

infocámara



Publicación Trimestral • Año 12 - Número 53 • Octubre - Diciembre 2013

A Newton's cradle with five silver spheres. The spheres are arranged in a line, and the one on the right is in motion, having just struck or about to strike the others. The spheres are highly reflective, showing a blue-tinted reflection of a group of people in a meeting or office setting. The background is dark, and the lighting is dramatic, highlighting the metallic surfaces of the spheres and the silhouettes of the people.

REFLEXIONES SOBRE EL
CÓDIGO DE TRABAJO



CEMENTOS
CIBAO
"EL CEMENTO PREMIUM DOMINICANO"



www.cementoscibao.com

XIII Concurso Fotográfico Expo Cibao 2012

Foto Ganadora Tercer Lugar - " LA REINA SOY YO "

Autor: Raymond Marrero

Laureado artista del lente nacido en Santiago, República Dominicana, en 1966 y cuya pasión por la fotografía viene como resultado de su curiosidad por el arte desde hace más de un cuarto de siglo. En 1985 ingresó a la escuela de Bellas Artes de Santiago, donde estudió música y teatro. Pero, su incursión en el arte fotográfico viene como consecuencia de sus trabajos en fotografía comercial, la cual abrazó como su "modus vivendi" en 1996.

Marrero es integrante del Grupo Fotográfico de Santiago (GRUFOS) y ha participado militantemente en la exhibición de los trabajos del conjunto, presentando sus obras en más de 30 exposiciones colectivas. Además tiene en su haber cinco muestras individuales dentro y fuera del país. Su portafolio artístico ha sido apreciado en Alemania, Bulgaria, Cuba, Turquía y Venezuela, recibiendo un tratamiento favorable por parte de los críticos de arte.

Raymond ha recibido varios premios de fotografía y en el 2005 fue uno de los artistas seleccionados para la Bienal Nacional de Artes Visuales.



Revista No. 53 • Año 12
Octubre - Diciembre 2013
Publicación Trimestral

Director Ejecutivo
Fernando Puig

Coordinadora
Carla Fernández

Diagramación
ocho_ochenta design

Impresión
Wikiprint

Asesor
Raymundo Víctor

Infocámara
Es una publicación de la Cámara de Comercio
y Producción de Santiago, Inc.

Cámara de Comercio
Av. Las Carreras # 7, Edificio Empresarial,
Santiago, República Dominicana
Apartado Postal 44

Tel.: 809. 582. 2856

Fax: 809. 241. 4546

Email: secretaria@camarasantiago.com

Web: <http://www.camarasantiago.com>

Web: <http://www.expocibao.com>



CamaraDeComercioYProduccionDeSantiagoInc



@camarasantiago.com

Inscrita en el Ministerio del Interior
y Policía bajo el No. 7380

CONTENIDO

- 05 Editorial: Cierre de Año
- 06 Actividades del Trimestre
- 10 Asesoría: Más allá de la profesionalidad
- 14 Actualidad: Lo de adentro no es lo único que cuenta
- 18 Actualidad: Reflexiones sobre el Código de Trabajo
- 24 Asesoría: Importancia de la comunicación interna
- 28 Actualidad: Herramientas para impulsar las exportaciones
- 32 Actualidad: La estrategia de guerra corporativa de las multinacionales contra las PYMES Dominicanas
- 33 Ferias Nacionales e Internacionales
- 34 Nuevos Socios y Socios Hablan

CIERRE DE AÑO

Es época de felicitaciones, propósitos y brindis...

El 2014 nos recibirá en medio de un turbulento escenario fruto de conflictos generados por una sentencia emitida por el Tribunal Constitucional relativa a los derechos de los inmigrantes en tránsito o ilegales; la implementación de mejoras al sector educativo; el endeudamiento constante por déficit público y préstamos externos; los altos niveles de inseguridad ciudadana y delicados asomos de inseguridad jurídica; la implementación de impresoras fiscales y la existencia de un amplio consenso de que tenemos aumentar la producción y las exportaciones para sostener una economía que ha crecido en base a financiamientos, importaciones, e inversión extranjera, en desmedro de la producción nacional.

Ahora bien como herramienta principal de corto plazo para promover el desarrollo y orientar la actividad económica, ¿qué podemos observar en el Proyecto de Ley General de Presupuesto General del Estado 2014, instrumento de finanzas públicas que ha sido recientemente aprobado y promulgado por un monto de 613,136 millones de pesos?

Los supuestos macroeconómicos que sustentan la Ley 155-13 son: un crecimiento real del PIB de 4.5% y 9.2% en valor nominal, una inflación de 4.5%, un tipo de cambio promedio de RD\$44.40 por dólar y un precio promedio del barril de petróleo de US\$101.30. Se plantea además, un déficit fiscal de 2.8% del PBI, equivalente a RD\$77,709.0 millones, que se financiará con nuevos préstamos.

En cuanto al gasto consignado en el presupuesto, se contempla emplear el 4.0% del PIB para la educación pre-universitaria, que equivale a un 17.8% del presupuesto de la nación; transferencias totales a la CDEEE por valor de RD\$53,080.2 millones (casi 1,200 millones de dólares), equivalentes a un 8.7% del presupuesto; y 2.6% del PIB para el pago de intereses de la deuda pública, incluyendo el 0.7% al Banco Central.

La estimación de ingresos fiscales considerada en el Presupuesto General del Estado para el 2014 no contempla modificaciones en el régimen tributario ni en la administración y cobro de los impuestos. Tampoco se basa en la aprobación de legislaciones que prevean nuevos incentivos tributarios. Sin embargo, prevé la aplicación de varias figuras recaudadoras que fueron aprobadas en la última reforma fiscal mediante la Ley 253-12, las cuales fueron pospuestas para el año 2014 por diversas razones, entre las que se encuentran: aumento al 11% del ITBIS para ciertos bienes primarios; incremento del Impuesto Selectivo al Consumo específico aplicado a productos del alcohol y afines; aplicación del impuesto que grava la externalidad negativa causada por la emisión de gases de carbón de vehículos; aplicación de la normativa de precios de transferencia; aplicación del impuesto de RD\$12,000 anual cobrado a los establecimientos de venta al por menor de mercancías, con compras superiores a RD\$50,000 al mes. Además la Ley de Presupuesto prevé otras medidas para incrementar los ingresos no tributarios.

Nos queda esperar que los supuestos económicos se cumplan para que la estabilidad macroeconómica prevalezca. Pero, sobre todo, esperamos que el accionar político esté acompañado de una administración transparente, de una aplicación de justicia que nos reencauce por senderos de reglas y autoridad, donde desaparezca la miopía de los administradores de justicia y hacedores de leyes.

En definitiva, algunos sectores vienen arriesgando todo el potencial futuro, por un efímero presente. Ojalá estos sectores puedan ver algo más allá de la curva y construir un ambiente caracterizado por la productividad y el ganar-ganar para todos.

VIGÉSIMO SEXTA VERSIÓN EXPO-CIBAO SUPERA EXPECTATIVAS



Con el lema “Por la integración y el desarrollo de la región” la Cámara de Comercio y Producción de Santiago montó en el Complejo Deportivo La Barranquita la vigésimo sexta versión de Expo-Cibao. En el acto inaugural estuvo presente la vicepresidenta de la República, Margarita Cedeño de Fernández, así como empresarios, autoridades civiles, militares, policiales.

En esta oportunidad alrededor de 200 empresas criollas y extranjeras ofertaron sus productos en aproximadamente 350 módulos diseminados por los diferentes pabellones que conforman el complejo deportivo, generando operaciones por un valor de 200 millones de pesos.

Además, durante cinco días unas 150 mil personas visitaron el espacio ferial, recibiendo explicación sobre servicios y ofertas comerciales. Igualmente los asistentes a Expo-Cibao tuvieron acceso a diversas actividades culturales y a la presentación de agrupaciones artísticas en el “Santiago Fest”.

SEGUNDO FORO EMPRESARIAL EXPO CIBAO



Como parte de las actividades de Expo-Cibao y previo a la inauguración de la feria, se desarrolló el segundo Foro Empresarial, en el Centro Cultural Eduardo León Jimenes. El foro contó con la participación de conferencistas nacionales e internacionales, que abordaron temas empresariales y vinculados al lema de la feria. También se presentaron exposiciones, charlas y discusiones en torno a la producción nacional y la economía.

Ignacio Méndez, viceministro de Industria y Comercio para PYMES abordó temas sobre el presente y futuro de las PYMES. Ernesto Selman, del Centro Regional de Estrategias Económicas Sostenibles (CREES) disertó en el contexto de los mercados internacionales. El Centro de Exportación e Inversión (CEI-RD), expuso sobre el rol de la inversión extranjera en la economía dominicana.

En el Foro también se presentó el panel “Encontrando mercados internacionales para nuestros productos, requisitos, experiencias, expectativas”. En la discusión participaron Escipión Oliveira, director de Caribbean Export; Katrina Naut, directora de DICOEX; y representantes de las Antillas Francesas, de la Cámara de Comercio de Cuba y de la Cámara de Comercio Europea en las islas Trinidad y Tobago (EurochamTT), así como de JAMPRO (Trade and Invest Jamaica) y del sector de empaques y logística, del CEI-RD.

RUEDA DE NEGOCIOS EXPO CIBAO 2013

Un total de 37 misiones extranjeras estuvieron presentes en la rueda de negocios organizada por nuestra Cámara, como parte del programa de actividades de Expo-Cibao 2013. Las interacciones comerciales contaron con la presencia de 22 compradores y 45 suplidores nacionales. Las delegaciones participantes en las citas de negocios se desplazaron desde nueve países: Bahamas, Colombia, Cuba, Francia, Granada, Haití, Jamaica, Santa Lucía y Trinidad y Tobago.

