

infocámara



Publicación Trimestral • Año 13 - Número 55 • Abril - Junio 2014

DESARROLLO REGIONAL ENDÓGENO





50 AÑOS

SIENDO EL CEMENTO PREMIUM DOMINICANO

CEMENTO CIBAO

ALTO RENDIMIENTO MAYOR RESISTENCIA

SUPERIOR

EN TODOS LOS SENTIDOS



XIV Concurso Fotográfico Expo Cibao 2013

Foto Ganadora Segundo Lugar - "MULTICOLOR"

Autor: Anthony Grullón

Artista Santiaguero, graduado en Administración de Empresas, con una especialidad en Contabilidad en los Estados Unidos, donde se interesó por la fotografía.

En el año 2005 se integró como miembro activo del Grupo Fotográfico de Santiago (GRUFOS) y comenzó a desarrollar su pasión por la fotografía artística. Desde entonces ha participado en más de 40 exposiciones colectivas en países como República Dominicana, Haití, España, Cuba, Nicaragua, Estados Unidos y Bélgica.

Su impresionante trayectoria fotográfica le ha aportado sustanciales galardones, entre los que cabe destacar varios premios importantes

en el concurso fotográfico Expo-Cibao: segundo lugar en el 2013, primer lugar en el 2012, segundo lugar en el 2010 y primer lugar en el 2009.

Anthony ha triunfado en otros certámenes nacionales. En el 2013 obtuvo el primer lugar en el concurso "Orgullo de mi Tierra". En el año 2011 se alzó con el segundo lugar en el concurso Nacional Natalio Puras (Apeco) y tercer lugar en "Descubre La Vega". En el 2007 fue ganador del segundo lugar en la categoría Blanco y Negro, en el "III Concurso Fotográfico Carnaval Dominicano" organizado por el Ministerio de Cultura de la República Dominicana. En el 2005 obtuvo varios galardones: tercer lugar en la categoría Color del "V Premio Internacional Wifredo García"; segundo lugar en categoría libre en "Crónicas de Libertad" en Casa Chavón y tercer lugar en categoría libre en concurso interno de GRUFOS.



Revista No. 55 • Año 13
Abril - Junio 2014
Publicación Trimestral

Director Ejecutivo
Fernando Puig

Coordinadora
Carla Fernández

Diagramación
ocho_ochenta design


Impresión
Editora Teófilo

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](https://www.facebook.com/CamaraDeComercioYProduccionDeSantiagoInc)

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

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

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

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

CONTENIDO

- 05 Editorial: Los Cien Años de la Cámara
- 06 Actividades del Trimestre
- 10 Asesoría: Síguenos en las Redes Sociales, Pero....
- 14 Asesoría: Los Índices de Mercado y su Importancia en la Inversión Bursátil
- 18 Actualidad: Desarrollo Económico Regional Endógeno
- 20 Actualidad: ¡El Mercado Cambió!
- 22 Legal: Evaluando el Proceso de Regularización y Naturalización de Extranjeros
- 26 Asesoría: Pautas para Mejorar la Comunicación Profesional
- 30 Asesoría: Factibilidad de Incorporar una Empresa Individual de Responsabilidad Limitada en un Negocio de Unico Dueño.
- 33 Ferias Nacionales e Internacionales
- 34 Nuevos Socios y Socios Hablan

LOS CIEN AÑOS DE LA CÁMARA

La Cámara de Comercio y Producción de Santiago arriba a su primer siglo de existencia.

Definitivamente constituye un hito en la historia empresarial dominicana celebrar el centenario de una institución vanguardista en la identificación de las mejores oportunidades de desarrollo para el país, para la región y para el sector empresarial.

Es un centenario de historia institucional.

Son cien años de progreso, proyección y protección para nuestros asociados.

Son cien años sorteando las vicisitudes del contexto general y, en otros momentos, las actitudes políticas, muchas veces adversas. Pero, siempre buscando las oportunidades para desarrollar nuestro sector productivo y mejorar nuestras instituciones, leyes e infraestructuras.

Son cien años de creatividad, crecimiento, consistencia y conquistas empresariales. De hecho, más de un cuarto de este siglo hemos brindado la oportunidad a empresas, sin importar su tamaño, de participar en Expo-Cibao, un espacio donde cualquier sector productivo o de servicios puede presentar sus ofertas al consumidor y/o establecer relaciones comerciales. A esta ejecutoria se le adicionan las múltiples exhibiciones y ferias celebradas desde el año 1917, cada una constituyendo una vía para el surgimiento y el desarrollo de empresas.

Son cien años de identificar fortalezas, definir propósitos y unificar criterios.

En síntesis, son cien años de regocijo.

Nuestra Junta Directiva aprovecha este centenario para agradecer la confianza de socios, aliados, autoridades, medios de comunicación y sociedad en general. El apoyo brindado nos compromete a continuar luchando por los mejores intereses de la ciudad, la provincia y la región.

Al tiempo que agradecemos la alta valoración hacia nuestra Cámara, hacemos el compromiso de continuar con el modelo que iniciamos el siglo pasado en pro de los mejores intereses del empresariado de Santiago y la Zona Norte.

El momento es propicio para trazar la ruta que nos catapulte al futuro, integrando experiencias de modelos que nos tracen pautas para el desarrollo regional endógeno, basado en nuestra cultura y realidad socio-económica.

SANTIAGO CORRE 10K

Como parte de su compromiso con apoyar las actividades de bien social, la Cámara de Comercio y Producción de Santiago, la Asociación de Industriales de la Región Norte (AIREN) y el Consejo para el Desarrollo Estratégico de Santiago (CDES) organizaron el pasado mes de abril la tercera versión del maratón “Santiago Corre 10k”, una iniciativa del Club Rotario Santiago Rincón Largo, cuyos ingresos serán destinados este año a impulsar los programas de la fundación educativa Acción Callejera y a los atletas de alto rendimiento.

El director de Santiago Corre, Paulo Paiewonsky, informó que este año el evento se convirtió en una fiesta de la juventud, ya que dentro de las competencias hubo por primera vez una categoría juvenil para menores de 17 años. En el maratón participaron 1,200 atletas y 3,000 caminantes que partieron desde los jardines del Gran Teatro del Cibao, lugar de la salida y la llegada de los participantes.

Los ganadores en la categoría masculino fueron José Rubiera, primer lugar; Wilson Pérez, segundo; Edwin Dubal, tercero; Jorge Luis Beltré, cuarto y Manuel Herrera, quinto. En la categoría femenina las ganadoras fueron Sorangi Rodríguez (del Ejército Nacional), primer lugar, Jordana Díaz, de Moca, segundo lugar, Pascuala Veras, y Pilar Batista.



SEMINARIO “EL ARBITRAJE EN LA REPÚBLICA DOMINICANA: AVANCES, ATRACTIVOS Y RETOS”

El Centro de Resolución Alternativa de Controversias (CRC) de la Cámara de Comercio y Producción de Santiago (CCPS) en conjunto con la Asociación de Egresados de PUCMM, organizaron en abril el seminario “El Arbitraje en la República Dominicana: Avances, Atractivos y Retos”. El curso, que contó con una masiva asistencia de profesionales del derecho, tuvo como escenario el Auditorio Ciencias de la Salud de la Universidad y contó con la ponencia de reconocidos expertos en lo referente al área del arbitraje.

Juan Carlos Ortíz, Presidente de Asociación de Egresados de PUCMM tuvo a su cargo las palabras de apertura del encuentro. Los temas tratados en el seminario fueron: “El arbitraje como método alterno y heterocompositivo de resolución de conflictos privados” por Ismael Comprés, abogado y presidente del CRC; “El convenio o contrato de arbitraje” a cargo de Marcos Peña, “Composición del panel y procedimiento arbitral” por Lucas Guzmán, “La Intervención judicial en el arbitraje” por Samuel Arias, “El laudo y la acción de anulación”, por Edynson Alarcón y como tema de cierre: “El Arbitraje en la República Dominicana: avances, atractivos y retos. Comparación con arbitraje internacional”, a cargo de Marcos Peña y Carolina Soto.



ENCUENTRO CON EMBAJADOR DE LOS ESTADOS UNIDOS

James W. Brewster, Embajador de Estados Unidos, visitó nuestra Cámara en los primeros días de mayo. El representante diplomático fue recibido por nuestra presidenta Maria Victoria Menicucci Mella y miembros de la Junta Directiva.

Esta fue la primera visita oficial del Embajador Brewster a la Zona Norte e incluyó un recorrido de tres días a la ciudad de Santiago de los Caballeros, donde tuvo la oportunidad de reunirse con importantes representantes del ámbito académico, cultural y empresarial de la ciudad. El señor Brewster pudo conocer directamente de nuestros directivos, las actividades que llevamos a cabo para mejorar el clima de negocios en la región y en el país.

CÁMARAS FIRMAN ACUERDO DE COOPERACIÓN

La Cámara de Comercio Domínico-Francesa (CCDF) y la Cámara de Comercio y Producción de Santiago (CCPS) firmaron un Acuerdo de Cooperación Interinstitucional en el que ambas Cámaras se comprometen en aunar esfuerzos para fomentar por todos los medios lícitos a su alcance, el fortalecimiento de la economía, de la libre empresa y la promoción del comercio nacional e internacional. El documento fue rubricado por Joan Giacinti, presidente de la CCDF, María Victoria Menicucci Mella presidenta de la CCPS, Henri Hebrard, Director Ejecutivo de la CCDF y Fernando Puig Miller Director Ejecutivo de la CCPS.

