqueda permanente del "éxito" está fundamentada en ser tú. Aprender a identificar las fortalezas y puntos de mejora, en qué eres bueno y reconocerte como ser humano, es palpar objetivamente tus habilidades mentales, emocionales y encaminarlas al plano profesional asertivamente.

¡ESCUCHAR TU CORAZÓN Y PRESTARLE ATENCIÓN!

Para algunos, el éxito puede ser acumular una fortuna o ser un gran gerente. Para otros, el éxito podría ser encontrar el amor y tener una familia, puede ser recobrar la salud e incluso dedicar su vida a las luchas sociales. Todas estas visiones son correctas.

El éxito debe ser lo que verdaderamente te hace feliz, brinde paz y bienestar. Estableciendo nuestras propias metas y no la que otros fijan para nosotros.

Éxito es contar con el apoyo de personas que funjan como mentores, guías, ejemplos, esa energía extra que en algún punto necesitamos todos para avanzar. **Mentor es esa persona que eliges simplemente para que sea la luz que acompañe la tuya en el camino.**

Éxito es andar con cautela y prudencia, es caminar despacio valorando lo que tienes, anhelando lo que desees, pero con la precaución de obtenerlo con la sabiduría necesaria del momento.

Éxito es valorar y agradecer lo que por gracia te corresponde, es mirar al cielo y dar por hecho que mereces eso y más, para ello necesitas ser agradecido al universo en el cual hoy vives.

Éxito, es proyectarte de la mejor manera. Es mantenerte enfocado en la meta y perseguirla con tenacidad, sin poner en peligro tu esencia y sobre todo, ser coherente y congruente, pues, lo que sientes, piensas, dices y haces, debe ir en armonía con tu comportamiento diario. La coherencia ¡cómo nos salvaría de grandes problemas!

Por tanto, éxito es amanecer todos los días agradeciendo que respiras, que estás rodeado de cosas hermosas, que vives en un mundo donde lo tienes todo. La cuestión es, realmente te detienes y lo valoras, lo disfrutas, lo sientes. ¿Estás presente en tu presente? Si las respuestas a estas básicas y cortas interrogantes, son sí, puedes estar seguro que el éxito lo has conseguido, lo demás serán añadiduras de la vida para un vivir esplendido.

Finalmente,
éxito no es más,
que si mañana tienes
que partir, todo estará bien,
porque tú, hoy estás bien. ■

E-mail: mariagabrielamorar@hotmail.com

EN PAWA DOMINICANA TAMBIÉN TRANSPORTAMOS TU CARGA.

con servicio a nuestros destinos:

SANTO DOMINGO · ANTIGUA · ARUBA · CURAÇAO · LA HABANA · PUERTO PRÍNCIPE · SAN JUAN · ST.MAARTEN

PRÓXIMAMENTE MIAMI Y NUEVA YORK.



Contacta a nuestro Representante en Santo Domingo:

Las Américas Cargo, SRL Dirección: Aeropuerto Internacional de las Américas, terminal de carga, depósito No.7, Santo Domingo, República Dominicana. Email: sales@lasamericascargo.com. Tels. (809)- 549-0978, (809) 549-1415

Volemos Juntos





El cliente no siempre tiene la razón, pero es nuestra razón de ser

Por Guillermo Zambrano

Guillermo Antonio Zambrano



Administrador Comercial,
Especialista en Mercadeo
y Relaciones Laborales.

Muchos estudios demuestran que 7 de cada 10 clientes harían negocios nuevamente con las empresas que resuelven un problema a su favor, ganar-ganar no significa perder, es por ello esencial que la premisa como marca sea hacer y conservar clientes antes que concretar ventas, debido a que las experiencias de otros acerca de un servicio, hoy en día son más efectivas que la publicidad...

Hoy he querido escribir sobre este paradigma o máxima (como se dice en algunos lugares), bien sabemos que el cliente es ese elemento base y necesario para la existencia de la organización, es aquella persona que a cambio de un pago recibe servicios de alguien que se los presta por ese concepto u obtiene la propiedad de un bien por dicho motivo. Un cliente desea

ser atendido a la medida de la exigencia por quien presta la colaboración. Hay varios tipos de clientes, todos de acuerdo al tipo de compra o servicio que solicitan, además está expresar que sin un cliente insatisfecho no tendremos un producto necesario.

