

FACTOR DE ÉXITO

¡La clave está en la diferenciación!

ISSN 2520-0100

AIRD impulsando

la operatividad industrial para enfrentar la recuperación económica.

Factor de Debate

¿Debe aprobarse el 30% de retiro del fondo de pensiones?

Industria Automotriz en Retroceso

Filantropía Reivindicada
THONY DA SILVA ROMERO

Industrias San Miguel

Cambios en los modelos de negocio dan paso a una orientación más digital

Arturo Marroquín
Gerente General

¿CÓMO LAS INDUSTRIAS DOMINICANAS ENFRENTARÁN LA RUTA HACIA UN MAYOR DESARROLLO?

Las empresas **socialmente responsables** llevan la solidaridad en su **ADN**



SOLIDARIDAD



Pizzolante

estrategia
comunicación+

Firma Internacional de Consultoría en
Estrategia y Comunicación Empresarial

www.pizzolante.com



Pizzolante
Estrategia + Comunicación



Pizzolante
Estrategia Comunicación



PizzolanteGlobal



Pizzolante



Ponemos toda nuestra energía

Para acelerar un futuro energético más limpio, innovador y sustentable.

editorial

¿CÓMO LAS INDUSTRIAS DOMINICANAS ENFRENTARÁN LA RUTA HACIA UN MAYOR DESARROLLO?

El COVID-19 cambió la realidad de toda la humanidad y en consecuencia el desarrollo productivo y económico empresarial a nivel mundial, sin embargo las crisis son potenciadoras de transformaciones y apertura de nuevos caminos. El escenario de hoy ya es otro y supone desarrollar nuestra capacidad de resiliencia ante los nuevos desafíos causados por esta pandemia.

Estos son tiempos de oportunidades pues nos invitan a sacar la mejor versión, a nivel personal y profesional, de cada uno de nosotros. Alineados con estas nuevas circunstancias, el desarrollo de esta edición presenta los liderazgos más relevantes dentro de los sectores productivos del país para conocer ¿Cómo las industrias dominicanas enfrentarán la ruta hacia un mayor desarrollo?, uno de los principales retos que tenemos en la actualidad.

Es así como iniciamos con Arturo Marroquín Gerente General de Industrias San Miguel (ISM) quien protagoniza nuestra portada y nos comparte junto a sus ejecutivos, cómo ha sido la trayectoria de sus primeros 15 años en el mercado industrial dominicano, destacados por su calidad de servicio y excelencia hacia sus colaboradores, y cuáles son sus expectativas para conquistar los años venideros con el impulso del desarrollo en la reactivación de su industria.

De cara al nuevo escenario que se proyecta en la reactivación de los sectores productivos dominicanos, tenemos la entrevista al Ministro de Economía, Planificación y Desarrollo (MEPYD) Juan Ariel Jiménez, quien nos explica sobre las acciones emprendidas para atender la emergencia económica con el diseño de políticas públicas para aliviar el impacto económico de las medidas de distanciamiento social y protección de la población más vulnerable, como el Fondo de Asistencia Solidaria al Empleado (FASE) y el programa “Quédate en Casa” así como la proyección del desmonte gradual de las medidas, para la reapertura de la actividad económica.

En esta nueva realidad, es un compromiso de todos el poder reactivar el aparato productivo y económico convocando a todos los sectores que hacen vida en el país; en este sentido entrevistamos a la Vicepresidenta Ejecutiva de la Asociación de Industrias de la República Dominicana

(AIRD) Circe Almánzar, quien reafirma sobre la oportunidad que se presenta para abordar las reformas que necesita el país para el desarrollo sostenible de los próximos 30 años, en el que se garantice crecimiento sostenido, la generación y recuperación de empleos y la inclusión social tomando en cuenta las nuevas tecnologías que están cambiando al mundo.

De igual manera Pedro Brache Presidente del Consejo Nacional de la Empresa Privada (CONEP) expresa en relación a la reactivación económica productiva del país, que las estrategias diseñadas incluyen una serie de protocolos y medidas de acuerdo a los diferentes sectores para que puedan adaptarse a la realidad de cada empresa. Además, buscan la articulación de todos los actores que deben involucrarse para que se pueda encauzar nuevamente a la economía hacia el progreso.

Un tema que nos ocupa, dentro del contexto de ¿Cómo las industrias dominicanas enfrentarán la ruta hacia un mayor desarrollo? es el sector automotriz, uno de los sectores con mayor carga impositiva, hoy esta realidad los está afectando significativamente y frente a esta situación y para conocer un poco más sobre como las empresas del sector están afrontando esta situación, y conocer que se puede esperar para el reimpulso de esta importante actividad económica, contactamos a la empresa líder en el país con experiencia centenaria en el mercado dominicano y referente del sector automotriz: Santo Domingo Motors (SDM) en la voz de Anibal Rodríguez, su vicepresidente ejecutivo.