Este acuerdo firmado tomando en cuenta que la CCDF trabaja arduamente para que entre Francia y República Dominicana exista además de importantes lazos de amistad y afecto fraternal, posibilidades de intercambio comercial e industrial que beneficien a los empresarios de ambos países, fortaleciendo y estrechando relaciones comerciales, culturales y económicas, además de una concreta integración social y económica que potencie el mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes.



Ambas entidades consideraron pertinente la firma de este acuerdo para los fines de crear y mantener un sistema de intercambio permanente de información económica, comercial, industrial y de oportunidades de negocios con el objetivo de brindar un servicio de calidad a sus asociados, así como promover en el respectivo ámbito de cada una de las Cámaras un conocimiento verídico, exacto y oportuno de la realidad de los sectores con los que interactúan. Además promover y propiciar la participación de los empresarios, industriales, comerciantes, agricultores, entidades de servicio o de cualquier otra naturaleza, en foros, seminarios, encuentros y demás actividades que realicen cada una de las Cámaras, independientemente o en forma conjunta.

Posterior a la firma de este importante acuerdo el señor Hebrard impartió una charla titulada "La Importancia del Idioma Francés en los Negocios". A éste acuerdo asistieron Miembros de la CCDF y de la CCPS, también miembros de la Junta Directiva (JD) de la CCDF y tuvo lugar en los Salones de Conferencias del Edificio Empresarial de esta ciudad.

SEMINARIO EXPORTANDO A CANADÁ

La Federación Dominicana de Cámaras de Comercio en la Región de Santiago, en colaboración con la oficina de facilitación del Comercio con Canadá, realizó en mayo el seminario "Exportando a Canadá".



El encuentro se centró en presentar los servicios que ofrece TFO Canadá, una institución sin fines de lucro, para asistir a los exportadores dominicanos interesados en entrar al mercado canadiense. Marysabel González, Gerente de Proyectos para América Latina y el Caribe proporcionó a los asistentes las informaciones fundamentales del programa.

Esta actividad viene a complementar la iniciativa de la Cámara de Comercio y Producción de Santiago tendente a fortalecer las exportaciones dominicanas, encontrando nichos de mercado, promoviendo las misiones comerciales y ofreciendo información estadística oportuna.

CÁMARA SANTIAGO CONMEMORA SU PRIMER SIGLO CON CELEBRACIÓN MISA EN ACCIÓN DE GRACIAS



Como parte de las actividades a realizarse durante este 2014, la Cámara de Comercio y Producción de Santiago celebró el pasado mes de mayo, en la Catedral Santiago Apóstol el Mayor, una misa de acción de gracias por la conmemoración de su primer siglo.

La eucaristía fue oficiada por Monseñor Ramón Benito de la Rosa y Carpio, Arzobispo Metropolitano de Santiago. A la misma asistieron socios, pasados presidentes, relacionados y personal de la institución de servicios, encabezados por la junta directiva presidida por la señora María Victoria Menicucci Mella.

Luego del oficio religioso la señora Menicucci Mella dio gracias a Dios por sus acciones a favor de los presentes, por la dedicación y presencia de pasados presidentes, resaltó el rol de la Cámara en sus primeros 100 años de existencia, y abogó porque las Cámaras continúen liderando al sector empresarial, en ocasión de conmemorarse el día de las Cámaras de Comercio, el 2 de junio de cada año.

TERTULIA ASOCIACIÓN EMPRESAS INDUSTRIALES HERRERA EN SANTIAGO



La Asociación de Empresas Industriales de Herrera y Provincia Santo Domingo (AEIH) realizó su tradicional Tertulia de Herrera, esta vez en la ciudad de Santiago de los Caballeros, junto a los miembros de la Cámara de Comercio y Producción de Santiago (CCPS) en los salones de actividades del Hotel Gran Almirante de esta ciudad.

Durante la actividad, María Victoria Menicucci, presidenta de la Cámara, presentó la ponencia "Adecuación del Código de Trabajo Dominicano: Una visión ganar-ganar". Ambas organizaciones empresariales plantearon su visión acerca de la necesidad de adecuación de esta legislación a la luz de las nuevas condiciones socioeconómicas por las que atraviesa el país.

El presidente de la AEIH, Víctor Castro dio apertura formal al evento y expresó la posición del gremio empresarial, demandando una reforma estructural profunda que tenga como centro el capital humano de las empresas, que debe ser "el primer motor de la competitividad como único camino de enfrentar la informalidad".

Tanto la AEIH como la CCPS llamaron a un consenso entre trabajadores y patronos, con el Estado actuando como ente facilitador, basado en la transparencia y en la equidad como única forma de revertir la tendencia hacia la informalidad, la creación y conservación del empleo y la promoción de la inversión.

SESIÓN DE LIDERAZGO Y TOMA DE DECISIÓN EN LA ORGANIZACIÓN



En el mes de junio la Escuela de Negocios Barna ofreció a nuestros socios un taller sobre el manejo del liderazgo y toma de decisión en la organización, impartido por el profesor Carlos Martí, Director Académico de Barna.

En esta sesión se reflexionó con empresarios y directivos de diversas empresas participantes sobre aspectos claves del liderazgo basados en la toma de decisiones y la dirección de personas, mediante la metodología de una simulación de una situación real de negocios.



2014

**PROGRAMA TRIMESTRAL
DE CAPACITACIÓN**
Invita BDO ESEENFA

Zona Norte

JULIO

DIPLOMADOS

- TRIBUTACIÓN CORPORATIVA (Con la Nueva Reforma Fiscal)
- GESTIÓN HUMANA

CURSO - TALLERES

- IGUALAS CONTABLES, LLENADO Y ENVÍO DE LOS FORMULARIOS FISCALES
- GESTIÓN DE ADUANERA
- ANÁLISIS DE CRÉDITO BANCARIO
- ACTUALIZACIÓN EN ITBIS E IMPUESTOS INDIRECTOS
- PRESUPUESTO EMPRESARIAL

INICIO

19
26

12
19
25
26
26

AGOSTO

DIPLOMADO

- NORMAS INTERNACIONALES DE INFORMACIÓN FINANCIERA NIIF 'S

CURSO - TALLERES

- ADMINISTRACIÓN BASADA EN LIDERAZGO
- ACTUALIZACIÓN EN IMPUESTO SOBRE LA RENTA (Con la Nueva Reforma Fiscal)
- GERENCIA DE COMPRAS Y LOGÍSTICA INTERNACIONAL
- GERENCIA DE ALMACÉN Y CONTROL DE INVENTARIOS
- PRINCIPIOS BÁSICOS PARA EL MANEJO DE LOS IMPUESTOS
- ANÁLISIS DE COSTOS APLICADOS A LA INDUSTRIA HOTELERA

SEPTIEMBRE

DIPLOMADOS

- GERENCIA ESTRATÉGICA DE CRÉDITOS Y COBROS
- GERENCIA ESTRATÉGICA DE COSTOS DE PRODUCCIÓN

CURSO - TALLERES

- CONTABILIDAD PARA NO CONTADORES
- ESTADOS DE FLUJOS DE EFECTIVO (NIC -7)
- EVALUACIÓN DE RIESGO DE CRÉDITO Y CALIFICACIÓN DE LA CARTERA DE PRÉSTAMOS
- CONTROL INTERNO ENFOCADO AL RIESGO FINANCIERO

PREGUNTE
POR NUESTROS
ENTRENAMIENTOS
INHOUSE
Y ALQUILER DE
SALONES

DESCUENTOS Y
FACILIDADES DE
PAGO

Oficina Administrativa, Santiago R.D.

Plaza Coral, Av. Bartolomé Colon, Esq. Germán Soriano, Módulo 306, 3er. Nivel. (Frente al Mult. Pola)
Tel.: (809)-276-2755/3366/3367



personas se sienten seducidas por el vínculo instantáneo que se crea con la interacción virtual personalizada. Pero eso tiene un costo que los gerentes deben asumir a la hora de tener acceso a un conglomerado enorme de clientes o usuarios, pues su grado de vulnerabilidad se multiplica. Si no se cuenta con un personal suficientemente numeroso, capaz de dar respuesta inmediata y de manera profesional a los requerimientos de estos clientes o consumidores, los resultados podrían ser la peor pesadilla para la empresa.

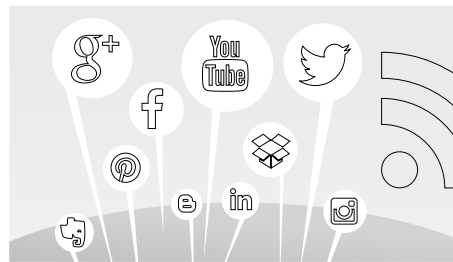
A continuación me permito compartir algunos infortunios ocurridos recientemente en las redes sociales:

- La cadena de Restaurantes TGI Friday's y su agencia publicitaria crearon una página de Facebook en el 2009 bajo el nombre de Woody su fan # 1. Este sitio Web le ofrecía una hamburguesa gratis a todos aquellos que se inscribieran, si la página alcanzaba los 500,000 seguidores antes del 30 de septiembre. La cifra fue alcanzada a mediados de agosto, lo cual creó un conflicto para la empresa y su agencia publicitaria, debido a que miles de consumidores no recibieron el cupón dejando a un cuarto de millón de fans preguntándose "¿dónde está mi hamburguesa?" Contrario a como pasa en los medios tradicionales, el control de la publicidad en las redes sociales es muy complicado.