El cuidado de los clientes es más beneficioso que buscar nuevos, estrechar relaciones con los clientes

actuales va en función del desarrollo del negocio, se busca fidelizarlos y así acrecentar el funcionamiento de nuestra empresa. El flujo de dinero que recibe la empresa por la comercialización de sus productos está determinado por la fidelidad de sus clientes, en el momento que los mismos pierden la confianza en su empresa de referencia y cambian de empresa desplazan su flujo de dinero, poniendo en riesgo la estabilidad financiera y hasta la supervivencia de la empresa abandonada.

PRESENTO 3 INTERROGANTES:

1. ¿Quién determina los precios de venta de las empresas? Los clientes.

Debemos recordar que tenemos la herramienta del pricing como palanca para modificar los mismos.

2. ¿Quién determina los ingresos de las empresas? Los clientes. Ellos distribuyen su renta disponible (dinero en mano) para consumo entre las mejores opciones de suministro.

3. ¿Quién determina los beneficios de las empresas? Los clientes. Son libres de elegir lo que sea la mejor opción, decisión personal.

Construyendo sobre lo expresado hasta ahora, podemos indicar que la satisfacción del cliente es el resultado de la comparación que de forma inevitable se realiza entre las expectativas previas del cliente puestas en los productos y en los procesos e imagen de la empresa u organización, todo esto con respecto al valor percibido al finalizar la relación comercial, es decir, lo que espera recibir y lo que obtiene en su experiencia de uso o consumo. Por ello, tiene importancia fundamental conocer la opinión de los clientes, lo que permitirá luego establecer acciones de mejora en la organización.

Recordemos que el valor percibido del producto:



- Es determinado por el cliente, no por la empresa.

- Se basa en los resultados que el cliente obtiene con el producto o servicio (experiencia de uso o consumo).

- Se sustenta en las percepciones del cliente, y no necesariamente en la realidad.

- Sufre el impacto de las opiniones de otras personas que influyen en el cliente.

- Depende del estado de ánimo del cliente y de sus razonamientos.

Las expectativas, en cambio, están conformadas por las esperanzas que los clientes tienen por conseguir algo, y son producidas por el efecto de una o más de las siguientes situaciones:

- Promesas que hace la misma empresa acerca de los beneficios que brinda el producto o servicio.

- Experiencias de compras anteriores.

- Opiniones de amistades, familiares, conocidos y líderes de opinión (Por ejemplo: deportistas famosos).

- Promesas que ofrecen los competidores.

Ante los aspectos que dependen directamente de la empresa (variables intrínsecas), ésta se encuentra con el dilema de establecer el nivel correcto de expectativas, ya que las expectativas demasiado bajas no atraen suficientes clientes; pero las expectativas demasiado altas generan clientes decepcionados luego de la compra, pendiente con la expectativas creada.

Es importante destacar que la disminución en los índices de satisfacción del cliente no siempre está asociada a la disminución en la calidad de los productos, pues en muchos casos, es resultado de un aumento en las expectativas del cliente, algo atribuible a las actividades de marketing, se ofrece más de lo que puede cumplirse causando decepción.

Alcanzar la satisfacción de los clientes es uno de los factores críticos para toda organización que pretenda diferenciarse de sus competidores y obtener mejores resultados en el negocio.

Podemos concluir que la empresa debe mantenerse atenta y enfocada en:

1. Cumplir un servicio de calidad, que toda persona de la organización tenga la conciencia de crear una experiencia positiva para los clientes.

2. Conocer plenamente nuestro producto, de dicha forma lograr transmitir claramente conocimientos de interés para el cliente acerca de las características del propio producto generando o ganando la confianza del cliente.

3. Conocer a nuestro cliente, aprendiendo y conociendo todo lo que resulte posible acerca de los clientes, de



esta forma poder enfocar el producto a sus necesidades y requerimientos.

4. Siempre debe tratarse a las personas con respeto y cortesía, es fundamental que cada contacto con el cliente deje una impresión positiva, sin importar el medio utilizado (e-mail, teléfono, cara a cara, etc.).