Este importante segmento dentro de la feria ha sido posible, por segundo año consecutivo, gracias a la alianza y el apoyo de Caribbean Export y la Cámara de Comercio Dominico-Francesa.



VISITA CONSEJERO ECONÓMICO EMBAJADA REPÚBLICA DE CHINA (TAIWÁN)

El pasado mes de octubre los señores Jose Luis T.C. Lin, y Pablo K. H. Lee, Consejero Económico y Secretario Comercial de la Embajada de la República de China (Taiwán), visitaron la Cámara de Comercio y Producción de Santiago para intercambiar ideas que permitan estrechar las relaciones comerciales entre ambos países, mediante la participación en las ferias comerciales celebradas en Taiwán, así como por motivar la visita de empresarios taiwaneses a nuestro país. Además, en el encuentro se abordaron temas relativos a la cooperación que lleva a cabo Taiwán en nuestro país sobre todo en temas de investigación y desarrollo.

Los visitantes fueron recibidos por el licenciado Fernando Puig, Director Ejecutivo de nuestra Cámara y el Gerente de Gestión Social y Capacitación, señor Carlos Peralta.

REALIZAN EN PUNTA CANA ASAMBLEA XL DE AICO

La Asociación Iberoamericana de Cámaras de Comercio (AICO) y la Comisión Interamericana de Arbitraje Comercial (CIAC) celebraron el pasado mes de octubre su XL Asamblea General. Esta actividad, que tuvo como sede la República Dominicana, tiene por objetivo afianzar las relaciones comerciales, conocer experiencias y nuevas herramientas de conciliación, entre los miembros de 23 países de América Latina, la Península Ibérica, el Caribe y los Estados Unidos de Norte América.

La Asamblea AICO contó con la presencia de Stephen Haber, economista y profesor de la Universidad de Stanford, quien habló sobre los retos de la economía informal en Latinoamérica. Por nuestro país, expuso Mario Dávalos, del Fondo Micro, quien abordó las características de las micro-finanzas en la República Dominicana.

Por la Cámara de Comercio y Producción de Santiago participaron su presidenta María Victoria Menicucci y el presidente del Centro de Resolución Alternativa de Controversias José Darío Suárez. Además, Delmira Fernández, Claudia Gallardo, Ismael Comprés y Fernando Puig.

ASAMBLEA GENERAL CONSTITUTIVA Y JURAMENTACIÓN DEL CONSEJO DIRECTIVO CÁMARA DOMINICANA DE FRANQUICIAS



Más de 40 empresas que se comercializan como franquicias constituyeron la Cámara Dominicana de Franquicias (CDF) y escogieron su primera directiva presidida por Osvaldo Santana Oleaga.

La nueva entidad es fruto de un arduo proceso emprendido por la Cámara de Comercio y Producción de Santiago, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y el Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN) para el desarrollo de franquicias para el sector empresarial dominicano.

Este producto es un resultado adicional del proyecto de Estructuración como Modelo de Franquicias, implementado por nuestra Cámara, que se encuentra en su tramo final y que ha sido evaluado positivamente por los usuarios.

ASAMBLEA GENERAL ORDINARIA ANUAL DE NUESTRA CÁMARA



Tal como lo establecen los estatutos de la institución, la Cámara de Comercio y Producción de Santiago celebró en octubre su 99na Asamblea General Ordinaria Anual. Los salones de conferencias del Edificio Empresarial sirvieron de escenario para reunir el quórum necesario y llevar a cabo el acto, donde se presentaron los resultados del período 2012-2013.

En su informe, María Victoria Menicucci, presidenta de la entidad, destacó los hechos más relevantes alcanzados durante su gestión en este período.

Por su parte, el señor Nelson Hahn, en su función de tesorero, presentó los estados financieros de la institución del período 2012-2013, correspondiente a las operaciones de la Cámara como resultado de los servicios que se ofrecieron no solo a la membresía.

Lourdes Toribio de Cabral rindió cuentas sobre su gestión como presidenta del Comité de Responsabilidad Social. Destacó el respaldo recibido en la rifa de una jeepeta Hyundai Tucson que se realizó en la pasada feria Expo-Cibao y manifestó que los fondos recaudados se destinarán para seguir fortaleciendo los recursos del Banco de Válvulas Enmanuel para niños hidrocefálicos.

El Lic. José Darío Suárez, presidente del Bufete Directivo del Centro de Resolución Alternativa de Controversias presentó el informe correspondiente a su período 2011-2013. Asimismo, la parte protocolar de la Asamblea incluyó la juramentación del Comité de Jóvenes Empresarios, el Comité de Responsabilidad Social y el Bufete Directivo del Centro de Resolución Alternativa de Controversias.

REALIZAN EN SANTO DOMINGO EXPO-FRANQUICIAS RD 2013



En noviembre se celebró la primera versión de “Expo-Franquicias RD 2013”, una exposición en la que se mostraron las mejores prácticas para utilizar concesiones de derecho para abrir empresas que comercialicen bienes y servicios. El evento tuvo lugar en el primer nivel de la Plaza Galería 360 de la avenida John F. Kennedy en la ciudad de Santo Domingo.

La Cámara de Comercio y Producción de Santiago colocó a la República Dominicana a niveles globales en lo relativo al tema de negocios bajo el modelo de franquicias nacionales. Actualmente existen en el país alrededor de 40 empresas, en su mayoría ubicadas en el Distrito Nacional y en Santiago.

PRESENTACIÓN DEL PROYECTO SOBRE TURISMO SOSTENIBLE DE LA PROVINCIA DE PUERTO PLATA (TURISOPP)

En noviembre se realizó la presentación del Proyecto Turismo Sostenible Basado en la Participación Público-Privada para la Provincia de Puerto Plata (TURISOPP), ejecutado por el Ministerio de Turismo (MITUR), el Instituto Nacional de Formación Técnico Profesional (INFOTEP) y la Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA). El objetivo general del proyecto es la vinculación de las comunidades de la provincia con el desarrollo turístico de la región, así como al fomento de la promoción y desarrollo de productos y servicios bajo el esquema de alianza público-privada. El mismo ha fortalecido el sentido de pertenencia y creado una identidad municipio, para que las propias comunidades desarrollen actividades duraderas que la vinculen al turismo y al desarrollo.

La presidenta de la Cámara de Comercio de Santiago, Licenciada María Victoria Menicucci elogió la iniciativa y expresó tener la convicción de que si se lograra replicar el proyecto en otras provincias estaríamos logrando un significativo avance para el desarrollo comunitario y el turismo en la región.

COMITÉ DE RESPONSABILIDAD SOCIAL REALIZA ENCUENTRO NAVIDEÑO A NIÑOS EN HOSPITAL INFANTIL DR. ARTURO GRULLÓN



Como es tradición, cada año, el Comité de Responsabilidad Social de la Cámara de Comercio y Producción de Santiago, Inc. organiza el Encuentro Navideño con los niños internos del Hospital Infantil Dr. Arturo Grullón.

La actividad se llevó a cabo el 11 de diciembre en horas de la mañana, miembros del Comité encabezado por su presidenta la señora Lourdes Toribio de Cabral, junto al personal de la Cámara de Comercio, acompañados de un Santa Claus y

varios personajes navideños quienes entregaron los regalos mientras cantaban villancicos animando a los niños que a pesar de estar enfermos, mostraban una carita feliz.

Se les llevó juguetes donados por los directivos de la Cámara de Comercio y miembros del Comité de Responsabilidad Social. Conjuntamente con la entrega de obsequios, los niños recibieron alimentos y productos donados gracias a la solidaridad de varias empresas que apoyaron esta noble causa.

MÁS ALLÁ DE LA PROFESIONALIDAD A LA HORA DE CONTRATAR EMPLEADOS EN EL SERVICIO AL CLIENTE

Por: Tony Rodríguez R.



EL CIERRE DE AÑO GENERALMENTE TRAE CONSIGO CAMBIOS EN LA ESTRUCTURA DE LA EMPRESA. ESTOS AJUSTES EN EL TALENTO HUMANO DE LA ORGANIZACIÓN SON NECESARIOS PORQUE LA COMPAÑÍA ESTÁ EN CRECIMIENTO O DEBE REEMPLAZAR PERSONAL.

Cuando una empresa necesita llenar la vacante en una posición, bien sea porque el puesto es nuevo, la persona anterior fue promovida o ya no está en la posición (porque renunció o fue despedida), se inicia el proceso de la recolección de solicitudes, prospección, entrevistas y evaluación, para culminar con la contratación del profesional cuya preparación y experiencia se ajusten a las necesidades de la posición.

Al evaluar el perfil de los candidatos nos enfocamos en las informaciones dadas por sus referentes, por la presentación de una certificación de no antecedentes penales, por su desempeño en la posición anterior. ¿Pero, qué del individuo en sí? ¿Qué de su personalidad?

Recientemente leí un artículo escrito por Richard Branson, fundador del Grupo Virgin, que me hizo reflexionar sobre las veces que nos hemos vistos entusiasmados por el currículum de un aspirante a un determinado puesto de trabajo y en más de una ocasión, nos dejamos llevar por la impresionante preparación académica del individuo y no tomamos en cuenta un aspecto importantísimo que no aparece en el papel, ni en ninguna otra fuente a la que se pueda recurrir: la personalidad del ser humano buscando empleo.



Reduce al máximo tus costos de telecomunicaciones! Centrales de última generación!