- La marca Keneth Cole incurrió en un gran error cuando sugirió por medio de su cuenta de Twitter que la excitación causada por su colección de primavera, era la responsable de los desórdenes producidos en el Cairo, la capital egipcia. Aunque el CEO de la empresa se disculpó en menos de una hora y el mensaje original fue eliminado, los bloggers consideraron el tweet repulsivo y de mal gusto; una campaña de mercadeo insensible ante una situación de tensión y calamidad en una nación extranjera.

- El más rutilante caso se remonta al mes de abril del presente año, en el que en la cuenta oficial de Twitter de la aerolínea US Airways una pasajera se quejó por el retraso sufrido en su vuelo y en respuesta recibió un mensaje nada cortés, al tiempo

que la referían al Departamento de Servicio al Cliente mediante una foto en la que aparecía una mujer con un avión insertado en la vagina. El mensaje y la fotografía fueron retirados una hora después de haber sido colgados, luego que decenas de miles de mensajes inundaran las redes sociales y el caso se convirtiera en tema noticioso por varios días.



También las declaraciones de tipo personal de un ejecutivo pueden dañar la relación con un cliente o afectar la imagen de la compañía. En el 2009 James Andrews, Vice-Presidente de Ketchum (empresa de Relaciones Públicas) indicó en su cuenta de Twitter que él "moriría si le tocara vivir en la ciudad de Memphis, Tennessee". Esta declaración la produjo en momentos en que encontraba de visita allí y se dirigía a una entrevista en las oficinas principales de su cliente FedEx. Andrews se vio obligado a renunciar de la posición tras lo que se entendió fue un insulto al cliente y al orgullo de su ciudad natal.

Ejecutivos de otras empresas no aprendieron la lección y casos similares se han repetido. En Diciembre de 2013 ocurrió el fiasco de Justin Sacco, ejecutiva del gigante de Internet InterActive Corp. Sus declaraciones sobre su visita a África y la posibilidad de contraer SIDA, no pudieron ser peores.

Por ende, si usted decide abrir su empresa a las redes sociales, es bueno que tenga claro lo siguiente:

1-La madurez, ecuanimidad, profesionalidad y respeto por clientes y consumidores son principios que deben ser practicados permanentemente. En determinado momento la euforia puede traicionarle y en estos tiempos de acceso inmediato a la información, hay una línea fina como frontera entre lo debidamente correcto y

lo que se podría entender como "novedoso, simpático, e impactante". Si a pesar de los controles establecidos, desafortunadamente se produce una falla, admítala inmediatamente y prometa una solución. Asumir una postura de enojo no conducirá a ninguna parte; mucho menos una actitud que sugiera que toma el asunto a la ligera. Si alguno de los responsables del manejo de su página no ha cumplido con las reglas, remuévalo temporalmente de su posición, investigue el caso a fondo y cuando el resultado final esté disponible, proceda de acuerdo a los mejores intereses de su empresa.

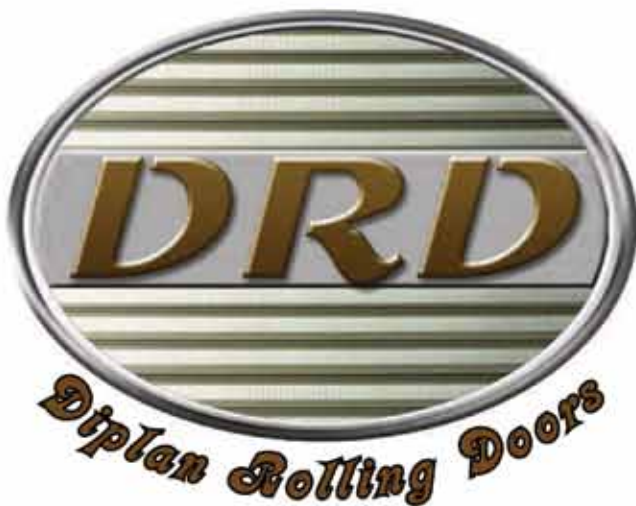
2- Tome en consideración que sus competidores son otra amenaza. Algunos se podrían sentir motivados a crear falsos reportes del servicio que usted ofrece y podría ser secundado por los seguidores de su competidor. Peor aún, su competidor podría pagar para crear esos falsos reportes, y crearle un descrédito inmerecido, lo que pudiera conllevar al cierre de su página por mala publicidad. Es por lo que recomiendo tener un equipo que dé seguimiento de manera permanente a su página y que participe activamente en esta.

3- Si enfrenta una insatisfacción real de un cliente, no la ignore. Aunque no resuelva la situación en el momento, responda de manera inmediata. No dé la impresión que está respondiendo con una plantilla genérica. Cada situación es única y si el cliente se siente atendido de manera personal, podrá ser más receptivo a entender y aceptar su disculpa. Ventilar públicamente disputas, nunca será buen consejo. El rumor negativo de boca en boca pudiera ser devastador, porque muchos de sus clientes pudieran verse reflejados en una situación en particular.

Indudablemente que el Internet y las Redes Sociales son herramientas importantes en el accionar de todos los campos del Mercadeo, pero así como pueden resultar efectivas, también podrían convertirse en el Armagedón instantáneo de lo que tanto esfuerzo y trabajo le ha costado construir con el paso de los años.

El autor es Consultor en Mercadeo

Fabricantes de Puertas
Enrollables



Calle Emilio Prud-Homme No. 60, Bella Vista. Santiago, Rep. Dom.
Tels.: 809-247-0101 • 247-0103 • 247-0002 • Fax. 809-247-0049
E-mail.: diplanrollingdoors@hotmail.com

Los ÍNDICES DE MERCADO Y SU IMPORTANCIA EN LA INVERSIÓN BURSÁTIL

Por: Erick Stern Loinaz

En las páginas financieras, en las noticias televisivas y hasta en la radio nos enteramos de los valores del Dow Jones o del S&P 500, indicadores significativos para quienes invierten en la bolsa de valores. Dada la importancia de estas herramientas se hace imperativo conocer esos índices para saber que representan.

Dow Jones

Es el índice de mercado más conocido y de mayor prestigio. Su nombre completo es Dow Jones Industrial Average. También se le conoce como Industrial Average, Dow 30 o simplemente como el Dow.

Este índice fue calculado por primera vez en 1896 y aunque se sigue llamando Industrial la mayoría de sus 30 componentes actuales no son industriales. Debido a la evolución de la economía compañías de tecnología y financieras han entrado a formar parte del Dow Jones. Intel, Microsoft, Cisco Systems, IBM, American Express, Visa, Boeing y Caterpillar, entre otras, forman el Dow. De las compañías que originalmente lo integraron en sus inicios solo General Electric sigue siendo parte del mismo.

Hay que aclarar que las empresas que conforman el Dow Jones no necesariamente son las compañías más grandes en cuanto a capitalización de mercado. Por ejemplo, Apple y Google tienen mayor capitalización de mercado que IBM pero no pertenecen al Dow. A las compañías que integran el Dow muchas veces se les conoce como las 30 grandes; también se les llama "blue chips". A las compañías del Dow se les reconoce prestigio mundial, confiabilidad, estricta gobernabilidad corporativa y una gran habilidad para obtener resultados positivos en tiempos buenos y malos.

El Dow, es un índice calculado en base al precio diario de cada componente, lo que



se llama un "price-weighted index", lo que significa que los componentes con mayor precio tienen una mayor proporción del índice. Debido a su metodología de cálculo y a su número limitado de componentes, existen ciertas reservas en cuanto a si el Dow representa ciertamente los mercados financieros en conjunto. Sin embargo, es el índice más prestigioso del mundo.

Standard & Poor's 500

El S&P 500 es un índice de mercado de valores elaborado tomando en cuenta 500 grandes compañías de todas las industrias que cotizan en la bolsa de valores. Quizás más seguido que el Dow Jones, el S&P500 es considerado por los expertos como la mejor representación del comportamiento de las bolsas.

El índice es elaborado por un comité de analistas y expertos de la compañía Standard & Poor's. Las compañías que lo integran pueden variar dependiendo si en algún momento cesan de cumplir con diferentes requisitos necesarios para integrarlo. Entre estos están:

-Capitalización de mercado (total de acciones por el precio de estas) de al menos 4 billones de dólares.

-Volumen negociado mensual mínimo de doscientas cincuenta mil acciones.

Solo compañías que listan dentro del NYSE o del NASDAQ son consideradas para integrar el S&P 500.

A diferencia del Dow, el S&P 500 es lo que se llama un "capitalization-weighted index", donde la proporción de cada componente es ajustado, a su capitalización de mercado total. Como sus componentes son conocidos y públicos, el índice es utilizado por fondos de inversión para construir portafolios que asemejen exactamente al índice para luego vender a inversionistas por paquetes. De esa forma el inversionista individual puede intervenir en el mercado total sin tener que comprar las 500 compañías en su proporción exacta lo que sería prácticamente imposible.