5. No discutir con el cliente, claro está que el mismo no siempre tiene la razón, pero debemos orientarnos a recomponer la situación, no perderlo por temas de fallas comunicacionales. Muchos estudios demuestran que 7 de cada 10 clientes harían negocios nuevamente con las empresas que resuelven un problema a su favor, ganar – ganar no significa perder.

6. No hacer esperar a un cliente, no debemos jugar con su tiempo, los clientes buscan una rápida respuesta, por lo que es necesario tratar ágilmente las comunicaciones y la toma de decisiones, el tiempo es dinero.

7. Cumplir con lo prometido, no debe olvidarse que una falla de credibilidad genera pérdida de clientes. Si fuese inevitable incumplir, no debe solo pedir disculpas sino debe ofrecerse alguna compensación.

8. Aunque en ciertas ocasiones parezca que los clientes están mintiendo, siempre se les debe dar el beneficio de la duda y asumir que los clientes dicen la verdad, estamos generando relación ganar – ganar.

9. La organización y la gente debe enfocarse en hacer clientes antes que ventas, tener claro que mantener un

cliente es más importante que cerrar una venta, esto debido a que se ha comprobado que cuesta seis veces más generar un cliente nuevo que mantener a los existentes.

10. Por último pero no menos importante, debe asegurarse que la compra debe ser fácil, que sea sencilla y sin complicación alguna, para los clientes la experiencia de compra en el punto de venta, página web, catálogo o cualquier otro medio, debe ser lo más fácil posible, y debe ayudar a los clientes a encontrar lo que estás buscando, que se sientan cómodos y que quieran hacerlo nuevamente.



Para finalizar, debo recordarle mi querido lector que en los últimos 60 años el marketing se ha movido del producto (marketing 1.0) al consumidor (marketing 2.0). Ahora bien, hoy día la dirección es clara: marketing 3.0 significa que la empresa no se concentra ya en el consumidor, sino en la persona. El marketing del futuro significa que la responsabilidad corporativa se convierte en el polo opuesto de la rentabilidad. Las

personas no deben ser vistas solo como consumidores, pues son personas completas con espíritu y sentimientos (sienten y padecen), que quieren que el mundo se haga mejor. El ser humano desea que los productos y los servicios que eligen les llenen plenamente, no solo funcional y emocionalmente, sino a nivel espiritual, del alma, moral (integralidad del ser). Internet aporta un papel esencial a todo esto, la conectividad, el bloggear y twittear (sin menciona otras redes sociales), señalan que cada vez más los clientes se expresan libremente sobre las empresas creando matrices de opinión y foros de consulta. Lo que hace que la efectividad de la publicidad sobre el comportamiento de compra esté disminuyendo pues las experiencias de otros consumidores son naturalmente más creíbles que la publicidad por la vivencia y conectividad entre la masa.

Como podrás ver, el cliente es el centro y ese centro se ha hecho complejo, no sabemos si por aprendizaje o por vivencias, lo que si podemos aseverar es que sin cliente no hay producto y por ende empresa, así que antes de actuar revísate y revisa la situación y no pierdas clientes, refuerza la relación con los actuales y busca nuevos, ellos lo sabrán agradecer y créeme que tú también. ■

guillermo_zambrano@hotmail.com
Twitter: @guigapapa

creación de logos
diseño gráfico **marca**
artes finales impresos
afiches **campañas**
libros edición de revistas
folletos community manager multimedia
empaques etiquetas negocios
internet comunicación
manejo de redes sociales
Creatividad mercadeo
páginas web **venta**
catálogos digitales
publicidad



FACTOR DE EXITO

REPÚBLICA DOMINICANA

www.factordeexito.com.do



El éxito de



Por Daniel Díaz

Últimamente has escuchado a tu alrededor con frecuencia la frase: ¡Atrapé a un Pokémon!... Si eres de quienes le sigue la pista a este juego, o al contrario, nunca has decidido saber al respecto, te presentamos excelentes datos de lo que esta revolución está generando en el mundo real... ¡Justo a tu lado!



Daniel Díaz



Ingeniero en Información

Personas que caminan por el mundo, más atentos a sus celulares que a sus vidas, he aquí cifras y explicaciones, para fanáticos y detractores.