Central IP

Incluye:
48 líneas SIP + 10 teléfonos IP HD

RD\$64,000.00

Opción I RD\$ 3,578.42 x 24 Meses
Opción II RD\$ 3,257.33 x 24 Cuotas



Central IP

Incluye:
48 líneas SIP + 16 teléfonos IP

RD\$87,000.00

Opción I RD\$ 4,864.42 x 24 Meses
Opción II RD\$ 4,427.93 x 24 Cuotas



Central IP

Incluye:
48 líneas SIP + 24 teléfonos PBX IP

RD\$124,000.00

Opción I RD\$ 5,264.00 x 36 Meses
Opción II RD\$ 6,311.08 x 24 Cuotas



Central IP

Incluye:
48 líneas SIP + 32 teléfonos IP PBX

RD\$165,000.00

Opción I RD\$ 7,004.51 x 36 Meses
Opción II RD\$ 5,021.01 x 36 Cuotas



Central IP

Incluye:
48 líneas SIP + 40 teléfonos IP PBX

RD\$195,000.00

Opción I RD\$ 8,278.06 x 36 Meses
Opción II RD\$ 5,933.92 x 36 Cuotas

**SIN INICIAL
SIN BANCOS!
DOS AÑOS DE GARANTIA!
4 PAGOS MENSUALES
O TE INSTALAMOS AHORA,
Y PAGAS EN FEBRERO
2014!**

CARACTERÍSTICA

Interfaz:

SIP TRUNK 48 líneas

BENEFICIOS:

Usuarios: Hasta 500 Llamadas concurrentes: 60
Correo de voz Auto-Grabación: Soporte.

- Intercom / Zona Intercom.
- Extensión móvil.
- Multi-idioma del sistema Música en espera.
- Música en transferencia Un toque de registro.
- PIN de usuario (control de código PIN).
- Megafonía / Zona de paginación.
- Ruta por el Identificador de Llamadas.
- Skype Integración.
- SMS a Mail / Correo a SMS marcado rápido.
- Correo de voz a correo electrónico Colas de llamadas, Call Center, Agentes y Supervisor.
- Devolución de llamada.
- CDR (Call Detail Records).
- Desvío de llamadas.
- Llamada en espera.
- Grabación de llamadas.
- Captura de llamadas.
- Enrutamiento de llamadas.
- Transferencia de llamada.
- Llamada en esperas.
- DISA (Acceso directo al sistema interno).
- DID tono de timbre distintivo DND (No molestar) Fax (T.38).
- Firewall Sígueme IVR (Interactive Voice Response).




Softmatica
IT Training And Support Center
www.softmatica.com.do



15 años
DE CAPACITACIÓN Y TECNOLOGÍA

SANTO DOMINGO
Av. John F. Kennedy, Esq. Ortega y Gasset,
Plaza Metropolitana, Mod. 208, Sto Dgo, R. D.
Tel.: 809.334.1411 ext. 201

SANTIAGO
Av. Las Carreras, Plaza Miris 4B,
Santiago, Rep. Dom.
Tel.: 809.276.1411 ext. 201

**Equipos 100%
americanos,
nuevos con
garantía y
soporte oficial!**

La idea no es convertirnos en genios del psicoanálisis, ni que sobrepasemos en efectividad los resultados que proporcionan los tradicionales test psicológicos que Recursos Humanos tiene a su disposición. Más bien es poner a prueba nuestra capacidad de hurgar en los más recónditos rincones del candidato, siempre evitando hacer preguntas personales que puedan caer en el campo de lo íntimo o que puedan hacer sentir incómodo a nuestro entrevistado. Vale la pena recordar que lo que buscamos establecer en prima fase, es un perfil de la personalidad del individuo y no convertir nuestra entrevista en una sesión propia de un interrogatorio detectivesco.



Toda empresa con visión de permanencia en el tiempo y comprometida con el cumplimiento de sus procedimientos, aspira a tener personal idóneo perdurable en todas las posiciones. La organización persigue que la rotación de personal, por renuncia o despido, sea mínima y que la rotación misma venga por el crecimiento interno al promover al personal existente que ya conoce la dinámica interna. Es bueno señalar que no nos resistimos a la posibilidad de inyectarle sangre nueva a la empresa. Hay ocasiones donde se hace imperativo traer un nuevo gerente que maneje un grupo ya establecido, que sea capaz de establecer empatía con su equipo de trabajo y a la vez logre que en vez de verle como obstáculo, entiendan que es el empuje que necesitan para ser un equipo ganador.

Es ahí donde la personalidad se convierte en un activo más que preciado. La conducta se puede modificar, pero la personalidad es inherente al individuo y es difícil de cambiar. La personalidad es el sello único de cada ser humano y como las huellas dactilares, es única en su clase. Es momento cuando se hace necesario que vayamos más allá de lo que tenemos al alcance de nuestros ojos. El extrovertido, por más nervioso que pueda estar al momento de la entrevista y por más que quiera "aguantarse", en algún momento revelará aspectos de esa condición que le caracteriza.

No así ocurre con una persona introvertida, a la que habrá que motivar para poder obtener más de lo que por propia voluntad, pueda decir.

Facebook, Twitter, Instagram, y otras comunidades sociales, son fuentes que revelan, en parte, hábitos y tendencias que permiten a los empleadores conocer otros aspectos personales de sus candidatos y/o empleados. Una búsqueda en las redes sociales proporciona información valiosa que no aparece en los currículos. Cada día más los resultados sobre los motivos que terminan en una descalificación o despido tienen fundamento en el manejo que las personas dan a sus páginas sociales: los candidatos publican fotos o informaciones provocativas o inapropiadas; otros revelan tendencia a la bebida o uso de drogas; otros hacen comentarios inapropiados sobre algún ex empleador; o muestran pobre capacidad de comunicación; o mienten sobre su verdadera preparación y experiencia.

A la hora de estructurar un equipo de trabajo, son muchos los riesgos que se corren. Si en los estratos medios de mando hay fallos y se contrata personal no indicado, es factible su corrección con efectos mínimos de repercusión negativa. Pero, no ocurre igual si se contrata un mal gerente en el tope del escalafón, quien puede destruir la organización en cuestión de segundos. Eso nos pone a pensar en la máxima del beisbol que reza: "Cuando gana el equipo, gana el equipo; cuando pierde el equipo, pierde el Manager" y le agregamos que "pierde la empresa como tal."

En un mercado sobresaturado por la disponibilidad de profesionales calificados, la prisa no es la mejor consejera a la hora de apostar por un equipo de trabajo para el largo plazo. Si bien se busca personal capacitado, que se identifique con la filosofía de la compañía, que sea moral y éticamente correcto, no menos cierto es que debemos pensar antes de la contratación, si la personalidad de los individuos contratados va acorde con lo que como empresa deseamos. Las tareas y responsabilidades propias de determinado puesto, se aprenden y perfeccionan con el día a día, se floja por aquí y se aprieta por allá. Así es como funcionan los ajustes a la hora de ensamblar la maquinaria apropiada para contar con un verdadero equipo ganador. En cambio, la personalidad es un intangible difícil de moldear.

Una persona que proyecte felicidad, que sea amigable, que disfrute ayudando a sus compañeros de trabajo, que esté siempre dispuesta a la diversidad de tareas aun cuando no sean las suyas, con la preparación académica necesaria para el puesto y experiencia suficiente para ejercer funciones de liderazgo es la clase de individuo que hará que su equipo, sea exitoso e invencible.

El autor es consultor en mercadeo

UNIVERSIDAD NACIONAL EVANGÉLICA



La excelencia académica al alcance de todos

www.unev.edu.do/santiago

Tel.: 809 575 3535 / 809 575 5211

Av. Estrella Sadhalá, No. 202 , Santiago, R.D



UNEV SANTIAGO



LO DE ADENTRO NO ES LO ÚNICO QUE CUENTA:

la influencia del envase en la compra del producto

Por: Pamela Suero Acosta

Similar a aquel flechazo o enganche mágico que creíamos que solo sucedía en las historias románticas, el instante decisivo en la compra ocurre en el establecimiento de venta al detalle (retail). La primera entrada a escena la hace el consumidor final, quién conduce su carrito de compras mientras es acorralado por miles de estímulos presentados en colores, letras y formas. Al detenerse en la categoría de interés, se exhiben todos estos productos fabricados con una misma finalidad y su elección debe basarse en un elemento más allá del beneficio esencial. Ciertamente, un consumidor proveniente de un segmento de bajos ingresos o de estilo de vida ahorrativo será altamente influenciado por el factor precio. Sin embargo, la creación de valor es y siempre será el naípe clave de cualquier estrategia de mercado. Esto implica que un consumidor perteneciente a cualquier clase social requiere de factor general para otorgarle a un producto tangible una posición distintiva en su mente, en lo cual las cualidades extrínsecas del mismo pueden entrar en acción.

Según el Shopper Engagement Study (Estudio del involucramiento del comprador) realizado en el 2012 por el Point of Purchase Advertising International (POPAI: Publicidad Internacional en el Punto de Venta), **EL 76% DE LAS DECISIONES DE COMPRA SE HACEN EN EL PUNTO DE VENTA.** Sin restarle importancia a las muchas tácticas propias del merchandising cuidadosamente trazadas por expertos y los materiales promocionales diseñados por agencias publicitarias, todo producto ofertado en el retail viene contenido, dosificado o aglutinado en una poderosa herramienta de comunicación: su envase o empaque.

"Your One-Stop-Shop"



- Steel Structures
- Pre-Engineered Buildings
- Bridges
- Steel Tanks
- Pressure Vessels
- Silos
- Stacks
- Ductworks
- Custom Steel Plate Processing Services
- Steel Tank Painting Services
- NDE Services



Email:

fmartinez@alonsocarus.com

Web site:

www.alosocarus.com

Phone: 829 698-1065
787 788-1065

Fax: 787 788-0350

Calle Socorro Sánchez
No. 162
Plaza Gazcue II,
Apartamento 10-A
Santo Domingo,
Distrito Nacional



ALONSO & CARUS SRL



En el plano de las famosas -y en mi opinión arcaicas- 4 P's del marketing, existen autores que catalogan el envase o empaque (packaging) como un cruce entre producto y promoción; algunos consideran que packaging es la quinta P del marketing. De igual modo, otros consideran que le corresponde la séptima o a la novena P. Sin importar el erudito del marketing de su preferencia, todos le han otorgado la importancia que tienen las decisiones de envase en las empresas.