Una técnica utilizada por los "arbitrageurs" de bolsa es tratar de determinar cuáles compañías dejarán de integrar el índice y por cuáles serían sustituidas para de esa forma participar en la subida y bajada de ambas cuando los grandes fondos vendan y compren.

CREÍA QUE EL TIEMPO TENÍA LÍMITES,
HASTA QUE ME DEMOSTRÓ LO CONTRARIO

Hay tanto que aprender, afortunadamente
queda gente dispuesta a ayudarnos a crecer.



CERTIFICADOS FINANCIEROS

GENTE QUE CUIDA
CADA PASO DE TU VIDA



www.acap.com.do

  @ACAPdom

NASDAQ Composite

El índice NASDAQ, de igual nombre que la bolsa electrónica NASDAQ (National Association of Securities Dealers Automatic Quotation System), es un índice que inició en 1971 y cuyos componentes son todas las compañías (aproximadamente 3000) que listan sus acciones en ella.

Es considerado un índice de tecnología debido a la gran cantidad de compañías tecnológicas que lo integran aunque todos los sectores e industrias están representados en este. Compañías financieras, biomédicas y hasta de bienes raíces integran el NASDAQ. Compañías de fuera de Estados Unidos también componen el NASDAQ pues listan sus acciones dentro de la bolsa electrónica mediante los llamados ADRs, instrumentos que representan acciones de compañías foráneas negociadas públicamente en los Estados Unidos.

Participar en el comportamiento del NASDAQ como inversionista es posible sin comprar todas las 3000 acciones mediante instrumentos emitidos por fondos de inversión. El ONEQ es un instrumento negociado públicamente destinado a asemejar el comportamiento del NASDAQ.

Existen otros índices bursátiles fuera de los Estados Unidos. Entre estos están:

Nikkei 225, llamado también Nikkei index, o el Nikkei Stock Average. Es un índice de las más prestigiosas 225 compañías que listan en la bolsa de valores de Tokio. Empezó a calcularse a principios de los años 50.

DAX (Deutscher Aktien Index) es un índice compuesto por las 30 más prestigiosas compañías que listan en la bolsa de valores de Frankfurt. Corporaciones como BMW, Adidas, Bayer y Volkswagen integran el Dax.

FTSE 100 llamado regularmente el "footsie" es un índice compuesto por las 100 mayores compañías en cuanto a capitalización de mercado que negocian en el mercado de valores de Londres. Se empezó a computar en el 1983.

EURO STOXX 50 Este índice está compuesto por 50 compañías dentro de 12 países Europeos.

IPC index (Indice de precios y cotizaciones) se compone de las empresas líderes que negocian en la Bolsa de Valores de Méjico.

IGBC conocido también como índice general, es compuesto por las principales compañías que listan en la bolsa de valores Colombiana.

A pesar de que algunas personas parece que nacen con algún instinto básico para saber invertir, la verdad es que la experiencia nos dice que cada individuo adquiere esos talentos a través del estudio y participación en transacciones. Hay quienes hablan de que existe el factor suerte, pero la verdad es que lo mejor es minimizar la importancia de la suerte y aprender que en el arte de invertir, la suerte es favorecida por una mente preparada. Como dicen algunos por ahí, "mientras más duro trabajamos más suerte tenemos".

El autor es Especialista en Bolsa de Valores

inoa&storres
Accesorios y Suministros, S.R.L.
Productos Básicos de Oficina

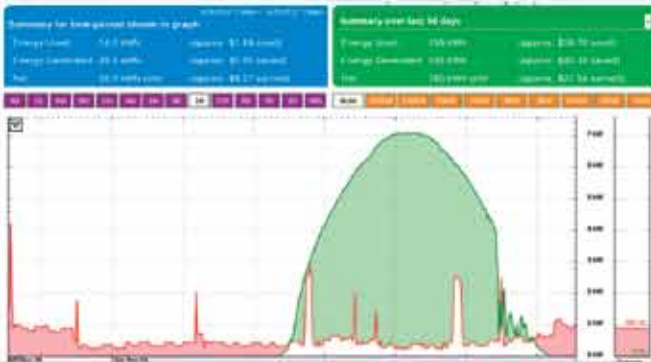
Equipos y Materiales Gastables • Computadoras • Papelería • Muebles
Accesorios • Suministros • Redes • Reparaciones

ASI
Computers & Office Supplies

Santo Domingo: Av. Niñez de Cáceres #22, Los Prados, Santo Domingo, D.N., Tel. 809.548.7575 • Fax: 809.548.7676
Santiago: Av. Bartolomé Colón #86, Los Jardines, Santiago, Tel. 809.247.3900 • Fax: 809.247.3901
Website: www.asi.com.do • E-mails: asi@asi.com.do • asi@dar.com.do



seiter srl
ingeniería & energías renovables



Eficiencia Energética:

- Sistemas solares
- Sistemas HVAC (Heating, Ventilation and Air Conditioner) de alta eficiencia
- Otros sistemas de ahorro, control y monitoreo

Calle México, esq. Yoryi Morel, Plaza Paty V, Mod. A1, Reparto Del Este
Santiago Rep. Dom. / web www.seiter.com.do / email info@seiter.com.do
teléfono 829-947-0906/ cel administración 829-605-5225 / cel ingeniería 829-605-5224

DESARROLLO ECONÓMICO REGIONAL ENDÓGENO: RECETA JAPONESA PARA LA DISTRIBUCIÓN DE LA RIQUEZA

Por: Carlos Peralta



Recientemente el Banco Mundial publicó un estudio titulado “Cuando la Prosperidad no es Compartida: Los Vínculos Débiles entre el Crecimiento y la Equidad en la República Dominicana” en el que se refleja que a pesar de que el PIB per cápita de la nación dominicana creció casi un 50% del 2000 al 2011, una gran parte de los habitantes del país no pudieron beneficiarse de esa bonanza económica.

En otras palabras, la economía dominicana creció y se expandió a un ritmo mayor que el de América Latina y El Caribe. Sin embargo, solo un porcentaje inferior al 2% ha mejorado su situación económica, en

contraste con un 41% (en promedio) que lo ha logrado en la región. Y lo que es peor aún: cerca del 20% de los dominicanos padecieron un deterioro de su estatus económico.

Esta realidad de lo acontecido en nuestro entorno regional en años muy recientes, presenta una marcada discrepancia con ejemplos asiáticos como los de Taiwán y Corea del Sur, países que hace unas décadas estaban en nuestras mismas condiciones y hoy son potencias económicas importantes, con conquistas sociales admirables.

ENTONCES, ¿PARA QUÉ QUEREMOS UN AUMENTO DEL INGRESO PER CÁPITA?

En el caso de Japón, donde recientemente tuvimos la oportunidad de participar en el curso sobre “Desarrollo Económico Regional Endógeno con Recursos Locales”, organizado por la Agencia de Cooperación Internacional de Japón (JICA, por sus siglas en inglés), en el que aprendimos la historia económica de los últimos sesenta años de ese país, que a pesar de quedar completamente devastado por la guerra en 1945, emergió de sus ruinas y en tan solo 15 años pasó a ser una de las principales potencias económicas del mundo.

Los años de la post-guerra marcaron el inicio del desarrollo de esa nación asiática siguiendo, en gran parte, la experiencia de países occidentales industrializados; las inversiones estaban concentradas en las grandes ciudades y las áreas industriales, alcanzando rápidamente un crecimiento de primer orden. No obstante, muchas regiones se quedaron rezagadas por la escasa inversión que recibieron.

Es aquí donde encaja el tema del desarrollo económico regional endógeno, en el cual aquellas zonas, sobre todo rurales, que se habían quedado esperando una inversión del gobierno que no terminaba de llegar, comprendieron que había un riesgo enorme si confiaban en recursos que no poseían. Como consecuencia aparecieron un sinnúmero de iniciativas locales para promover la economía en diferentes regiones de Japón. A éstas iniciativas motorizadas por la gente se les denominó “desarrollo endógeno”.

CARACTERÍSTICAS DEL DESARROLLO ENDÓGENO

La ciudad de Oyama, precursora del movimiento “Un pueblo, un producto” UPUP (que puede interpretarse como “Un pueblo, un Orgullo”), propició todas las empujes de desarrollo que aparecieron casi de forma simultánea en Japón. Dichas iniciativas comparten características comunes, dentro de las que destacamos las siguientes:

- La gente local toma decisiones que los convierten en constructores de su desarrollo.
- Prima la supremacía del bien común sobre el particular; los negocios locales, cooperativas y la gente local trabajan juntos como miembros de la misma comunidad.

- Se espera una inversión pequeña del gobierno central que estará bajo el control de la gente local.
- Hay un aprovechamiento completo de los recursos locales disponibles.
- Se fomenta el desarrollo continuo de capacidades en la población local.

Este modelo se basa en un desarrollo económico con inclusión social, con inversión focalizada, participativa y progresiva (no asistencialista), con un alto grado de involucramiento de la población local y sobre todo con un enfoque de dotación de capacidades, tanto técnicas como de mejoramiento de vida.

Estos ejemplos japoneses indican la importancia del desarrollo de capacidades y la identidad como base para el desarrollo endógeno; expresan que las actividades económicas no llegan a ser sostenibles en un ambiente económico evolutivo a menos que la gente misma aprenda cómo hacer frente a los cambios inesperados.