¿Qué es Pokémon? hace más de 25 años se trataba de una idea, que hoy en día es una gran franquicia con casi 40 videojuegos, mercancía y juguetes de todo tipo, casi 20 películas para cine, y una serie animada para TV de aproximadamente mil capítulos. Todo sobre la base de añadir lentamente novedades, personajes y elementos a una aventura que ha variado poco desde sus inicios, a tal punto que ya se habla de un universo Pokémon.

Entonces, los Pokémon son criaturas ficticias, similares a animales, sólo que algunos representan plantas, semillas, aparatos, minerales, objetos y otros. Estas criaturas habitan el mundo de forma salvaje, pero pueden ser confrontadas, atrapadas, entrenadas y de alguna manera domesticadas por aquellos que luego serán sus entrenadores, representados por un personaje niño/adolescente controlado por el usuario en el caso de los videojuegos.

Cada entrenador Pokémon emprende una aventura que inicia con un viaje, lejos de su familia y su hogar, acompañado por un par de amigos con la misión de aprender y conocer más sobre estas criaturas. Para ello colabora con algún experto, que le asigna su primer Pokémon y algunas herramientas para la misión. El reto incluye coleccionar y hacer crecer o evolucionar la mayor cantidad de especies posibles y librar con ellos batallas (peleas basadas en habilidades, cuya violencia se considera apta para niños) con otros Pokémon.

El nombre Pokémon se deriva de "Pocket Monsters" y hace referencia a que los mismos se pueden llevar en el bolsillo. Y es que para atrapar un Pokémon se debe arrojar a él una esfera pequeña o "pokébola" que tiene la capacidad de absorber digamos, un rinoceronte y convertirlo al tamaño y peso de una bola de ping-pong. La probabilidad de capturar un Pokémon salvaje se incrementa cuando durante una batalla este se encuentra debilitado, pero no ha sido derrotado. Sin embargo, para enfrentarlo en batalla primero

debemos: encontrarlo. Dicho esto, se trata entonces de un juego de roles que tiene 20 años siendo parte de la cultura mundial. Y a pesar de sus muchos aspectos positivos, como todo videojuego recibe una gran crítica: los usuarios son “sumergidos” en este mundo virtual de aventuras, mientras permanecen inmóviles en sus asientos en el mundo real. Es aquí donde se inicia la revolución que tiene ahora a millones de adultos nostálgicos inmersos en sus móviles, pero en el mundo real.

Más de 175 millones de videojuegos vendidos en sus primeros 10 años, financiaron la investigación y desarrollo que se tradujo en mejores y nuevas versiones del juego. Hace 5 años comenzaron los acuerdos para desarrollar la primera versión para teléfonos inteligentes de la popular franquicia. El juego es de descarga y uso gratuito como muchos en el ámbito de redes móviles, pero no en el mundo de los videojuegos. Se usa la realidad aumentada que mezcla el GPS para ubicar al usuario, la cámara para captar el mundo real y los datos y mapas de Google para incluir en el mundo real los elementos virtuales.



¿Es rentable entonces pasar de 175 millones de unidades vendidas en sus primeros 10 años a un número similar de descargas gratuitas en un mes? ¡Por supuesto! Esta aplicación ha sido más descargada que twitter, Snapchat y Tinder, y las búsquedas de “pokémon go” en google superaron durante su inicio al líder indiscutido de todos los tiempos. Los usuarios que han descargado la aplicación pasan más tiempo en ella que en Whatsapp y Facebook juntos. Ahora bien, cómo se hace dinero con un juego gratuito.

Las compras integradas en el juego permiten usar dinero real para adquirir elementos virtuales que te ayudan con los objetivos del juego. Y sólo en iOS las ventas alcanzan 1.6 millones de dólares diarios. Se estima que Apple ganaría comisiones por 3 mil millones de dólares a lo largo de dos años. Las operadoras de telefonía también ganan al incrementarse el consumo de datos. En dos semanas (entre el 6 y el 18 de julio) Nintendo pasó de cotizarse en la bolsa de 19 a casi 40 mil millones de dólares. Niantic, filial de Google (y responsable de los mapas) comparte ese éxito. Game freak y Creatures Inc reciben también un décimo del pastel cada una.