A mi parecer las decisiones de producto y las decisiones de packaging no son excluyentes, más bien son totalmente complementarias. Todo envase debe permitirle al producto tangible lograr su cometido. Para un mercadólogo no es difícil determinar que el problema del producto X es que "tiene un mal envase". Mientras que el consumidor promedio solo puede decir "es un mal producto".

EL CONCEPTO DE ENVASE COMO HERRAMIENTA PROMOCIONAL NO ES NOVEDOSO. DESDE HACE AÑOS MURIÓ AQUELLA IDEA DE QUE EL ENVASE ES SOLO UN "CONTENEDOR". PODRÍAMOS SITUAR ESTA IDEA EN LOS AÑOS 60'S CUANDO EL AUTOR INGLÉS JAMES PILDITCH PUBLICÓ THE SILENT SALESMAN: HOW TO DEVELOP PACKAGING THAT SELLS (EL VENDEDOR SILENCIOSO: COMO REALIZAR ENVASES QUE VENDEN) EN EL QUE SE REFIRIÓ AL ENVASE COMO UN ELEMENTO VITAL DEL PRODUCTO QUE, MÁS ALLÁ DE LO QUE ERAN SUS "FUNCIONES BÁSICAS" EN ESE ENTONCES, DEBÍA COMUNICAR Y PERSUADIR.

Todos mis argumentos acerca de la importancia del envase están basados en la premisa simple de que un envase atractivo e innovador tiene más probabilidades de ser seleccionado por el comprador en un primer encuentro que uno que no lo es. Como dijo el mismo Pilditch: el envase es "el eslabón que enlaza la empresa con el consumidor...el rematador de ventas".

En 1970 el afamado economista norteamericano, Theodore Levitt, en su artículo The morality of advertising (La moralidad de la publicidad) afirmó una realidad que resuena hasta nuestros días: "considere una lata de sardinas que contenga talco perfumado... no vendería...se necesitan las promesas, la presentación y los símbolos que aportan los anuncios y los envases".

En un plano más actual, los ya casi bíblicos autores Philip Kotler y Gary Armstrong destacan una realidad sobre el packaging: "el aumento de la competencia y la falta de espacio en los anaqueles de las tiendas de venta al detalle implica que los empaques deban desempeñar ahora muchas tareas de ventas: atraer la atención, describir el producto e incluso efectuar la venta".

Continuando con la idea de las historias románticas del inicio, no todo es belleza. Necesitamos mucho más para decir que "nos enamoramos". Un envase ideal demanda calidad, seguridad de su contenido y la de su usuario, ergonomía, tamaños convenientes y capacidad de reutilización. En términos simples, el envase actual demanda una sinergia entre altos estándares de calidad industrial y creativos esfuerzos mercadológicos.



Otro aspecto que debe considerarse es la relación del packaging y la marca. Una decisión de envasado debe fundamentarse en lo que la marca representa y con lo que se le asocia. Un envase puede llegar a adquirir un papel emblemático en la asociación de la marca. No es necesario que usted me crea, nótelo usted mismo. Piense en aquel refresco de cola con tremendas curvas tanto en la forma de su envasado como en la tipografía de su etiquetado. ¿Trillado el ejemplito, no? Vaya que lo es! Sin embargo, tales atributos visuales han contribuido al conocimiento de la marca (Brand awareness) de forma tal que solo necesita ver la silueta del packaging o un trozo del nombre de la marca para saber de qué hablo instantáneamente.

En resumen, el envase puede garantizar la supervivencia de un producto tangible en todos los sentidos. Una realidad objetiva es que el consumidor tiene cada vez un tiempo más limitado para hacer compras, por lo que las empresas deben recurrir los medios requeridos para que en el momento de la verdad entre el producto y el comprador se logre aquel "amor a primera vista" y que esa primera arrojada al carrito sea el preámbulo para una relación redituable.

La autora es mercadóloga



BENEFICIOS

de pertenecer a la Cámara de Comercio y Producción de Santiago

Es una institución que representa al sector productivo y empresarial, que provee a sus socios de informaciones, estadísticas y tendencias comerciales, entre otros beneficios, que le permiten tomar decisiones más acertadas y por tanto tener mayor probabilidad de éxito. Además, promueve las actividades a favor del desarrollo, del empleo, la inversión y la producción en la región de Santiago.



> Beneficios:

- Acceso a informaciones económicas y legales, tanto locales y nacionales
- Inclusión de las empresas socias en página web, directorios y listados empresariales
- Recepción diaria de resumen de noticias por vía digital
- Recepción trimestral de la Revista Infocámara
- Preferencia en citas de negocios para misiones comerciales y ruedas de negocios
- Pertenencia al programa Ofercámara que promociona ventas y fidelización de clientes
- Acceso gratuito a un amplio programa de capacitación
- Representación institucional para creación de políticas y leyes a favor de la actividad empresarial

> Importantes descuentos al:

- Participar en la feria Expo Cibao
- Anunciarse en Revista Infocámara
- Adquirir códigos de barra
- Participar en seminarios y talleres especializados

> Además:

- Vinculación del socio con redes empresariales y de comercio
- Participación en foros sectoriales
- Recepción periódica de informaciones necesarias para un buen desempeño empresarial
- Invitación a programas pro-exportación y de certificaciones de producción y servicios
- Contribución al desarrollo empresarial y productivo de la provincia y el país
- Invitación a actividades diversas





REFLEXIONES SOBRE EL CÓDIGO DE TRABAJO, la cesantía y la posible inconstitucionalidad de jurisprudencias en sentencias laborales

Por: Licenciada María Victoria Menicucci Mella

En la recién finalizada LX Asamblea anual AICO-CIAC, que reunió las Cámaras de Comercio de Iberoamérica, teniendo este año como anfitrión la Cámara de Comercio y Producción de Santo Domingo, Inc., se trató el serio problema de la informalidad en nuestros países.

La conclusión de la Asamblea fue que para lograr el desarrollo económico de los países, en beneficio de las grandes mayorías, el secreto estaba en "PROMOVER LA FORMALIDAD", dado que los bajos costos extras laborales, están directamente asociados al mercado formal.

Usando a Chile como ejemplo del proceso, se expusieron varias recomendaciones para lograrlo. Entre ellos:

- Los gobiernos tienen el desafío de formalizar la economía, para que las personas no sean un problema para el Estado cuando dejen de trabajar.
- Las regulaciones no pueden ser exageradas; si suben los impuestos y las cargas, el resultado es mayor evasión e informalidad.
- Se debe buscar el justo equilibrio en la carga tributaria, donde la gente esté dispuesta a pagar. Si a los gobiernos "se les pasa la mano" obtienen el efecto contrario. Pero, sobre todo, tienen que mostrar transparencia en el uso de las recaudaciones y asumir su responsabilidad de vigilantes, supervisores y facilitadores del proceso.
- El gobierno no debe prestar a las PYMES directamente, sino ofrecer garantías, aprovechando el sistema bancario para asegurar el retorno de los préstamos.
- Prestar a un micro empresario en sus inicios, le condena a su desaparición, se debe permitir al emprendedor avanzar en sus ideas.
- El gobierno debe regular el pronto pago a las PYMES por sus servicios prestados e incentivar la formalización comprando solo a los formales.
- Las Cámaras de Comercio tienen un rol importante en la capacitación y asesoría de los

emprendedores en su proceso de formalización, y en cooperar con el trabajo que se viene realizando para crear una ventanilla única de formalización para facilitar la creación de empresas.

EL CÓDIGO DE TRABAJO:

Aunque en los últimos tiempos ha mermado la alta incidencia de casos laborales comprados por terceras personas, todavía tenemos en la República Dominicana, una tarea pendiente de solucionar: las distorsiones e interpretaciones que han provocado tantas condenas onerosas en el ámbito laboral y que han llevado a tantas empresas, especialmente a las PYMES, a la quiebra.

Solucionar de forma definitiva estas distorsiones contribuiría a la formalización del empleo, a lograr mejores salarios, a obtener más inversiones locales y extranjeras, a

tener menos rotación en los empleos y al avance de la Seguridad Social.

El Presidente Danilo Medina ha trabajado sin descanso en busca de que los dominicanos logren mejorar sus ingresos. No obstante, la única alternativa que nos deja el país es crear cada uno su propia micro empresa, debido a que la creación de empleos formales se dificulta, por los males originados por un Código de Trabajo mayormente bueno en su esencia, pero satanizado por un grupo de beneficiarios que “compran los casos al trabajador”, recibiendo unos beneficios multiplicados, en desmedro de las empresas y sin beneficiar a los trabajadores.

Entendemos que ciertos artículos del Código de trabajo podrían ser analizados por el Tribunal Constitucional para verificar si corresponde catalogarlos como INCONSTITUCIONALES al compararlos con los Artículos 39, 60 y 62 de nuestra Constitución, sobre Derecho a la Igualdad, Derecho a la Seguridad Social y Derecho al Trabajo.

VEAMOS LOS SIGUIENTES EJEMPLOS:

// SOBRE EL DERECHO A LA IGUALDAD:

EL CÓDIGO DE TRABAJO:

“Art. 712.- Los empleadores, los trabajadores y los funcionarios y empleados de la Secretaría de Estado de Trabajo y de los tribunales de trabajo, son responsables civilmente de los actos que realicen en violación de las disposiciones de este Código, sin perjuicio de las sanciones penales o disciplinarias que les sean aplicables.

El demandante queda liberado de la prueba del perjuicio.”