LOS NIPONES IDENTIFICARON TRES TIPOS DE OPCIONES PARA DESARROLLAR LA ECONOMÍA REGIONAL:

- 1- A través de la venta de productos brutos o procesados al exterior, sobre todo de la comunidad a las ciudades más grandes.
- 2- Atrayendo visitantes a la región o la comunidad, para ofrecerles productos, servicios y turismo interno en general.
- 3- Incentivando la circulación del dinero dentro de la región, minimizando la salida del efectivo y reinvertiendo en la propia región.

En nuestro país, donde la gran inversión en obras e infraestructuras se quedan en menos del 13 % de las provincias, se hace más evidente la necesidad de contar con una población empoderada, educada, capacitada y consciente para no demandar dádivas, prebendas o asistencialismo, sino obras focalizadas y de bien colectivo, que coadyuven a los sectores productivos a ser más competitivos; que faciliten la creación de más empleos dignos y bien remunerados, con un sistema de seguridad social y que al final todo redunde en garantías de seguridad ciudadana y la paz social que tanto anhelamos.

El desarrollo económico como tal es un objetivo importante. Pero, cuando la prosperidad se pierde en la prodigiosa definición de “per cápita”, donde estadísticamente la riqueza de pocos se promedia entre la pobreza de muchos, y se disfraza la realidad del número resultante, entonces estamos hablando de un desarrollo insípido, vano y vacío, con un impacto social pírrico.

Nuestro deber como ciudadanos es prepararnos, capacitarnos y estar informados para crear conciencia de que no debemos dejar nuestro futuro sólo en manos de los políticos, sino que debemos hacer incidencia e involucrarnos en todas las acciones que afecten nuestra comunidad, nuestra provincia y nuestro país. Así veremos que los frutos están más cerca de lo que pensamos.

El autor es Gerente de Gestión Social y Capacitación de la Cámara de Comercio y Producción de Santiago.



¡EL MERCADO CAMBIÓ!

Por: José Ignacio Ureña

En lo últimos años, nos hemos adentrado en un nuevo ciclo del mercado donde la tecnología, los medios de comunicación, las empresas, el consumidor y la información se han fusionado para dar como resultado lo que hoy conocemos como la era del marketing digital.

Esta nueva etapa se caracteriza principalmente por la transformación del papel que juegan los consumidores, el uso de las tecnologías emergentes en el área de la comunicación y la adaptación de las empresas a los cambios que está experimentando el mercado. Analicemos los elementos de manera particular:

Rol del consumidor. En la era del mercadeo digital el consumidor ya no es simplemente un personaje importante en la historia, sino que es el protagonista y participa activamente en el guión, la dirección y la producción de ésta. La apertura de las redes sociales y las nuevas plataformas de comunicación, permiten a los consumidores dar su opinión pública y abierta sobre su experiencia con un producto o servicio, y al mismo tiempo tener acceso rápido y directo a fuentes de información prácticamente ilimitadas. Sobre esa base, tienen la potestad y creatividad suficiente para generar contenido que impacte de manera negativa o positiva determinada marca. En este nuevo escenario el consumidor se ha convertido en un ente influyente que cualquiera querrá tener como aliado. Se debe tener claro que en la era digital, el cliente, comprador o consumidor no es el seguidor, sino que es el personaje a quien las empresas siguen.

Rapidez de la tecnología. Vivimos una época en que la tecnología no es un privilegio, sino un medio de supervivencia intelectual y social. Esto lo demuestra la cada vez más rápida actualización e introducción de nuevos modelos de teléfonos inteligentes (smartphones), tabletas, laptops y la generación de tecnologías que se llevan puestas (wearable technology) como relojes, pulseras y lentes, evidenciándose una reducción impresionante en la brecha de tiempo para la llegada de estos dispositivos al mercado. Los avances que hace 50 años tardaban décadas en ocurrir hoy llegan a las manos de empresas y consumidores en cuestión de meses.

Alcance de los medios de comunicación. En este punto es donde la fusión entre tecnología y medios de comunicación se pone de manifiesto. Con la llegada de las plataformas de comunicación 2.0, las cuales son las redes sociales (como Facebook, Twitter, Linked in, Instagram), los blogs, las páginas de Internet interactivas, los videos, el "cross media" (la integración de diferentes medios –digitales y convencionales- para lograr un mayor efecto) se ha ampliado el alcance de los medios de comunicación hasta el punto de permitir interacción sin interrupciones entre todas las partes interesadas. Es decir, estamos en un momento donde el término "medios de comunicación" se queda corto, y habría que pensar llamarlos "medios de conversación".

Capacidad de adaptación de las empresas. La transición a lo digital ha sido un tema delicado para muchas empresas, ya que algunas se han dado cuenta de la importancia de realizar cambios en su estructura administrativa y de comunicación para acompañar al consumidor en este nuevo entorno. Sin embargo, existen otras (y me atrevo a decir que en el mercado dominicano son mayoría) que siguen creyéndose protagonistas en una historia pasada de moda y no se dan la oportunidad de contratar a un profesional que las guíe. El éxito de las empresas en esta nueva época, depende de su capacidad de lograr de manera efectiva y vinculada con su estrategia la transición a la era del marketing digital.

El impacto que están teniendo las nuevas tecnologías y plataformas de comunicación sobre las empresas y consumidores es la manera más clara en la que podemos entender esta nueva situación del mercado que nos ha tocado vivir. Te aseguro que no es una moda, sino que es una realidad que ha venido para quedarse y seguir evolucionado. Y para concluir quiero hacerlo con una frase dirigida especialmente a ti empresario: "Abre bien los ojos y oídos, porque el consumidor o te habla o te hace señas".

El autor es Licenciado en Mercadotecnia con Especialización en Marketing Digital

ILTAE
Instituto de Lenguas y Tecnologías
Avalado por el Colegio Bilingüe New Horizons, Santiago

(Inglés y Gimnasia)
desde los 4 años.

Inglés y Francés para niños, jóvenes y adultos

FR EN

ELC Early Learners Club, sala de tareas y actividades

Futsal y Gimnasia Artística

C/Prof. Manuel García García No. 3, Jardines Metropolitanos, Tel. 809.247-4915
www.gnewhorizons.net



Evaluando el Proceso de Regularización y Naturalización de Extranjeros

Por: José Darío Suárez

La Sentencia TC/168/13, rendida por el Tribunal Constitucional, trazó las pautas para la solución de un serio problema migratorio y de nacionalidad que nuestro país viene arrastrando por espacio de 78 años. El dictamen constituye un llamado de atención a la Junta Central Electoral, al Ministerio de Interior y Policía, al Consejo Nacional de Migración, a la Dirección General de Migración y una exhortación al Poder Ejecutivo.

La Sentencia relativa al recurso de revisión constitucional en materia de amparo incoado por la señora Juliana Deguis Pierre, concebida prima facie en términos radicales y absolutos, dispuso un recetario sobre los procedimientos que debían implementarse para conjurar el problema creado. Ordenó que la Junta Central Electoral adoptara las medidas siguientes: a) restituir en un plazo de diez días laborables el acta de nacimiento de la recurrente; b) proceder a someter el acta de nacimiento en cuestión al examen de tribunal competente; c) proceder de la misma manera en los demás casos; d) efectuar una auditoría minuciosa en los libros de nacimiento del Registro Civil desde el 21 de junio de 1929 hasta la fecha de la sentencia; e) consignar en una segunda lista los extranjeros irregularmente inscritos en el Registro Civil; f) crear libros registros especiales anuales de extranjeros en el período anteriormente señalado; g) notificar todos los nacimientos transferidos al Ministerio de Relaciones Exteriores; h) remitir la lista de extranjeros irregularmente inscritos en el Registro Civil al Ministerio de Interior y Policía, que preside el Consejo Nacional de Migración.

Dispuso también que la Dirección General de Migración otorgara en un plazo de diez días un permiso especial de estadía temporal a la recurrente, hasta tanto el Plan Nacional de Regularización de Extranjeros Ilegales determinara las condiciones de regularización de este género de casos.

Además dispuso que el Ministerio de Interior y Policía elaborara, dentro de un plazo de 90 días, el Plan Nacional de Regularización de Extranjeros Ilegales radicados en el país y que rindiera al Poder Ejecutivo un informe general, con sus recomendaciones.

Finalmente, la sentencia exhortó al Poder Ejecutivo a implementar el Plan Nacional de Regularización de Extranjeros Ilegales radicados en el país.

Una consecuencia de la Sentencia 168-13 del Tribunal Constitucional es la ley 169-14 que aporta una solución política concertada, instituyendo un régimen especial provisional de convalidación de los registros civiles y estableciendo un procedimiento para la acreditación de ilegales hijos de padres extranjeros nacidos en la República Dominicana.

El régimen especial instituido por la ley 169-14 está articulado en dos categorías:

- 1) En beneficio de los hijos de padres y madres extranjeros no residentes nacidos en territorio nacional durante el período comprendido entre el 16 de junio de 1929 hasta el 18 de abril de 2007, inscritos en los libros del Registro Civil dominicano en base a documentos no reconocidos por las normas vigentes.
- 2) Para los hijos de extranjeros en situación irregular nacidos en la República dominicana y que no figuran inscritos en el Registro Civil.