Esta edición producida en cuarentena, viene con contenidos que no pueden dejar de leer, se trata de la nueva sección **Factor de Debate**, la cual presentará en cada número, realidades que son tendencias mostrando algunas de las posiciones más resaltantes de cada una de las partes en conflicto, un

contenido con posiciones contrarias en la que nuestra audiencia sacará sus propias conclusiones.

En los momentos de crisis muchos seres humanos muestran su mejor lado, y ante la emergencia derivada del COVID-19, en República Dominicana no es diferente, donde el apoyo se ve manifestado de muchas formas, por ello como aporte frente a la pandemia, hemos hecho alianza con la firma consultora internacional **PIZZOLANTE** y **ECORED** para dejar constancia del esfuerzo y la voluntad del sector privado dominicano en contribución a la contención y mitigación de los efectos creados por el COVID-19. Este esfuerzo conjunto llevó a la creación del “**SOLIDARITY TRACKING**” una herramienta en nuestra plataforma web, que muestra las diferentes maneras de demostrar la solidaridad, valor humano fundamental en todo momento y más en tiempos de crisis. Esta difusión es el resultado de hacer seguimiento, compilación y organización de los aportes por empresa, presentando de forma consolidada el repositorio de la solidaridad del sector privado dominicano.

Los tiempos difíciles ponen a prueba nuestros valores y nos ayudan a crecer. De la resiliencia y empatía con la que vivamos, dependerá de que tan fortalecidos salgamos de esta situación para poder hacer frente a los nuevos desafíos por venir.

¡Para todo el equipo de Factor de Éxito es un orgullo poder compartirles esta edición con voceros y contenidos tan relevantes en tiempos de complejidad, les invitamos a disfrutarla!

Isabel Cristina



foto | Tintorelli Photo & Films



Como parte del compromiso con nuestro país, unimos nuestros esfuerzos al destinar una parte de la producción de alcohol de Ron Barceló y la gran capacidad de distribución de Cervecería Nacional Dominicana para ayudar a reducir el riesgo de contagio entre la población dominicana con el COVID-19.

96,000
LITROS DE ALCOHOL
DESTINADOS PARA



32,000 LITROS DE ALCOHOL ETÍLICO DISTRIBUIDOS EN **12 HOSPITALES** IDENTIFICADOS POR LAS AUTORIDADES LOCALES.



55,000 BOTELLAS DE ALCOHOL DISTRIBUIDAS ENTRE COLMADOS Y EMPLEADOS DE SERVICIO DE ENTREGA



100,000 UNIDADES DE GEL SANITIZANTE A BASE DE ALCOHOL PARA AYUDAR A LAS FAMILIAS DOMINICANAS

Reconocemos el invaluable servicio que brinda el personal de salud y aquellos colaboradores de empresas estrictamente indispensables, que nos han enseñado a valorar el significado de la palabra más importante del mundo.

La palabra **SALUD**.

Agradecemos a todas las empresas que se han unido por nuestro país.

[#JuntosPorRD](#)



Arturo Marroquín
Gerente General ISM

PORTADA

pág.
16

Industrias San Miguel

Cambios en los modelos de negocio dan paso a una orientación más digital



Exportación El sector prioritario para el proceso de recuperación del país

Entrevista a: Juan Ariel Jiménez Núñez
MINISTRO DE ECONOMÍA, PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO (MEPYD)



AIRD impulsando la operatividad industrial para enfrentar la recuperación económica

Entrevista a: Circe Almánzar
VICEPRESIDENTE EJECUTIVA DE LA ASOCIACIÓN DE INDUSTRIAS DE LA REPÚBLICA DOMINICANA (AIRD)



CONEP: La República Dominicana cuenta con un sector empresarial responsable y solidario

Entrevista a: PEDRO BRACHE ÁLVAREZ
PRESIDENTE DEL CONSEJO NACIONAL DE LA EMPRESA PRIVADA (CONEP)



pág.
32

ADOCEM comprometidos con el desarrollo productivo y económico del país

Entrevista a: Adriano Brunetti
PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN DOMINICANA DE PRODUCTORES DE CEMENTO (ADOCEM)



pág.
35

SECTOR AUTOMOTRIZ en retroceso si el estado no toma medidas para su reactivación

Entrevista a: ANIBAL RODRÍGUEZ
VICEPRESIDENTE EJECUTIVO SANTO DOMINGO MOTORS (SDM)

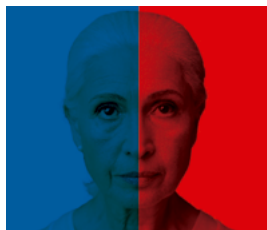


Por: Thony Da Silva Romero

Consultor internacional en Estrategia y Comunicación, Socio de PIZZOLANTE

pág.
45

Filantropía Reivindicada



pág.
48



¿Debe aprobarse el retiro del 30% de los fondos de pensiones?