LA CONSTITUCIÓN:

“Artículo 39.- Derecho a la igualdad. Todas las personas nacen libres e iguales ante la ley, reciben la misma protección y trato de las instituciones, autoridades y demás personas y gozan de los mismos derechos, libertades y oportunidades, sin ninguna discriminación por razones de género, color, edad, discapacidad, nacionalidad, vínculos familiares, lengua, religión, opinión política o filosófica, condición social o personal.”

Nuestra constitución en el Artículo 39 dice que todos tenemos DERECHO A LA IGUALDAD. Basado en este artículo el trabajador puede acusar al empleador de todas las violaciones existentes en el código laboral y es el empleador quien tiene que demostrar su inocencia. No obstante, cuando la demuestra no tiene derecho a contra demandar por los daños incurridos. En adición, si en el proceso de defensa EL EMPLEADOR comete un error, aunque sea en la fecha de una carta, no tiene derecho a réplica y pierde el caso en la justicia.

// SOBRE EL DERECHO A LA SEGURIDAD SOCIAL:

LA CONSTITUCIÓN:

“Artículo 60.- Derecho a la seguridad social. Toda persona tiene derecho a la seguridad social. El Estado estimulará el desarrollo progresivo de la seguridad social para asegurar el acceso universal a una adecuada protección en la enfermedad,

discapacidad, desocupación y la vejez.

El Código de Trabajo debe ser instrumento de aporte e incentivo a que se cumpla este mandato de la Constitución Dominicana, promoviendo el avance de la Seguridad Social y que cada día la economía vaya hacia la formalización del empleo.”

El CODIGO DE TRABAJO, en todas sus partes, debería incentivar el empleo formal que aporta a la seguridad social, para que los trabajadores no se conviertan en una carga para el Estado al momento de su retiro. En la práctica, lo que ha sucedido es el avance del empleo informal. Son varias las causas que lo provocan, entre ellos una ley laboral hecha a la medida para las grandes centrales sindicales y las grandes empresas, con costos incosteables para muchas de las PYMES. Sobre este aspecto no tenemos que abundar porque está frente a nosotros (múltiples casos legales con condenas onerosas que llevan a la quiebra).

Es importante denotar la imposibilidad de la conciliación y de pagar todas las prestaciones laborales adeudadas si así lo decide el empleador para no ir a litigio. Las terceras personas que compran los casos a los trabajadores lo impiden.

Los bajos salarios, provocados en parte por el alto costo extra laboral, obligan a los trabajadores a endeudarse con prestamistas, muchos de los cuales les confiscan sus tarjetas de cobro y luego les obligan a provocar su desahucio, surgiendo el círculo vicioso.

// SOBRE EL DERECHO AL TRABAJO:

LA CONSTITUCIÓN:

“Artículo 62.- Derecho al trabajo. El trabajo es un derecho, un deber y una función social que se ejerce con la protección y asistencia del Estado. Es finalidad esencial del Estado fomentar el empleo digno y remunerado. Los poderes públicos promoverán el diálogo y concertación entre trabajadores, empleadores y el Estado.”

En diferentes escenarios hemos expresado que a partir de la entrada de la seguridad social, el costo laboral se incrementó mucho, por lo que ha evitado el que los sueldos se nivelen normalmente con la economía.

Los 28 artículos que el sector empresarial ha presentado para la adecuación del CÓDIGO DE TRABAJO facilitarían el clima de negocios en lo relativo a la creación de fuentes de trabajo formales, la inversión extranjera y local, así como salarios dignos y el avance de la seguridad social.

COMPARACIÓN CESANTÍA CON APORTES PENSIONES SEGURIDAD SOCIAL:

¿Qué es el Sistema de Pensiones?

Es el sistema creado por la Ley 87-01 sobre Seguridad Social, a través de la cual se protege a la población de la pérdida o reducción del ingreso por vejez, fallecimiento o cesantía por edad avanzada y contra los riesgos de discapacidad (total y parcial).

¿QUÉ PASA CON LAS CESANTÍAS Y LA NUEVA LEY DE SEGURIDAD SOCIAL?

La Ley de Seguridad Social creó partidas en beneficio del trabajador, por el mismo valor de la cesantía prevista en el Código de Trabajo (Ver Tablas 1 y 2). No obstante, las prestaciones laborales consideradas en este Código aún se siguen aplicando, como si la Ley 87-01 no hubiera entrado en vigencia, creando una duplicidad en valor, concepto y erogaciones para las empresas.

Dejando a un lado las distorsiones y ventas de casos laborales, entre otros, vamos a enfocarnos en CÓMO LA CESANTÍA PROVOCA BAJOS SALARIOS Y Poca IDENTIFICACIÓN CON EL EMPLEO.

TABLA 1: CÁLCULO DE LA CESANTÍA

SUELDO	1 año	5 años	10 años	20 años
\$25,000.00	RD\$ 22,031.05	RD\$ 120,646.24	RD\$ 241,292.49	RD\$ 482,584.98
\$50,000.00	RD\$ 44,062.11	RD\$ 241,292.49	RD\$ 482,584.98	RD\$ 965,169.95
\$75,000.00	RD\$ 66,093.16	RD\$ 361,938.73	RD\$ 723,877.47	RD\$ 1,447,754.93
\$150,000.00	RD\$ 132,186.32	RD\$ 723,877.47	RD\$ 1,447,754.93	RD\$ 2,895,509.86
\$300,000.00	RD\$ 264,372.64	RD\$ 1,447,754.93	RD\$ 2,895,509.86	RD\$ 5,791,019.72

TABLA 2: APORTES DE LA EMPRESA A PENSIONES SEGURIDAD SOCIAL

SUELDO	1 año	5 años	10 años	20 años
RD\$ 25,000.00	RD\$ 21,360.00	RD\$ 106,800.00	RD\$ 213,600.00	RD\$ 427,200.00
RD\$ 50,000.00	RD\$ 42,720.00	RD\$ 213,600.00	RD\$ 427,200.00	RD\$ 854,400.00
RD\$ 75,000.00	RD\$ 64,080.00	RD\$ 320,400.00	RD\$ 640,800.00	RD\$ 1,281,600.00
RD\$ 150,000.00	RD\$ 128,160.00	RD\$ 640,800.00	RD\$ 1,281,600.00	RD\$ 2,563,200.00
RD\$ 300,000.00	RD\$ 256,320.00	RD\$ 1,281,600.00	RD\$ 2,563,200.00	RD\$ 5,126,400.00

La Tabla 2 muestra lo que es el aporte del empleador por concepto de pensiones, partir de la aplicación de la Ley de Seguridad Social. Desde ese momento se produjo prácticamente una duplicación de los aportes de la empresa al trabajador, porque la cesantía se sigue acumulando y este aporte entró en vigencia.

EL Artículo 83 del CÓDIGO DE TRABAJO tiene varias interpretaciones:

"Art. 83.- Los trabajadores cuyos contratos terminen por jubilación o retiro recibirán una compensación equivalente a las prestaciones correspondientes al desahucio, si la pensión es otorgada por el Instituto Dominicano de Seguros Sociales.

Las pensiones o jubilaciones otorgadas por entidades del sector privado y la compensación establecida en este artículo son mutuamente excluyentes. El trabajador puede acogerse a una u otra opción. Si la pensión o jubilación privada es contributiva, el trabajador que opta por la compensación, recibirá la parte de sus aportes estipulados en el plan de retiro."

Interpreto que la cesantía es un derecho adquirido por el trabajador, que solo se pierde por renuncia o despido justificado. Por lo tanto, es un gasto que se va acumulando a través de los años, con la agravante de que la DGII solo reconoce el gasto cuando es ejecutado. Esto evita que los costos de los productos producidos por las empresas sean reales y hace que se pague Impuesto sobre la Renta por beneficios inexistentes.



CONTIGO
EN LA AV. JUAN
PABLO DUARTE.



CONTIGO
EN LA AV.
27 DE FEBRERO.

BANESCO

CONTIGO EN LA
CIUDAD CORAZÓN



Av. 27 de Febrero esq. calle Texas, Plaza Metropolitana y
Av. Juan Pablo Duarte, esq. México, urbanización Villa Olga,
Santiago de Los Caballeros.

829 893 8200 www.BanESCO.com.do



Si por el contrario, la interpretación se basa en que esa cesantía no es un derecho adquirido, existe una motivación mayor para la provocación del desahucio y pérdidas de productividad por los comportamientos que lo provocan.

¿ENGAÑO?

Me pregunto si el sector empresarial fue engañado para producir la entrada en vigencia de la Seguridad Social:

“Párrafo I.- (Transitorio). En un plazo no mayor de dieciocho (18) meses, a partir de aprobada la ley de Seguridad Social, el Consejo Nacional de Seguridad Social (CNSS) dictará las normas complementarias que regularán todo lo concerniente a los aspectos de la cesantía laboral, en cuyo caso deberá contarse con la no objeción del gobierno, empleadores y trabajadores.

Durante este período, el Consejo Nacional de Seguridad Social (CNSS) realizará los estudios actuariales de apoyo para sus decisiones y para los fines podrá contar con sus propios recursos y con los que puedan ser aportados por otras fuentes de financiamientos realizados con la Seguridad Social.

Párrafo II.- (Transitorio). El Consejo Nacional de Seguridad Social (CNSS), en coordinación con el gobierno, empleadores y trabajadores, promoverán, en un plazo no mayor de 18 meses, la creación del Seguro de Desempleo y todo lo relativo a la cesantía laboral, sin que los trabajadores pierdan sus derechos adquiridos.”

¿Fue el SECTOR EMPRESARIAL víctima de un engaño cuando para entrar en vigencia la Ley de Seguridad Social se agregó un párrafo transitorio, que supeditaba su aplicación a que no hubiera objeción de las tres partes involucradas? Como era de esperarse, hubo objeción del Sector Trabajador y así se quedó...Nos queda esa interrogante por descifrar.