Para el primer caso, la ley ordena a la Junta Central Electoral proceder a regularizar y/o transcribir en el Registro Civil, como dominicanos y a expedirles la cédula de identidad y electoral. En el caso de que ya la posean, expedirla con la numeración anterior. La ley también reconoce con eficacia retroactiva todos los actos de la vida civil de la persona cuya situación se regulariza bajo esta modalidad.

Para el segundo caso, los interesados deberán cumplir con el procedimiento siguiente: a) solicitar su registro en el libro para extranjeros en un plazo de 90 días; b) el Ministerio de Interior y Policía dispone de un plazo de 30 días para tramitar la solicitud, con su no objeción, a la Junta Central Electoral; c) el interesado



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



dispone de un plazo de 60 días, contados a partir de su inscripción en el libro de extranjería, para acogerse al Plan Nacional de Regularización de Extranjeros; y d) el interesado dispone de un plazo de 2 años, contados a partir de la obtención de una de las categorías migratorias, para optar por la naturalización ordinaria.

La ley excluye de su beneficio a las personas que hayan obtenido registros instrumentados con falsedad de datos, suplantación de identidad o cualquier otro hecho que configure el delito de falsedad en escritura pública, siempre que el hecho sea imputable directamente al beneficiario.

SE PENALIZA LA FALSEDAD en que incurra una persona al realizar la solicitud de regularización, en nombre propio o en su condición de pariente o afín, en el procedimiento de naturalización especial. También se establece un régimen sancionatorio para los Oficiales del Estado Civil que incurran en falsedades en escritura pública o cualquier otra infracción penal.

Algunos han cuestionado la constitucionalidad de la ley 169-14, que tendrá una vigencia transitoria hasta que dure la ejecución del Plan Nacional de Regularización de Extranjeros en situación migratoria irregular. Se argumenta que la referida ley viola el artículo 110 de la Constitución, que consagra el principio de la irretroactividad de las leyes, al disponer que el Estado Dominicano reconozca con eficacia retroactiva, la validez de todos los actos de la vida civil a los beneficiarios.

En este aspecto la ley más bien tiene un carácter declarativo al reconocer la validez de todos los actos de la vida civil, que fueron realizados al amparo de la norma constitucional vigente al momento en que se generó el derecho reclamado. El objeto del principio de irretroactividad de la ley se circunscribe a no causar perjuicios, sino a conceder beneficios a las situaciones creadas sin sacrificio de derechos adquiridos.

También se ha señalado que la ley es inconstitucional porque modifica el sistema de nacionalidad y extranjería. En ese aspecto, las formas de adquisición de la nacionalidad son las mismas que señala la Constitución: jus soli, jus sanguini, por matrimonio y la naturalización; las cuales no son alteradas por la ley.

El régimen de extranjería consagrado en la Constitución tampoco resulta modificado por la ley, la cual se limita a declarar que los extranjeros tienen en la República Dominicana los mismos deberes y derechos que los nacionales, con las limitación de que no pueden participar en actividades políticas en el territorio nacional y la obligación de registrarse en el libro de extranjería. La legislación se circunscribe a establecer un régimen especial de convalidación de los registros civiles y un procedimiento de acreditación de la identidad personal de los nacidos en el País de padres extranjeros en situación irregular.

La ley está en armonía con la Constitución de la República y con la Sentencia rendida por el Tribunal Constitucional. Si existiera alguna incompatibilidad con la ley General de Migración, la misma debe ser considerada modificada en ese aspecto por la ley de Regularización y Naturalización por su naturaleza de ley especial con respecto a la primera.

En resumen, la ley 169-14 aporta una solución institucional a un problema ancestral en la República Dominicana.

El autor es Abogado



Frías & Asociados

Abogados Consultores

Calle Prolongación B, No. 35, Reparto del Este, Santiago de los Caballeros, República Dominicana
Teléfono: 809-247-4610; Fax: 809-247-4841; Celular: 809-865-2323
Página web: www.friasabogados.com.do Email: info@friasabogados.com.do



Kendall®

AMERICANO

100%



MAU MANUEL ARSEÑO UREÑA, S. A.

AV. 27 DE FEBRERO NO.514. TELS. 809-537-4161 / 809-537-7755 SANTO DOMINGO

AV. BARTOLOMÉ COLÓN ESQ. METROPOLITANA. TELS. 809-582-1151 / 809-582-7046 SANTIAGO | WWW.MAU.COM.DO

PAUTAS para MEJORAR la comunicación profesional

Por: Gisell López Baldera, MSJR.



La educación es un punto cardinal en la agenda nacional y el porqué no es extraño para ningún dominicano. Lejos de los problemas presupuestales, de la necesaria construcción de escuelas y de los sueldos de los maestros, la educación va mucho más allá del simple enseñar a leer y escribir. No obstante, quizás no lo advertimos cuando una persona llega a un nivel académico profesional. Y cabe preguntarnos entonces, ¿Sabemos los profesionales leer y escribir correctamente? ¿Sabemos comunicar a la altura de nuestra investidura? La respuesta es simple y alarmante: no siempre.

La preocupación sobre el correcto uso del idioma en nuestro país es bien justificada. Descontando el hecho de que los profesionales generalmente somos ignorantes en las áreas que se encuentran fuera de nuestra disciplina, dejamos mucho que desear al escribir con deficiencias en el uso del Español, con el escaso conocimiento disciplinar que demostramos muchas de las veces en la exposición de algún tema y con el bajo nivel de comprensión de textos en general. Así que por más que quisiéramos reducir la educación base al conocimiento de las habilidades de leer y escribir, nuestro problema es mucho más profundo y crítico.



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



CENTRO DE RESOLUCIÓN
ALTERNATIVA DE CONTROVERSIAS
CÁMARA DE COMERCIO Y PRODUCCIÓN DE SANTIAGO



El profesional de hoy día tiene tantas herramientas a su alcance para lograr el conocimiento que se olvida de lo básico. Ejemplo de esto es que se “come” las tildes, olvida que las preguntas directas deben encerrarse en signos de interrogación (¿?) y escribe “cuchucientas” palabras en un párrafo de una sola oración. Todo esto es sólo una muestra del descuido y de las dificultades con el uso de nuestro idioma. Definitivamente hace falta un cambio, pero un cambio que nazca de nosotros mismos. Por tanto, pretendo presentar en este artículo mis consejos para corregir algunos de los errores más comunes que afectan la comunicación profesional.

ESCRIBIR COMO UN PROFESIONAL

Hay que tener presente que del profesional (no importa el área) se espera una alta calificación. Esto implica, especialmente para los profesionales liberales como contadores, abogados y médicos, ser competentes en la escritura. Para ilustrar con ejemplos esta postura, imaginemos el pan de cada día: escribir un correo electrónico. Una vez recibí un correo con tan mala puntuación que no entendí que mi colega me hacía una pregunta, sino que interpreté que me estaba reportando algo que había sucedido. Es posible que ella pensara que por ser nosotras de la misma profesión la entendería fácilmente, pero ¡nada más lejos de la realidad!

Por esta razón recomiendo releer los escritos y ponerse en el lugar de la persona que recibirá el mensaje. Es aconsejable hacerse la pregunta: ¿entenderá mi lector lo que quiero comunicar? Es muy probable que usted pueda detectar sus propios errores si lee detenidamente lo que ha escrito, sin darle a las palabras la entonación que usted le daría con su voz.

Otro punto sumamente importante es tomar en cuenta el tipo de escrito que se quiere redactar, porque no es lo mismo rendir cuentas de un proyecto que elaborar un escrito de defensa. El primero corresponde a la estructura de un informe (incluso, muchas veces técnico), mientras el segundo es un ensayo argumentativo.

Para trabajar este aspecto en la escritura existen muchos libros prácticos, instructivos en línea e incluso talleres que ofrecen instituciones educativas y empresariales.

Un tercer punto es distinguir el nivel del lector a quien dirige su escrito. Este elemento tiene dos vertientes:

a) El nivel de la instrucción del lector determinará el vocabulario a emplear. De modo que, si soy abogada y dirijo mi escrito a un juez, la terminología jurídica será entendida por el lector; caso contrario de si dirijo una carta a mi cliente.

b) Resulta importante determinar qué tan enterado está mi lector de lo que se expone en el escrito.

Tendré que dar mayores detalles de mi exposición en un informe si lo rindo a una junta directiva que no está al tanto de mis actuaciones, a diferencia de si dirijo el mismo informe a mi superior inmediato, quien conoce mejor el proyecto del que le rindo cuentas.

Hasta ahora hemos visto puntos muy prácticos que pueden ayudar al profesional a tener una perspectiva más completa al momento de escribir. Sin embargo, no hemos mencionado todavía aquellas prácticas que pueden mejorar el uso del idioma y la ortografía en general.

Podrían parecer muy básicas, pero las que enumero a continuación son acciones que nos pueden ayudar a superar deficiencias en la comunicación profesional:

1. Lo principal es leer. Leer todo lo que llegue a nuestras manos es una práctica sana, pero hace falta seleccionar buenos textos para cultivar el vocabulario y ejercitar la lectura comprensiva. También es necesario incluir en las lecturas seleccionadas obras de literatura o de áreas del saber distintas a la que ejercemos, para evitar limitar nuestros conocimientos a los de la propia profesión.

2. Realizar ejercicios de escritura. Puede ser tan sencillo como leer un artículo del periódico y escribir un comentario de dos párrafos al respecto o buscar en nuestros archivos algún informe o escrito y mejorarlo.