Para explorar otras formas de ganancias, volvamos a la mecánica del juego. Para reunir Pokémon debes salir al mundo, los lugares turísticos y populares han sido estratégicamente agregados a la base de datos del juego para ubicar en ellos algunos elementos importantes. Y es que no se trata sólo de criaturas, también hay gimnasios virtuales y paradas donde pueden reunirse los usuarios para que sus mascotas virtuales aprendan, batallen y descansen. Esto también atrae gran número de clientes que tienen necesidades reales.

La filial japonesa de “Mc Donalds” ha sido la primera empresa en firmar un acuerdo para convertir casi 3000 de sus locales en “pokeparadas” por lo que su tráfico de clientes se incrementó cerca de 10 % y sus ventas en un 25% interanual además de un incremento cercano al 10 % del valor de sus acciones. En otros países se restringe el uso de este tipo de acuerdos en beneficio del turismo y el comercio local, pero en contra de las estrategias para favorecer corporaciones trasnacionales. En pocos lugares como en Corea del Norte hasta el google maps se encuentra restringido.

Otras empresas que han subido sus ventas son las de baterías portátiles adicionales para móviles. Comercios locales están jugando el juego y compran con ellos poke-señuelos, atrayendo hacia sus negocios criaturas que a su vez atraen clientes potenciales. También existe un formulario para solicitar oficialmente

la inclusión, modificación o exclusión de pokeparadas en lugares de propiedad privada o en los que los intereses son contrarios a la diversión tecnológica.

Pokémon Go ha roto récords en varios de los casi cien países en los que se encuentra disponible a la fecha. En 70 de ellos simultáneamente fue la aplicación más descargada comparada con otras aplicaciones en su mes de lanzamiento. En 55 de estos países también tiene el registro de mayores ventas. Las descargas oficiales por países se planificaron para hacerse de acuerdo a cronogramas a fin de prevenir la saturación de los servidores. Sin embargo, las descargas extraoficiales y el exceso de usuarios lograron colapsar en dos oportunidades los sistemas.

Ahora bien, además de los beneficios que aporta a la salud el salir a caminar, y el entretenimiento, la reducción del estrés típico de los juegos, el aprendizaje de nuevas tecnologías y el desarrollo de la imaginación, la promoción de la interacción social, algunos usuarios ya tienen en mente comerciar sus mejores pokémon al cambiarlos por dinero real con “amigos” que prefieren los atajos. La misma empresa todavía no ha liberado a las estrellas de sus juegos, los pokémon más raros o legendarios, reservándolos para eventos especiales.

Los motivos personales por los que cada persona dedica horas diarias a un desarrollo virtual son muy variados, pero para los pocos que dedicaron años enteros de sus vidas a trabajar en estos proyectos y que ahora recogen los frutos en forma de ganancias millonarias está más que claro.

Hay controversia por quienes no comprenden este fenómeno, sin embargo, ignorar tiene dos acepciones: No saber y no prestar atención. Con tantas personas involucradas no es recomendable ninguna de las dos. ■

e-mail: ingdiazdaniel@gmail.com

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

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



ANJE celebró con éxito XV Torneo de Golf Clásico

La Asociación Nacional de Jóvenes Empresarios (ANJE) celebró exitosamente por decimoquinta ocasión su Torneo de Golf Clásico, el cual tuvo lugar en el exclusivo Campo de Golf La Cana, en Punta Cana, el pasado mes de agosto.

La bienvenida estuvo a cargo del señor Osvaldo Oller Bolaños, Presidente de ANJE, quien agradeció el apoyo de las empresas patrocinadoras y resaltó que “ANJE realiza esta gran iniciativa para brindar la oportunidad a los miembros y relacionados de la institución de estrechar o iniciar lazos de negocios, y a la vez, ganar numerosos premios, cortesía de las empresas patrocinadoras del evento.”

Oller Bolaños destacó que esta decimoquinta versión del Torneo de Golf fue bajo la modalidad “Scramble” y contó con la participación de 112 jugadores en tres categorías diferentes: A, B y C, con un hándicap de 25%, quienes disfrutaron de numerosos espacios con productos y bebidas patrocinadoras, ubicados en los Campos de Golf La Cana y Tortuga de Punta Cana.