EFFECTOS DE LA CESANTÍA:

La cesantía se ha envuelto en su propia trampa, porque no ha permitido que los salarios se vayan equilibrando a medida

que sube el costo de la vida, provocando todos los efectos antes mencionados.

Hemos estado abogando por un tope en esa cesantía y que sirva para lo que realmente se creó: una especie de “seguro de desempleo” para darle tiempo al trabajador a conseguir otro empleo luego de ser desahuciado. Para tal fin pueden crearse diferentes opciones que no incentiven la deslealtad y baja productividad de algunos trabajadores, al tiempo de desincentivar la compra de casos laborales.

Es necesario tomar en consideración que los derechos adquiridos, especialmente en fechas anteriores a la entrada en vigencia de la Seguridad Social, no deben ser tocados porque para recibir una pensión, actualmente, debemos aportar al menos 30 años al sistema, lo cual no será alcanzado por los aportantes de mayor edad.

LA META:

Debemos lograr que lo que le parezca atractivo al trabajador sea su salario, beneficios y el trato digno que reciba en su fuente de trabajo, porque si lo atractivo es una indemnización por despido, ¿en qué estamos?

¿ES LA CESANTÍA UN GASTO REAL?

La Licenciada Lina García, presidente de AIREN, nos facilitó este interesante aporte que recibió de la Auditora Interna de su empresa Envases Antillanos:

...En la actualidad la DGII admite como gasto la Cesantía pagada, dando a ésta el mismo tratamiento que da a la bonificación (sólo se admite como gasto cuando es pagada).

Es una decisión empresarial crear provisiones para Cesantía y aumentar sus pasivos años tras años por esta causa. Esto financieramente aumenta su nivel de endeudamiento y reduce sus beneficios.

La NIIF-19 (Norma Internacional de Información Financiera) establece que si no hay certeza razonable de que el pasivo va a ser cancelado en los 12 meses posteriores a la fecha de cierre, no debe afectarse el gasto.

Ahora, en caso de que una empresa esté en venta, éste es un tema a considerar y dentro de sus pasivos debe tomarse en cuenta este compromiso con sus empleados antes de cerrar la negociación”.

Tomando en cuenta, que la cesantía es un beneficio real que acumula el empleado, y que debe ser considerado al liquidar una empresa, sería de JUSTICIA, que este pasivo sea deducido anualmente del IMPUESTO SOBRE LA RENTA, y solo en caso de despido ó renuncia, deba ingresarse de nuevo a la contabilidad.

¿QUE NECESITAMOS COMO SECTOR PRODUCTIVO?

LA CESANTÍA es el tema más controversial en todo lo referente a la adecuación del Código de Trabajo. Pero no es el más crítico. LA COMPRA DE CASOS LABORALES, que al asumirlo no permite pagar la totalidad de las prestaciones si la empresa así lo decide, sino que ponen el caso a descansar para “su engorde”, es la muestra más importante de la FALTA DE EQUIDAD DE LAS CONDENAS LABORALES, por no reflejar justicia igual para ambas partes. Sobre todo cuando un caso de RD\$40,000.00 lo convierten en RD\$400,000.00.

Nuestra economía se ha visto beneficiada en los últimos tiempos por múltiples inversiones extranjeras, provocadas por economías externas inseguras actualmente. Es hora de avanzar en este proceso de adecuación de nuestras leyes laborales con el fin de que nosotros, los dominicanos, sigamos siendo los dueños de nuestras empresas. Si seguimos esperando serán los que vienen de lejos los que se beneficiarán de estos cambios tan necesarios para producir riquezas y bienestar en nuestra gente.

Con estas reflexiones queremos invitar a todos los expertos en estos temas laborales a pensar en definir si realmente nuestro Código de Trabajo es justo para todas las partes, si es constitucional y si el ganar-ganar es su norte, como debe ser. Pero, sobre todo, sugerimos hacerlo ya.

La autora es Presidente de la Cámara de Comercio y Producción de Santiago, Inc.

TODO

lo que necesitas...
lo encuentras en
Ferretería Ochoa

Hogar



Ferretería



Industrial



*Cerámicas
y Baños*



Santo Domingo
Prolongación Av. 27 de Febrero
Herrera, Santo Domingo R.D.
Tel.: 809-530-7969

Santiago
809-971-8000
 ferreteria ochoa

**8A Ferretería
OCHOA**
Nombre que construye
www.ochoa.com.do



IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LAS ORGANIZACIONES MODERNAS

Por: Dayanara Reyes Pujols

Con este artículo pretendemos crear conciencia sobre convertir al capital humano en valor productivo para la empresa y sus clientes, pues hacer que los empleados se sientan a gusto no es tan difícil como parece. Además, ayuda a conseguir una situación de ventaja frente a la competencia, a la vez que ofrece la retención del talento.

Me llama mucho la atención compartir este tema ya que los empresarios dominicanos se enfocan bastante en la comunicación externa. Aunque esa situación ha ido cambiando lentamente, los directivos de las organizaciones tenían miedo de que el empleado tuviera información de la empresa, tal vez por aquel viejo dicho de que la información es poder. Realmente lo es, pero hay que verlo desde otra óptica.

Las empresas están compuestas por personas que son los verdaderos promotores de su éxito. Si estos individuos no saben qué está pasando, si desconocen cuáles son los objetivos de la empresa, hacia dónde se dirige, cuál es su estrategia, etc., entonces difícilmente podrán realizar su trabajo de la manera más óptima. Es muy importante que las personas de la organización sepan cuáles son sus objetivos, cuál es el plan estratégico para conseguirlos, con qué medios cuentan. Sentirse “involucradas” es una característica en la que reside buena parte del éxito.

Nuestros administradores deben comprender que en un mundo moderno, evolucionado, dinámico y cambiante tienen que diferenciarse de la competencia inevitablemente. Es una lástima que olviden que una de las fuentes más importantes de proyección de la imagen de una empresa al exterior son los

propios empleados de la organización y cuanto más renuente a la información y cerrada se muestre una empresa peores serán los comentarios de los empleados.

La comunicación interna es la herramienta de integración que, además de consolidar la imagen corporativa, consigue que aflore en el colectivo interno el sentimiento de pertenencia a la organización.

Estamos en una etapa en la que se evidencia un aumento de los niveles de la participación de los empleados en la toma de decisiones de la empresa. Este incremento tiene una significativa repercusión en la motivación y la satisfacción de las personas que forman una compañía.

La participación de los empleados se hace efectiva a través de herramientas e iniciativas diseñadas específicamente para tal fin. Es tarea de la empresa crear un clima de confianza y comunicación que anime a las personas a desarrollar su capacidad emprendedora.

Tenemos el
mejor interés
de que puedas lograrlo



¡Invierte en tu negocio!
Préstamos Comerciales

Aquí te prestamos para todo



ASOCIACION CIBAO
DE AHORROS Y PRESTAMOS



Una buena política de comunicación interna ofrece las siguientes ventajas a la empresa:

1. Mejora la coordinación, eficiencia y motivación de los empleados.
2. Optimiza el trabajo en equipo.
3. Crea mensajes que responden a la cultura corporativa.
4. Formaliza los soportes de interacción en la empresa.
5. Mejora la imagen de la empresa de cara a los empleados y, por consiguiente, hacia el exterior.
6. Evita la propagación de rumores.
7. Agiliza el trabajo diario.
8. Fomenta el sentimiento de pertenencia a la organización.

La comunicación interna en una organización no debe tener límites. Si la empresa persigue ser moderna y estar dentro del mercado no debe tener límites ni trabas que impidan la puesta en práctica de los mecanismos esenciales para la comunicación interna.

Tradicionalmente, la comunicación empresarial tiene por objeto la optimización de la imagen corporativa, sin mayor limitación que la que marcan los recursos que la empresa tiene destinados para este fin. No olvidemos

que la alta dirección es quien tiene la responsabilidad de crear el clima necesario a favor de la comunicación y que sus comportamientos actuarán como verdaderas catapultas.

La comunicación interna es una herramienta de gestión extremadamente útil que hay que saber utilizar. La comunicación y la imagen, como conjunto de atributos percibidos por una empresa, aunque en un principio sean considerados intangibles, son elementos totalmente reales, y para valorarlos hay que tener presente que la comunicación permite influir en la formación de la conciencia que los empleados poseen de la empresa. Las organizaciones están conscientes de que una buena comunicación y una buena relación con sus empleados permiten a la larga unos resultados positivos en lo relacionado con el logro de los objetivos y el funcionamiento de la empresa. No dar la importancia requerida a la comunicación interna puede acarrear consecuencias de difícil solución.

No existen fórmulas exactas sobre la política de comunicación que debe adoptar una empresa, ya que todo dependerá de cada empresa, de su personalidad y sus objetivos. Pero, es sensato decir que dependerá de su

concepto, su forma de desarrollo, las posibilidades que ofrece, el entorno de aplicación, las técnicas utilizadas, los medios a través de los que se transmite, los públicos a los que se dirige, los mensajes, contenidos y formas.

Las empresas utilizan una gran variedad de elementos para comunicarse con sus empleados. Algunos de ellos más efectivos y rápidos que otros. Entre las herramientas de comunicación interna más comunes están: buzón de sugerencias, murales, circulares al personal, sondeos y encuestas de opinión, reuniones, intranet, boletín interno (físico o digital), hojas informativas, actos o evento internos, ...

Estos son algunos ejemplos de las herramientas de comunicación interna más populares. Sin embargo, la imaginación es el motor de la innovación y lo interesante es que cada empresa seleccione y ponga en marcha aquellas iniciativas que se ajusten a su modelo de negocio, se adapten a su cultura corporativa y le sirvan para alcanzar sus objetivos.