3. Practicar la buena ortografía. Esto se logra dando igual importancia a la ortografía empleada en el chat de Whatsapp (por poner un ejemplo), que en un informe para un cliente. Esto nos permitirá tomar conciencia de nuestra propia escritura y de los errores que normalmente cometemos.

Un profesional no puede evitar leer y escribir. Por lo tanto, debe procurar hacerlo bien y mejorar con el tiempo. Esto garantiza una mayor competencia profesional y una comunicación más efectiva.

La Autora es Abogada





Elegir el corredor correcto, puede ser la pieza más importante

En Global B cuidamos de tus intereses a través de un servicio experto, que logra negociar para ti la cobertura más conveniente del mercado asegurador.



Santiago: Teléfono: (809) 276-2226

Santo Domingo: Teléfono: (809) 368-2226

www.globalb.com / info@globalb.com



@GlobalBSeguros



GlobalB.Seguros

Factibilidad de Incorporar una Empresa Individual de RESPONSABILIDAD Limitada en un Negocio de Unico Dueño.

Por: Leandro Corral

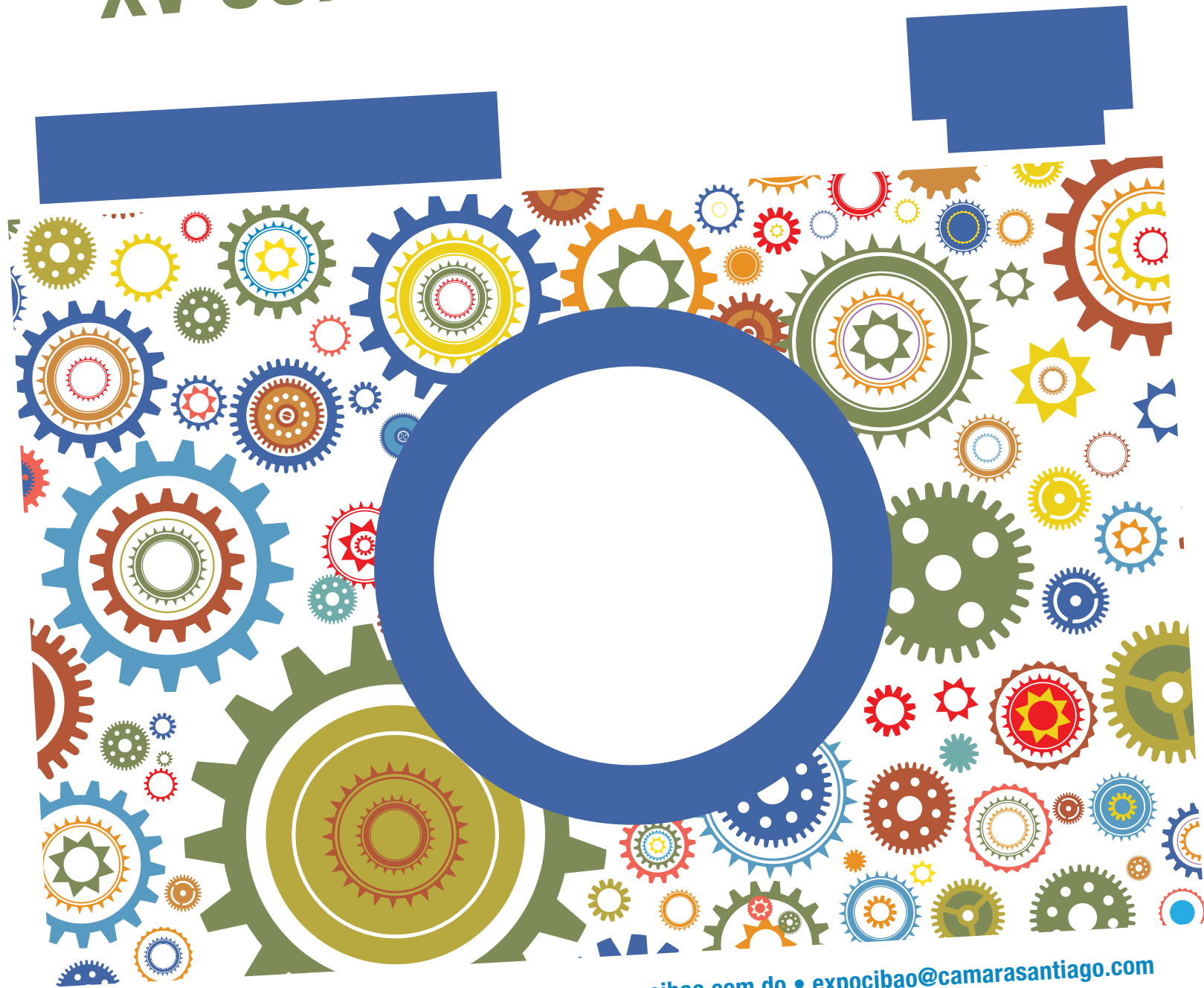


En la actualidad, la República Dominicana cuenta con numerosos negocios con carácter de informales debido, entre otras cosas, a la falta de una política pública para incentivar el emprendimiento.

El desarrollo de dichos negocios informales llega hasta el punto que requieren ser registrados en los organismos correspondientes para cumplir con las regulaciones fiscales y tributarias, entre otras. Así, un carpintero que desarrolla trabajos informales y recibe la solicitud para trabajar en un proyecto de escuela, debe cumplir con el proceso de facturación exigido, para obtener el trabajo. Casos como estos se viven a diario en República Dominicana y dejan al emprendedor dos posibilidades para formalizar sus operaciones: operar como persona física (negocio de único dueño) o incorporarse como Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (EIRL). En el presente escrito abordaremos algunas diferencias entre ambos tipos de sociedades comerciales que permitan al lector tomar una decisión acertada para el correcto funcionamiento de su negocio.

EXPO CIBAO '14

XV CONCURSO FOTOGRAFICO



Para mayor información y bases del concurso: www.expocibao.com.do • expocibao@camarasantiago.com
tel: 809 582 2856 / fax: 809 241 4546 • Av. Las Carreras No. 7 Edificio Empresarial, Santiago, República Dominicana.



La ley 479-08 modificada por la ley 31-11, dentro de las novedades incluidas en nuestro ordenamiento comercial, trajo consigo una figura ideal para emprendimientos o negocios de un solo propietario. Esta figura es la Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (EIRL), la cual se constituye con la escritura (acto auténtico o bajo firma privada) en la cual el propietario dispone las reglamentaciones que regularán el desarrollo y la organización de la empresa. La ley no exige capital mínimo, pero sí que el mismo sea depositado en la cuenta de un banco donde quede certificado el aporte del propietario. El dueño del negocio puede fungir como administrador o puede escoger otra persona física que desarrolle las gestiones como gerente. Este vehículo corporativo es ideal para que el emprendimiento adquiera una estructura jurídica reconocida y demuestre una visión empresarial.

La Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (EIRL) al ser incorporada y registrada por ante la Cámara de Comercio y Producción del domicilio de la entidad y al obtener posteriormente el Registro Nacional de Contribuyentes (RNC), opera independientemente de las operaciones que su propietario efectúa, debido a la personalidad jurídica de la que está revestida, teniendo un patrimonio propio distinto de su propietario. Así, si la empresa es propietaria de un bien y su dueño tiene problemas legales, el patrimonio de la empresa queda protegido de cualquier reclamación que recibiera su propietario, pues no se trata de la misma persona, aunque el dueño sea el mismo que ha sufrido el percance. Además, dentro de la EIRL, la responsabilidad del propietario llega pura y exclusivamente hasta el monto del aporte efectuado.

En el ámbito fiscal, la Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (EIRL) tiene las mismas obligaciones tributarias que los demás tipos societarios, con las obligaciones de Impuesto Sobre la Renta, declaración de ITBIS, avances, retenciones, así como las obligaciones de registro de los empleados en la Tesorería de la Seguridad Social (TSS). No está sujeta a un Impuesto a la Propiedad Inmobiliaria (IPI), pero sí a un Impuesto sobre los Activos. En el ámbito laboral, además de las obligaciones de la TSS en la inscripción de los empleados, la responsabilidad de los mismos recae sobre la empresa y no sobre el propietario, ya que está revestida de la personalidad jurídica, lo que asegura el patrimonio del propietario ante cualquier eventualidad laboral. En caso de solicitar financiamiento, la empresa tendrá su propio historial crediticio y no afectará al propietario, pudiendo la empresa y el propietario solicitar financiamientos distintos sin afectar el uno al otro, lo que otorga un beneficio para el propietario, pues le permite desarrollar operaciones distintas.

En el otro lado de la avenida, nos encontramos con la posibilidad de desarrollar nuestro negocio como persona física denominada "negocio de único dueño", que también tiene sus ventajas y desventajas. Dentro de las ventajas podemos mencionar la tarifa

única de pago para obtención de registro mercantil por ante la Cámara de Comercio, mientras que al incorporar una EIRL, ésta pagará una tarifa variable dependiendo del capital.

También la persona física tiene que notificar el inicio de sus operaciones por ante la Dirección General de Impuestos Internos (DGII) de modo que las operaciones que efectúa queden gravadas con los impuestos correspondientes. Pero, la asignación de un número de identificación tributaria es más expedita que en la Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (EIRL) pues no se exigen los mismos requisitos. A partir del año 2009, con la emisión de la norma 05-09, la Dirección General de Impuestos Internos (DGII) emite un número distinto al del número de la cédula de la persona física para el Registro Nacional de Contribuyentes (RNC), pudiendo cambiar aquellas personas que utilizaban el número de su cédula.