El evento brindó la oportunidad a los participantes y ganadores del torneo de llevarse a sus hogares numerosos premios y regalos ofrecidos por distintos patrocinadores del evento, entre ellos: cruceros, boletos aéreos, equipos electrónicos, fines de semanas en hoteles del interior y exterior del país, certificados de regalos, cenas en exclusivos restaurantes del país, entre otros. ■





{ANJE celebró con éxito XV Torneo de Golf Clásico}



Empresariales VIP

ASOVERD

ASOCIACIÓN DE VENEZOLANOS EN REPÚBLICA DOMINICANA

realizó su presentación oficial

Con el marco legal listo y muchas ganas de trabajar, el pasado mes de Julio la Asociación de Venezolanos en República Dominicana, ASOVERD, realizó su lanzamiento oficial en el Piso 5 de Blue Mall, contando con la presencia de más de 300 personas.

El Presidente de ASOVERD Román Briceño y el Vicepresidente Carlos García destacaron que este es el comienzo de una nueva etapa de consolidación y éxito para todos los venezolanos que hacen vida en República Dominicana, como también para todos los hermanos dominicanos, quienes les han recibido con ese calor humano que los caracteriza, haciéndolos sentir en casa.

La asociación cuenta con el respaldo de importantes empresas de inversión venezolana y dominicana, siendo sus aliados en esta oportunidad: Blue Mall, Grupo Custom, Tintorelli Films, Revista Factor de Éxito, Turaser, VAK Group, Victor Angel Karo, Bancamerica, Alimentos Ponlebu, Grupo del Caribe (Mecanica del Caribe y Súper Piezas del Caribe), Escuela Europea de Gerencia, Grupo General de Seguros, Rapidfarma, Ladca Consulting Group, Banesco, Eventors, Harry Heinsen, Chemistry, DMB Seguros, Zone Guard, Tamara Caribbean y Clinica Elohim.

Esta productiva iniciativa nace con la intención de favorecer las relaciones de negocios, comerciales, culturales y personales de los venezolanos y su adecuada interacción e integración con la cultura dominicana. Teniendo como visión "Ser el grupo referencial de los venezolanos en el exterior, que permita posicionar la imagen del venezolano como un ente de desarrollo sustentable a través de la participación en la educación, crecimiento e intercambio personal, cultural y profesional en la Republica Dominicana", y como misión "Desarrollar y ejecutar estrategias con actividades que promuevan el intercambio social, cultural, comercial y deportivo entre los miembros de la asociación y la comunidad dominicana para la integración de ambas culturas"

ASOVERD hace extensiva la invitación a los venezolanos, a los hermanos dominicanos y a todas las personas que deseen participar de manera desinteresada en el desarrollo de la República Dominicana y sus habitantes, a formar parte de la asociación, para seguir contribuyendo de forma mancomunada con el desarrollo sostenible de esta tierra de progreso que los alberga, resaltando el gentilicio de las raíces venezolanas, y trabajando aunadamente en el beneficio colectivo, bajo el slogan "Juntos somos más fuertes". ■





Coaching:

¿Moda? ¿Tendencia? o ¿Metodología?

Por Mariana Pérez

Mariana Pérez



Psicólogo - Master Coach

El coaching se ha convertido en un producto muy bien vendido en los últimos tiempos, a tal punto que muchos afirman que todo se soluciona con coaching... Sin embargo, estás claro de qué significa y hasta dónde te permite llegar...

¡Te presentamos las mentiras y realidades del concepto coaching!

Muchas son las modas que nos influncian a diario. Y el ámbito laboral, con su búsqueda permanente y necesaria de nuevas tendencias, no escapa a ellas. Una de esas tendencias que ciertamente está de "moda" en el mundo organizacional y de las empresas es el "coaching". Todo el mundo habla de él, y su presencia tanto en medios masivos de comunicación como en eventos y congresos empresariales, es notable. Sin embargo, todavía persiste una gran confusión acerca de lo que realmente es y no es el coaching. Aprovechemos entonces este espacio para ayudar a aclarar las principales dudas sobre esta herramienta tan valiosa para el provecho de los equipos de trabajo en nuestras instituciones.