La autora es Psicóloga Organizacional y Comunicadora Corporativa

**Un *Líder* siempre da
el primer paso...**



Kendall



Distribuye:

MANUEL ARSEÑO UREÑA
Santo Domingo / Santiago

www.mau.com.do

809-537-4161 \ 809-582-1151





Competitividad: Herramienta Para Impulsar Las Exportaciones

Por: Rafelina Reyes y Danixa Santos

La globalización ha permitido un crecimiento en el mercado mundial creando oportunidades para que las empresas y los países puedan competir efectivamente y de manera sostenible. No obstante, dado que nos encontramos en una era donde los cambios ocurren a una velocidad vertiginosa, debemos aumentar nuestra competitividad.

Ser competitivo a nivel internacional no significa exportar mayor cantidad, sino exportar con mayor calidad, agregándole valor y diversidad a los productos, desarrollando capacidades y generando progreso. Este último aspecto es la mejor forma de promover las exportaciones de nuestro país.

El Estado y las empresas son el eje central del sector exportador. Para que un país sea competitivo necesita que tanto el sector público como el privado colaboren y emprendan iniciativas para los sectores productivos y desarrollen proyectos que permitan insertar a nuevas y antiguas empresas dentro de las exigencias internacionales. Esto nos pone como reto impulsar las políticas comerciales para aprovechar los mercados internacionales.



CENTRO DE RESOLUCIÓN ALTERNATIVA DE CONTROVERSIAS

DE LA CÁMARA DE COMERCIO Y PRODUCCIÓN DE SANTIAGO

CUANDO LAS PERSONAS DE MUTUO ACUERDO LO DISPONEN, NUESTRO DERECHO LES PERMITE DIRIMIR SUS CONTROVERSIAS DE CARÁCTER LEGAL SIN NECESIDAD DE ACUDIR A LOS TRIBUNALES DE JUSTICIA, UTILIZANDO PARA ELLO LOS LLAMADOS CENTROS DE RESOLUCIÓN ALTERNATIVA DE CONTROVERSIAS (CRC).

¿QUÉ SON LOS CENTROS DE RESOLUCIÓN ALTERNATIVA DE CONTROVERSIAS? Son entes creados en virtud de la ley, a cargo de las Cámaras de Comercio y Producción, cuya misión es la de gestionar y administrar distintos métodos que permitan a sus usuarios solucionar conflictos de naturaleza jurídica, de una forma rápida, fiable y eficaz, a la vez que orientarlos sobre la conveniencia de aquel que mejor se ajuste a sus necesidades.

¿CON CUÁLES MÉTODOS DE RESOLUCIÓN ALTERNATIVA DE CONTROVERSIAS CUENTA ACTUALMENTE EL CRC DE LA CÁMARA DE COMERCIO Y PRODUCCIÓN DE SANTIAGO, INC.?

- Arbitraje
- Conciliación
- Mediación
- Amigable Composición



Se ha demostrado que una competencia fuerte tiene efectos poderosos en la productividad de las naciones, razón por la cual debemos dotar nuestras empresas de las mismas condiciones que ofrecen nuestros principales competidores. Si bien algunos países gozan de ciertas ventajas, el éxito del comercio exterior depende tanto de las voluntades como de las capacidades.

En la actualidad la República Dominicana forma parte de un amplio mercado de consumidores a pesar de que tiene una economía pequeña. Nuestros productos se han introducido a otros países donde se han ido diversificando las exportaciones, notándose un cambio positivo en las mismas. Esto se ha logrado por medio de la firma de los acuerdos comerciales, los cuales han venido a armonizar el comercio entre los países, permitiendo que los productos y servicios puedan entrar libremente o con la menor traba posible al mercado de otros países.

Sin embargo, hace falta esforzarse en aquellos puntos que son importantes para poder permanecer en los mercados internacionales y para empezar a introducir los productos que todavía no son parte. Para lograrlo debe existir una tendencia de producir bienes al gusto de los clientes, ya que en la medida que se tiene mayor variedad de la cartera de productos se multiplican los mercados y así mismo los consumidores. Debe existir innovación, la cual es una variable que impulsa la competitividad y es parte importante del comercio exterior.

De acuerdo con la teoría evolucionista se puede indicar que la innovación es un proceso complejo y difícil de medir, al no poder ser observado directamente. Por esto, la interpretación de los resultados depende en gran medida del tipo de país que se analiza, del tipo de normas que rigen cada país y de cómo se define el término de innovación.

La innovación no solo es tener nuevas ideas. Es contar con una visión generalizada de las actividades dentro de la empresa, que contribuyan a generar nuevos conocimientos tecnológicos o a mejorar la utilización de los ya existentes. Es la habilidad de situarse un paso por delante de la competencia, aplicando un proceso de mejoramiento continuo, apalancándose en el aprendizaje y expandiéndose a nuevos mercados.

La expansión internacional de las empresas es un proceso que puede tomar años y que requiere de grandes decisiones estratégicas. Además, precisa de un comportamiento y compromiso total por parte de todos, para hacer frente a las dificultades que se presentan en el complejo entorno internacional. La República Dominicana está haciendo frente a grandes retos para optimizar su capacidad para competir. Pero, seremos más competitivos en la medida en que nuestros sectores logren producir con un mayor índice de calidad y se posicionen por encima de la competencia en los mercados extranjeros.

El gobierno tiene especial interés en estimular el crecimiento de las exportaciones como una estrategia para alcanzar el desarrollo económico y social a largo plazo, fortaleciendo más estrechamente los vínculos entre el mercado interno y el externo, promoviendo la productividad y la calidad de los procesos que eleven la competitividad de las empresas y permitiendo la incorporación adecuada de las mismas al mercado mundial.

La Dirección de Comercio Exterior y Administración de Tratados Comerciales (DICOEX), una dependencia del Ministerio de Industria y Comercio, es el organismo encargado de difundir las oportunidades que brindan los acuerdos comerciales, con la finalidad de promover las condiciones que benefician el desarrollo de los productores del país, fomentando la expansión comercial y aprovechando las condiciones de los mercados. Por tal motivo realiza actividades conjuntas de colaboración y capacitación, para así motorizar iniciativas que logren la capacidad y competitividad en los diferentes sectores.

Entre las acciones que lleva a cabo el gobierno para impulsar la economía del país están la capacitación de los productores y empresarios con potencial exportador; la elaboración de estudios técnicos sobre productos y nuevos nichos de mercados; la promoción de la oferta exportable, la asistencia y acompañamiento a los exportadores; el apoyo al Programa de articulación productiva Mipymes y la mejoría de la infraestructura portuaria y de transporte.

Las oportunidades de los acuerdos comerciales deben impulsar la competitividad. Si aprovechamos más la dinámica de la integración al mundo y los mercados externos será un complemento fundamental para que la política comercial de nuestras empresas sea exitosa e impulse los sectores económicos, para así competir con las mejores condiciones en el mercado internacional y aprovechar todas las posibilidades que nos proporcionan los acuerdos.

Pedro.

RESTAURANT

...para paladares exigentes!!!



Con salón para Reuniones Privadas y Terraza al Aire Libre



C/Salomé Ureña (antigua 6) #18, frente a La Campagna,
Los Jardines Metropolitanos, Santiago, R.D.

809.582.2144



La estrategia de GUERRA corporativa de las multinacionales contra las PYMES Dominicanas

Por: Cristian Gutiérrez

El manejo de las finanzas es el secreto de gestión mejor guardado en las multinacionales. Este eslabón de la estrategia simplemente no se comparte. Tampoco son compartidas sus metodologías de forma similar a como logramos ver en libros que relatan la manera como esas empresas alcanzan ventas millonarias, o en los seminarios de gurús sobre temas que resultan en tendencia y filosofías de gestión de negocios, tales como Lean Manufacturing, Reingeniería, Balance Scorecard, Benchmarking, Justo a Tiempo, Calidad Total, TPM, El sistema Kaizen, Las 5S, Sistemas de Gestión ISO. La tropicalización no tiene el capítulo de cómo acoplarlas a los sistemas financieros y su integración a la gestión de las operaciones y las ventas, para que juntas logren traducir mejoras que aseguren los resultados de rentabilidad que necesitan nuestras Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES).

Los resultados financieros de las operaciones de las multinacionales simplemente no están diseñados en espera del cierre del ciclo fiscal y "ver lo que pasa". Por el contrario en esas corporaciones, en el día a día, las informaciones financieras son las que determinan las estrategias de gestión a seguir en las operaciones y las ventas, para asegurar el logro de los objetivos financieros establecidos al inicio de cada ciclo económico.

El centralizar la gestión y todos los temas financieros, que funcionó por mucho tiempo para los propietarios únicos de las PYMES, ya simplemente se les escapa de las manos. Cuando sus operaciones mensuales sobrepasan por mucho los seis dígitos ya no tienen control ni gestión sobre todas las informaciones del flujo de efectivo que sube a sus sistemas de tecnología de

información. Resulta peor el caso donde los empleados conocen mínimamente la realidad financiera del negocio. Es un arma mortal para las PYMES, ya que no habrá la mínima posibilidad de mejorar lo que no se conoce. Se pierde todo el potencial del talento, las competencias de todas las áreas: humana, ingeniería, tecnologías de decenas de empleados con ideas brillantes, sin oídos del líder con tiempo y confianza suficiente para escuchar. Sumado a esto, estructuras en las operaciones completamente desvinculadas de las informaciones financieras.

Los empleados si conocen todas las grandes brechas dejadas por la debilidad de la gestión financiera y su desvinculación con las operaciones y la gestión de ventas, ofreciendo todo tipo de agujeros, que al final termina en casos de grandes desviaciones financieras, que se convierten en una bola de nieve al minar cada día la confianza de los propietarios. Este es el tema más común entre todos los dueños de negocios: "las desviaciones financieras". Pero nadie se pregunta ¿por qué pasa esto? ¿Cuál es la causa? La causa no es tanto la falta de integridad de los empleados. Las empresas tienen una gran responsabilidad cuando por falta de gestión y controles adecuados ponen en manos de los empleados la administración de enormes cantidades de recursos que "naturalmente" potencializan las desviaciones.