En el aspecto fiscal, las personas físicas tienen un trato distinto ya que los plazos para declarar el impuesto sobre la renta son más cortos, aunque la tasa tributaria es menor y, en algunos casos, pueden recibir una exención, dependiendo del monto, lo cual representa una ventaja. Igualmente se benefician de no tener que efectuar retenciones como la EIRL. Sin embargo, las obligaciones de declaración de impuestos son las mismas que tienen las sociedades y la empresa individual, tales como ITBIS, Impuesto Sobre la Renta y otros. La persona física está sujeta al Impuesto a la Propiedad Inmobiliaria (IPI). En cualquier deuda con el fisco, la responsabilidad recae 100% sobre la persona y su patrimonio total queda afectado.

En el marco laboral, acontece una situación similar a la que ocurre en la parte fiscal, ya que en el caso de una persona física titular del negocio, los empleados laboran para ese individuo, debiendo ser inscritos en la Seguridad Social bajo la tutela de la persona física. Cualquier situación laboral, será sobre la persona física y su patrimonio a quien competirá la responsabilidad de responder ante los empleados y sus demandas. En el caso de solicitar financiamiento para su negocio, la persona física afecta su crédito, ya que es responsable de la operación bancaria, no pudiendo en muchos casos solicitar otro financiamiento a título personal por estar afectado en el financiamiento del negocio, o viceversa, lo que se convierte en una desventaja, comparado con las posibilidades de la Empresa Individual de Responsabilidad Limitada.

En resumidas cuentas, la Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (EIRL) ayuda a organizar un negocio, el patrimonio personal no queda afectado con las operaciones de la empresa y representa una excelente opción para desarrollar un negocio de único dueño.

El autor es Abogado

FERIAS NACIONALES

EXPO VEGA

Del 31 de Julio al 3 de Agosto 2014

Lugar: La Vega Country Club. La Vega

Organiza: Cámara de Comercio y Producción de La Vega, Inc.

Tels: 809-573-2256 / 809-573-3319

Email: ventasexpovega@gmail.com

EXPO CIBAO

Del 17 al 21 de Septiembre 2014

Lugar: Gran Teatro del Cibao. Santiago de los Caballeros

Organiza: Cámara de Comercio y Producción de Santiago, Inc.

Tel: 809-582-2856 / Fax: 809-241-4546

Email: ferias@camarasantiago.com /

mercadeo@camarasantiago.com

Web: www.expocibao.com.do

FERIA TECNOLÓGICA DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE LA ROMANA

Del 24 al 26 de Octubre 2014

Organiza: Cámara de Comercio y Producción de la Romana

Tel: 809-550-5280

E-mail: rberas1164@hotmail.com

EXPO BONAO

Del 29 de Octubre al 2 de Noviembre 2014

Lugar: Club de los Comerciantes y Profesionales. Bonao

Organiza: Cámara de Comercio y Producción de Bonao

Tel: 809-296-0134

Email: camarac_bonao@hotmail.com

EXPO CONSTITUCIÓN

Del 6 al 11 de Noviembre 2014

Lugar: Auditorio Mayor del Instituto Politécnico Loyola. San Cristóbal

Organiza: Cámara de Comercio y Producción de San Cristóbal

Tels: 809-528-3344 / 809-528-2294

Email: camaracomerciosc@hotmail.com

EXPO VALVERDE

Del 13 al 16 Noviembre 2014

Lugar: Complejo Deportivo Mao 97. Mao

Organiza: Cámara de Comercio y Producción de Valverde

Tels: 809-572-3291 / 809-572-4064

Email: camara_valverde@yahoo.com

FERIAS INTERNACIONALES

FERIA INTERNACIONAL DE BOGOTÁ 2014

Del 29 de Septiembre al 3 de Octubre 2014

Lugar: CORFERIAS, Centro internacional de negocios y exposiciones. Bogotá, Colombia.

Web: www.feriainternacional.com

COLOMBIA PLAST EXPO EMPAQUE 2014 BOGOTÁ, COLOMBIA: FERIA DE PLÁSTICOS, CAUCHO, ENVASES Y PAQUETES

Del 29 de Septiembre al 3 de Octubre de 2014

Lugar: CORFERIAS Centro internacional de negocios y exposiciones. Bogotá, Colombia.

Web: www.colombiaplast.com

SICUR LATINOAMÉRICA 2014 CHILE: FERIA INTERNACIONAL DE EQUIPOS, PRODUCTOS Y TECNOLOGIAS PARA SEGURIDAD INTEGRAL

Del 15 al 17 de Octubre 2014

Lugar: Recinto Espacio Riesco. Santiago de Chile, Chile.

Web: www.sicurlatinoamerica.cl/

CES 2015 LAS VEGAS: FERIA DE TECNOLOGÍA USA

Del 6 al 9 de Enero 2015

Lugar: Las Vegas Convention Center. Las Vegas, Estados Unidos - USA.

Web: www.cesweb.org/

ISC WEST 2015 LAS VEGAS: FERIA INTERNACIONAL DE SEGURIDAD USA

Del 14 al 16 de Abril de 2015

Lugar: Sands Expo and Convention Center. Las Vegas, Estados Unidos - USA.

Web: www.iscwest.com

NUEVOS SOCIOS

E

ESCUELA DE COCINA GOURMET PUCHEU

Capacitación Gastronómica
Rafael Pucheu
C/ Doctor Arturo Grullón #19, Jardines Metropolitanos
Tel: 829-581-5555 / 809-241-6550

H

HABI DOMINICANA, S.R.L.

Inversión de bienes inmuebles
Fermina Padilla Almonte
C/Alejo Martínez esq. David Stern, Plaza Pyramid, 1er nivel,
local #2, Batey, Sosúa
Tel: 809-571-3970
info@habidominicana.com

I

INVERSIONES BONAFER, S. R. L.

Planificación, asesoría e inversión de proyectos empresariales
e industriales
Juana Iris Polanco Germosén
Av. Nuñez de Cáceres, Plaza Cabrera
Tel: 809-575-5629
juanairis_p@hotmail.com

INVERSIONES C3, S.R.L.

Cobros compulsivos
Carolina del Carmen Martínez Guillén
Av. Las Carreras #61
Tel: 809-971-1131 / 809-861-1212
c3junio23@hotmail.com

O

**ORLANDO FERNÁNDEZ, VELAS Y PROVISIONES, S. R. L.
(ORFEVEPRO)**

Productos desechables y de consumo masivo, provisiones
en general
José Orlando Fernández Tejada
Autop. Joaquín Balaguer, Km. 8 ½, Villa González
Tel: 809-575-2112
orlandofernandez@hotmail.es

OROLOGIO JOYERÍA, S.R. L.

Compra y venta de todo tipo de joyas
René Florentino Rivas
Av. Juan P. Duarte, Módulo. 104, Plaza Palermo
Tel: 829-583-0101
orologio.joyeria@gmail.com

P

PANELES ESTRUCTURALES DOMINICANOS, S. R. L. (PANELDOM)

Materiales y accesorios de alta tecnología para la construcción
Julissa Hernández
Carr. Luperón, Km. 7 ½, Gurabo
Tel: 809-736-9042
paneldom@gmail.com

PROVITODO, E. I. R. L.

Comercialización y distribución de productos comestibles y
provisiones de todo tipo
Toribio Ramírez Valerio
C/ Jiménez Vidal #6, prox. Av. Rafael Vidal
Tel: 809-971-9115
provitodo@hotmail.com

S

SOPHY SUPLIDORA DE OFICINAS, S. R. L.

Venta de muebles y equipos de oficinas
Rubén Darío López
Av. Duarte #116, Navarrete
Tels: 809-583-6776 / 829-962-6812
rdlopezspp@gmail.com

V

VERAS & ASOCIADOS

Servicios legales
José Jordi Veras Rodríguez
C/ Sebastián Valverde No.8 (Antigua C/10), Jardines Metropolitanos
Tels: 809-587-3165/809-330-5582
verasyasocs@gmail.com

VKR DOCUCENTER, S. R. L.

Venta y comercialización de medicinas, papelería y productos
miscelaneos
Julia Margarita Silverio Delmonte
Av. Monumental, No. 5, Domy Mall, Mód. 107
Tel: 809-241-9084
farmaciagio@gmail.com

SOCIOS HABLAN



Como representante de la empresa Estación Cell, puedo decir que es un honor ser parte de la Cámara de Comercio, ya que nos ha facilitado la oportunidad de participar en talleres y seminarios de un incalculable valor para nuestros empleados. Es notorio que el nivel de formación ha aumentado en gran manera; es tanto así, que son los empleados quienes solicitan este servicio.

Muchas gracias a sus dirigentes. Estamos muy complacidos.

María Castillo, Recursos Humanos (RRHH)



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

EXPO CIBAO '14

PERSEVERANCIA - CONTINUIDAD - COMPROMISO



Foro Empresarial

Rueda de Negocios

Exhibición Comercial

18 y 19 de septiembre

17 al 21 de septiembre

Gran Teatro del Cibao

mercadeo@camarasantiago.com - 809 582 2856 - www.expocibao.com.do  