Comencemos diciendo que NO ES COACHING. El coaching no es psicoterapia. En primer lugar, para hacer psicoterapia requerimos de una formación profesional universitaria, que está circunscrita a los psicólogos y psiquiatras. Desde el coaching no se trabajan patologías, problemas emocionales, fobias o adicciones. En coaching trabajamos con personas psicológicamente normales, que poseen los recursos necesarios para hacerse cargo de una situación particular, pero que no lo han logrado porque no se han dado cuenta cómo hacerlo.

El coaching tampoco es consultoría. El consultor es un experto en un área determinada, que realiza análisis específicos para dar respuestas que necesita la organización para resolver un problema, y aconseja basado en su experiencia personal y profesional.

El coaching no son cursos de auto ayuda personal. El coaching requiere del acompañamiento de un coach para que logremos nuestras metas personales y laborales.

Una vez que hemos aclarado qué no es, veamos ahora que SÍ ES COACHING. Se trata de una metodología novedosa y científica de trabajo que tiene como finalidad lograr el máximo desarrollo personal y profesional

de las personas, a través de un proceso de aprendizaje que promueve y genera cambios conductuales, emocionales y de actitud, los cuales le permitirán mejorar sus niveles de rendimiento y desempeño.

Cuando hacemos "coaching", necesitamos de un "coach". Éste es el profesional que acompaña al cliente y que utilizando una metodología definida y ampliamente probada, la cual incluye conceptos, estructura y procesos específicos, contribuye a que ese otro -la persona- logre llegar a sus propias conclusiones y soluciones. Es el coach quien a través de preguntas y acompañamiento despierta el proceso de "darse cuenta" en su cliente, lo cual le permite a éste último obtener resultados diferentes. En otras palabras, el coaching es una herramienta de demostrada eficacia para ayudar a las personas a poner en acción todo su potencial, y como consecuencia mejorar sustancialmente sus niveles de rendimiento.

¿Para qué me serviría el coaching en mi empresa?

Ahora bien, teniendo claro lo que es el coaching y para qué sirve, vale preguntarnos por qué sería necesario y para qué sería útil un coach en mi organización. Lo primero que tenemos que recordar es que una organización es lo que sus personas son. Si asumimos que las personas que conforman una empresa son su mayor capital, entenderíamos que en la medida que ellas aprendan a escuchar, sepan abrir conversaciones efectivas, puedan darse cuenta de su potencial y modifiquen su conducta en la dirección deseada, esa misma organización tendrá mayores posibilidades de ser cada vez más efectiva y exitosa.

La primera tarea de un coach en la organización es detectar cuáles son las necesidades y objetivos que se quieren alcanzar, para diseñar a partir de allí una propuesta específica con la metodología y herramientas necesarias, e implementar así un programa de coaching diseñado sobre esta base. Un programa de coaching en la empresa puede llevarse a cabo, dependiendo de las necesidades, tanto a nivel individual como en

equipos y por grupos.

¿Qué productos concretos podemos obtener al implementar un programa de coaching en mi organización?

- Potenciar las competencias de liderazgo en los directivos.
- Resolver problemas internos o externos a la empresa que estén afectando el rendimiento y la eficacia de los trabajadores
- Aumentar la motivación de las personas.
- Mejorar la calidad del trabajo.
- Conseguir que las personas sean más empáticas y asertivas, mejorando así el clima laboral.
- Mejorar la visión estratégica en la empresa.
- Conseguir que las personas y los equipos estén alineados con los objetivos empresariales.
- Lograr que las personas se adapten a los cambios de manera eficiente y eficaz.
- Aumentar el compromiso y la identificación de los trabajadores con la empresa.
- Mejorar la comunicación entre los trabajadores, basados en la escucha y en el desarrollo de conversaciones más efectivas.
- Potenciar las habilidades y destrezas de los trabajadores
- Generar confianza como una herramienta necesaria para el desarrollo de los objetivos de la organización.
- Generar responsabilidad y compromiso en el cumplimiento de las promesas.