La experiencia adquirida en consultorías y asesorías de PYMES, durante más de 7 años, nos ha permitido ser testigo de la evolución de los controles y gestión del sistema fiscal dominicano, su mejora algorítmica y el impacto en el flujo de efectivo de las PYMES. No obstante, no se evidencia esa mejora en la gestión financiera de las

PYMES, que antes y aún ahora consideran la contratación e iguales de contadores, analistas financieros e impositivos, para los cierres de ciclos y la presentación de los estados al fisco. Es imperante contar con un equipo de profesionales con altas competencias y conocimientos de toda la estructura vertical del negocio, desde las operaciones hasta el servicio al cliente, para lograr las eficiencias operacionales que equilibren el flujo de efectivo a favor de una mayor y sostenida rentabilidad. Y aparece nueva vez la pregunta al contador o al analista financiero: si mi negocio vende y compra millones de pesos al mes, ¿dónde está el dinero?

Definitivamente las PYMES deben continuar fortaleciéndose e integrando las competencias de gestión de su personal del área financiera, operaciones y ventas, hasta lograr que las informaciones semanales tras semanas logren ser el "input" para lograr estrategias a corto plazo dirigidas a asegurar el cumplimiento de los objetivos estratégicos de los negocios. Aunque para muchos profesionales del área de contabilidad y finanzas en las PYMES, esto les suene a una meta imposible, les aseguro es más fácil que quitarle un chocolate a un niño.

Quien logre los recursos económicos de forma predecible y sostenible en el tiempo tendrá una plataforma sólida para competir e ir más allá de sus competidores. Podrá ir más allá y satisfacer las necesidades de sus clientes por encima de sus expectativas. Es el modelo que utilizan las multinacionales en sus operaciones diarias. Mientras que un buen porcentaje de nuestras PYMES mantiene sus puertas abiertas en espera de quienes las toquen.

El autor es consultor empresarial

FERIAS NACIONALES

**EXPOLUZ 2014 SANTO DOMINGO:
FERIA DE ILUMINACIÓN Y ENERGÍAS RENOVABLES,
REPÚBLICA DOMINICANA**
Del 24 al 26 abril 2014, Centro de Convenciones
del Puerto Sans Souci. Santo Domingo.
Tel: 809.355.6559
E-mail: expoluzrd@gmail.com
Web: www.expoluzrd.com

EXPO - FERRETERA INTERNACIONAL
A celebrarse en junio 2014. Santo Domingo.
Organiza: La Asociación de Ferreteros (ASODEFE)
Tel: 809.566.5121
E-mail: info@expoferretera.com.do
Web: www.expoferretera.com.do
Email: camara_valverde@yahoo.com

FERIAS INTERNACIONALES

**TOBACCO PLUS EXPO 2014 TPE LAS VEGAS:
FERIA INTERNACIONAL DEL TABACO, USA**
Del 29 al 30 de enero 2014
Las Vegas Convention Center. Las Vegas,
Estados Unidos - USA.
Tel: (203) 483.5774
E-mail: info@reuterexpo.com
Web: www.tobaccoplusexpo.com

**ISC WEST 2014 LAS VEGAS: FERIA INTERNACIONAL
DE SEGURIDAD USA**
Del 2 al 4 de abril 2014
Sands Expo and Convention Center. Las Vegas,
Estados Unidos - USA.
Tel: 203.840.5602
E-mail: inquiry@isc.reedexpo.com
Web: www.iscwest.com

**WORLD OF CONCRETE 2014 LAS VEGAS:
FERIA DEL HORMIGÓN USA**
Del 21 al 24 de enero 2014
Feria del sector construcción
Las Vegas Convention Center. Las Vegas,
Estados Unidos - USA.
Tel: (866) 860.1983
Web: www.worldofconcrete.com

COMPUTEX TAIPEI
Del 3 al 7 de junio 2014
Exhibición tecnológica internacional
E-mail: computex@taitra.org.tw
Web: www.computextaipei.com.tw

**V CONGRESO INTERNACIONAL DE BANANO 2014
SAN JOSÉ, COSTA RICA**
Del 24 al 27 de febrero 2014
Feria del sector Frutas y verduras
Centro de Convenciones del Hotel WYNDHAM.
San José Herradura. San José Costa Rica, Costa Rica.
Tel: (506) 2240.2333
E-mail: info@congresointernacionaldebanano.com
Web: www.congresointernacionaldebanano.com

FOODTECH & PHARMATECH TAIPEI
Del 25 al 28 de junio 2014
Exhibición internacional de maquinarias de procesamiento
para la industria alimentaria y farmacéutica.
E-mail: foodtech@taitra.org.tw
Web: www.foodtech.com.tw

FOOD TAIPEI
Del 25 al 28 de junio 2014
Exhibición internacional de alimentos
E-mail: foodtaipei@taitra.org.tw
Web: www.foodtaipei.com.tw

ISC BRASIL 2014 SAO PAULO: FERIA DE SEGURIDAD
Del 19 al 21 de marzo 2014
Expo Center Norte. Sao Paulo, Brasil.
Tel: (11) 3060.5021
E-mail: daniel.horn@reedalcantara.com.br
Web: www.iscexpo.com.br

Todo para su **Oficina**
en un solo lugar...!!!

Website: www.asi.com.do
asi@asi.com.do • asi@claro.net.do

Santiago y Santo Domingo

ASI
Computers & Office Supplies
inoastorres
Accesorios y Suministros, S.R.L.
Productos Básicos de Oficina

NUEVOS SOCIOS

A

ANA Y NAO INVERSIONES, S. R. L.
 Servicios de financiamiento y actividades financieras
 María Esperanza Arias Polanco
 Av. Circunvalación , Edif. 4, apto. 1-1
 Tel: 809-576-8776
 anaynaoinversiones@hotmail.com

D

DR. TOMÁS BELLIARD & ASOCIADOS, S. R. L.
 Servicios legales en general
 Tomás Eduardo Belliard Díaz
 Av. República de Argentina, Res. Ingco, Apto. 3-D, La Trinitaria
 Tel: 809-581-8109 / 809-971-9701
 tbelliard@gmail.com

G

GARAS, S. R. L.
 Construcción de edificios, obras públicas y privadas
 Ramón Candelario Arias Paulino
 Av. Juan Pablo Duarte, # 101, Mod. 6B, Plaza Bulevar Galerías
 Tel: 809-276-4967 / 809-276-6570
 ramon_masega@yahoo.com

N

NIULED BUSINESS GROUP, S. R. L.
 Fabricación de suelas y tacones para zapatos
 Amparo Torres
 Carr. Santiago-Tamboril, Km. 5, Parque Industrial Tamboril
 Tel: 809-276-6333
 amparo@termoloss.com.br

O

OPERADORA DE DESECHOS HOSPITALARIOS, (ODH), S. R. L.
 Servicios de transporte, tratamiento y disposición final de
 desechos hospitalarios
 Denis Rafael Lockward Mella
 Autop. Dr. Joaquín Balaguer, Km. 9, La Breña, Villa González
 Tel: 829-947-2111
 dlockward@dasarquitectura.com

P

PEÑA GORIS CONTRATISTAS ELECTROMECAÑICOS, S. R. L.
 Servicios y mantenimiento electromecánico
 Heberto Amaury Peña Hernández
 Av. Los Jazmines # 25, Los Jazmines
 Tel: 809-233-9797
 penagoris@gmail.com

S

SABBIA PERLA DOMINICANA, S. R. L.
 Venta de prendas de vestir
 Josefina Pichardo Fernández
 Av. Juan Pablo Duarte, Plaza Internacional, Mod. 221-A
 Tel: 809-241-2559
 josysboutique@hotmail.com

SERVICONTAF, S. R. L.
 Servicios de contabilidad y asesoría fiscal
 Kelvin Rhadamés Marmolejos
 C/ 22 #3 altos, Residencial Valle
 Tel: 809-921-1365
 servicontaf@hotmail.com

SOLANA MULTISERVICE, S. R. L.
 Importación de productos varios
 Juan Carlos Díaz Malagón
 C/N, # 43 Casa # 21, Embrujos III
 Tels: 809-295-7818 / 829-779-7420
 ventas@solanamultiservices.com

SOCIOS HABLAN



“La Cámara, a través de actividades como Expo-Cibao, nos brinda la plataforma para proyectar y promover nuestros proyectos habitacionales de manera más directa a los clientes. Además nos ayuda a mantenernos actualizados, tanto con informaciones como con cursos y talleres de capacitación, sobre el impacto que tiene en el sector construcción las transformaciones en el entorno laboral, económico y financiero del país. Igualmente nos permite la identificación de nuevas oportunidades y modalidades de negocio para nuestra empresa”.

Elimil Lora, Gerente de Negocios de Arconim Constructora



TÚ TIENES UNA RAZÓN POR LA CUAL VIVIR.

NOSOTROS CUIDAMOS ESAS RAZONES !



Juan Hernández & Asocs.
Corredores de Seguros

Av. 27 de febrero 140, Cerros de Gurabo, Santiago, R.D
Tel.: 809 . 583 . 0004 • Fax: 809 . 583 . 1047
24 h: 809 . 669 . 6262 • www.juanhernandez.com



Cultivando nuestros Valores, nacimos siendo

PIONEROS

en el mercado de Seguros.

Trabajamos comprometidos con la

CALIDAD

para asegurar los sueños de nuestros clientes.



Crecemos con

SOLIDEZ

y el compromiso de seguir siendo los mejores.



ROS
SEGUROS & CONSULTORIA