Revista Factor de Éxito República Dominicana
Número 21, Año 4

Directora:

Isabel Cristina Rolo Figueroa

Comité Ejecutivo:

Héctor Rolo - Isabel Figueroa de Rolo

Andrés García - Isabel Cristina Rolo Figueroa

Arianna Rolo Figueroa - Thony Da Silva Romero

Director de Arte:

Héctor Rolo Pinto

Directora Editorial:

Isabel Figueroa de Rolo

Directora de Mercadeo:

Arianna Rolo

Gerente de Negocios:

María Concepción Romero

Coordinación Editorial:

Elia Pacheco

Jefe de Diseño-Diagramación: Ángel (Paco) Pineda

Diseño Gráfico: Herver Duque

Portada:

Arturo Marroquín Gerente General ISM

Columnistas:

Ismael Cala / Escala con Cala

Thony Da Silva Romero / Estrategia & Comunicación

Lolita Suárez / Management Inside

Articlistas de esta Edición:

José Taulé

Diego Valero

Rayvelis Roa

Patricia Pizzolante

Arturo López

Revista Factor de Éxito República Dominicana

Factor de Éxito Rolga Group SRL

RNC 1-3135817-9

Dirección: Av. Lope de Vega #29, Novo Centro. Nivel 3. Local C-6.
Ensanche Naco. Santo Domingo.

Teléfonos: +1 829.340.5724 - 809.542.2479

info@revistafactordeexito.com

Instagram: @RevistaFactordeExito

Twitter: @RevistaFDE

Facebook: Revista Factor de Éxito

www.revistafactordeexito.com

Contacto Venezuela

+58-243-551.4801 / 416-543.67.75

Contacto Panamá

+507 62989151 / 6976-9133

Registro de publicación impresa: ISSN 2520-0100

Registro de publicación electrónica: ISSN 2520-0585

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

Encuentra nuestros ejemplares en:



y nuestra versión digital en www.revistafactordeexito.com



Donación al Hospital Regional Universitario Jaime Motá, Barahona

Energía

■ EGE Haina, energía sostenible que no se detiene

La pandemia de COVID-19 desaceleró el ritmo de la vida, sin embargo, los servicios básicos no podían frenar su curso habitual para garantizar el suministro a la población de bienes y servicios. Uno de esos recursos primordiales es la electricidad, y en esta especial coyuntura.

En ese sentido, la Empresa Generadora de Electricidad Haina (EGE Haina), que opera 11 centrales de generación de energía a nivel nacional asumió un doble desafío: cuidar la salud de su gente y, a la vez, continuar sus operaciones.

La empresa puso en marcha un plan de respuesta ante el desafío sanitario basado en información confiable y capacidad de organización rápida. Para los empleados administrativos fue implementado el trabajo remoto, y en las centrales de la empresa se tomaron todas las previsiones de protección para seguir operando de manera segura con el personal técnico necesario y garantizar la continuidad de las operaciones.

Una mano solidaria

Ante la pandemia, EGE Haina extendió su solidaridad a las comunidades vecinas a sus centrales en San Pedro de Macorís, San Cristóbal, Barahona y Pedernales, enfocando su contribución en tres vertientes:

Donaciones a nueve hospitales de materiales de protección personal, termómetros infrarrojos, sábanas, lámparas led y combustible para sus plantas eléctricas.

Donación de 2,500 cajas de alimentos y materiales de limpieza a familias necesitadas, utensilios de protección personal y combustible para 17 organismos de socorro y distribución de información para prevenir el contagio de coronavirus.

Respaldo al proyecto de Atención Médica en Casa que desarrollan las instituciones Ayuda.do y Quiéreme Como Soy.

“Nuestra energía no se ha detenido, ha seguido al servicio de la nación, y lo hemos hecho cuidando en todo momento la salud de nuestra gente”, afirmó Luis Mejía Brache, gerente general de EGE Haina.



Donación al Hospital Regional Universitario Jaime Motá, Barahona

SMARTOFFICE
OFICINAS INMEDIATAS A SU MEDIDA



Oficinas físicas y virtuales a la medida de tus necesidades

En el mejor centro corporativo del país



809.542.2462



@smartofficenter



Experiencia Culinary Pop Up

■ **Paradisus by Meliá innova en el mercado resaltando lo mejor de su cocina en sus diferentes resorts en Punta Cana.**

Con una propuesta que acoge distintos profesionales internacionales de las artes culinarias, Paradisus by Meliá estrenó la plataforma Culinary Pop-Up.