En síntesis,
el coaching es una herramienta dirigida al capital humano de la organización, que demostrada y eficazmente contribuye a su desarrollo personal y profesional, lo cual necesariamente se revierte en la conformación de una empresa exitosa y productiva, más humana, más efectiva y mejor adaptada a los requerimientos y competitividad del mundo actual.

marianaperezo@gmail.com

Una receta de Éxito

En esta edición tenemos el placer de contar con una receta de Inés Paéz Nin, reconocida como la Chef Tita, quien es catalogada como la embajadora de la nueva cocina dominicana ante el mundo, por ser la primera chef dominicana en enfocar su línea de cocina al rescate del patrimonio gastronómico dominicano y de las recetas ancestrales del país.

12 años de investigación de las raíces gastronómicas del país le permiten hoy realizar una alta cocina dominicana con sello de autor.

Inés Paéz Nin



Chef

Pechugas rellenas de plátano maduro y chicharrón

empanizadas en gofio con salsa de berries producidos en Jarabacoa

Ingredientes:

2 pechugas de pollo fileteadas y salpimentadas.
1 plátano maduro frito.
½ taza de chicharrón de cerdo.
1 taza de gofio.
1 taza de harina de pan rayado.

Para la salsa:

1 taza de jugo de berries mixtos.
½ taza de vino tinto.
½ taza de azúcar.
Sal.

Preparación:

Mezclar el plátano maduro con el chicharrón y rellenar la pechuga, bridar y empanizar con la mezcla de harina de pan rallado y gofio; aparte poner todos los ingredientes de la salsa y dejar reducir, hornear la pechuga y servirlo con la salsa.

@lacheftita

BUSINESS GUIDE



CENTRO ODONTOLÓGICO
BAGNARA_{RD}



La sonrisa, es la puerta del alma!

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

🌐 www.centroodontologicobagnara.com

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

Carlos Marranzini & Asociados



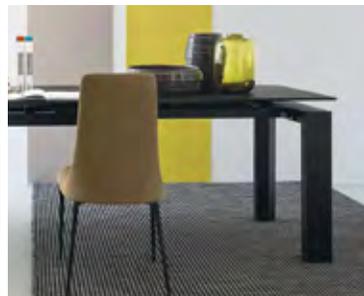
Pavimentación - Edificación - Acabados
Supervisión - Diseño - Construcción
Planificación - Demoliciones - Remodelación
Administración - Proyectos

Av. George Washington N° 77, Coplan Plaza, Santo Domingo.

☎ (809) 530.98.13 ✉ cama1959@gmail.com

calligaris

Muebles 100% Italianos



Calle Porfirio Herrera #15, Piantini. Santo Domingo

☎ 809-732-6172 / 809-540-3848

🌐 www.calligaris.com.do 📱 @CalligarisRD 📺 Calligaris RD

Equipo de profesionales
dedicados al crecimiento y
desarrollo de nuestros clientes



**Productos
y soluciones**

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

✉ info@mabintconsulting.com 🌐 www.mabintconsulting.com ☎ 809-353-3813

¿Y tú, ya tienes tu catálogo digital?



FACTOR DE EXITO



¡Si aún no lo tienes,
nosotros lo hacemos para ti,
y potenciarás tu marca
alcanzando un nuevo **NIVEL!**

▶▶▶ Adaptable a PC
y dispositivos móviles

▶▶▶ Disponibilidad Online
y Offline

Llama ya al: 829-340-5724
o escribe a: factordeexitord@gmail.com

Escanea este QR
y visualiza nuestro
catálogo digital



Compártelo por correo electrónico,
WhatsApp o redes sociales y genera mayor
desempeño de marketing
y meta de ventas.

VUELA CON GENTE QUE HABLA TU IDIOMA Y CONECTA DESDE SANTO DOMINGO CON EL CARIBE.



UNA HORA DE CONEXIÓN
EN SANTO DOMINGO
HACIA: ANTIGUA, ARUBA,
CARACAS, CURACAO,
LA HABANA,
PUERTO PRÍNCIPE,
SAN JUAN, ST. MAARTEN
Y AHORA MIAMI.

www.pawadominicana.com

Volemós Juntos





*“Llevando el orgullo
de nuestra tierra
al corazón de tu mesa”*



@pollocibao
www.pollocibao.com

CORPORACION AVICOLA DEL CARIBE, LTD.
ZONA INDUSTRIAL DE MARAÑON
SANTO DOMINGO NORTE, REP. DOM.
809.590.7076 / 809.701.1233