La primera edición del Culinary Pop Up by Paradisus contó con la participación del chef argentino con raíces italianas, Sebastián La Rocca.

La Gastro Experience Week incluyó parillada en playa, degustación de cervezas, rondas de servicios en piscina y playa, tapas argentinas, tragos "ahumado", Master Class "Delicias de Argentina" por el Chef La Rocca y Wine pairing.

Además, un Life Enriching Activity de degustación de ron & ritual de puros con cena y menú especial del Chef argentino - italiano.



Los Culinary Pop Ups se realizarán cada tres meses aproximadamente con programas atractivos que sumen a la experiencia culinaria de los huéspedes de Paradisus by Meliá.



PRESENTACIÓN

■ **InMotion conectó sus novedades al mercado local**

La empresa InMotion, partner de Salesforce para República Dominicana y Puerto Rico, en el marco del evento "A new way to connect", conectó a las empresas con sus clientes con la integración transversal de la inteligencia artificial en la nube, como parte del futuro de las empresas y de su transformación digital.

En el evento se presentó la plataforma de gestión de relaciones con clientes (CRM) basada en la nube, Salesforce, presentó el informe "El estado del cliente conectado". El estudio, realizado con más de 6700 consumidores y empresas arroja que el 61% de los encuestados considera que la tecnología está redefiniendo sus comportamientos.



Luis Rodríguez y Ronald Villalón

La construcción de confianza y el alcance de un equilibrio entre personalización y privacidad serían la clave, para que las empresas cumplan con las expectativas del cliente en la Cuarta Revolución Industrial. "Es hacer el trabajo más inteligente, pero a la vez más empático, pues nunca podemos perder esa "conexión" humana con nuestros clientes, mejorando la experiencia de usuario o lo que se llama el "Customer Journey"; señaló Aida Taveras de Kim, CEO de Inmotion, Cloud Reseller de Salesforce.



María Estela Torres, Laura Mercedes y Dolly Morillo

Por otra parte, el 80% de los clientes asegura que la experiencia de usuario es tan importante como sus productos y servicios. De igual manera, que el 70% asegura que los procesos conectados son muy relevantes para ganar clientes y que 75% de los consumidores, espera que las marcas brinden experiencias consistentes, sin importar el canal por donde se involucren; redes sociales, sitio web, dispositivos móviles, etc.

InMotion Cloud Reseller de Salesforce busca innovar y ayudar a las empresas a conectar con sus clientes, a consolidar relaciones e incrementar sus ingresos, brindando desde los servicios financieros hasta la fabricación, la atención médica y el comercio minorista, para transformar negocios e industrias.



Luis Alfonso Aragon, Catti Sumo, Bianka Lara y Pascual Mallen



DAVID19:

■ app para sumar héroes frente al COVID-19 anónimamente

La tecnología, como base para hacer frente a esta y futuras pandemias, ha dado lugar al nacimiento de DAVID19: una solución histórica que lleva la capacidad humana para trabajar conjuntamente mucho más lejos.

Esta aplicación, disponible en el sitio web mellamodavid19.org, hará que cada persona sea un héroe frente al virus y se una a un movimiento que impulsa la transformación digital en diferentes aspectos de la vida.

Gracias a la alianza formada por LACChain, un programa regional del Laboratorio de innovación del Grupo BID (BID Lab), junto a everis, World Data IOVLabs, Grupo Sabra y LLYC, la plataforma digital DAVID19 permitirá que cada ciudadano sea un héroe para enfrentar la pandemia. Esta herramienta, basada en la tecnología de blockchain, es la primera solución open source en la que se puede compartir datos sobre la enfermedad sin exponer información personal de quien la usa.

DAVID19 funciona como un agregador de billeteras digitales, una tecnología emergente basada en aplicativos móviles que usan protocolos y estándares de identidad digital soberana; es decir, una tecnología que garantiza al usuario mantener el poder total sobre sus datos en todo momento. Mediante DAVID19, cada persona podrá seleccionar su billetera digital preferida, crear su perfil y comenzar a subir información clave para entender y ver cómo el COVID19 se mueve en la región. Es decir, cada persona se convierte en un héroe, todos somos DAVID19.

Tiene dos fases. En la primera, es el entorno colaborativo del ciudadano para el ciudadano (C-to-C), que permitirá a millones de personas ser protagonistas frente a la pandemia permitiéndoles compartir solidariamente su propia información de forma segura y anónima mediante credenciales auto-alegadas. En su segunda fase, DAVID19 plantea una revolución en términos de identidad y verificación por medios digitales entre empresas y ciudadanos (B-to-C). En pocas palabras, un portafolio de vida en tu bolsillo.

Un problema de la magnitud de la COVID-19 necesita de una respuesta colectiva solidaria que, reforzada por la capacidad actual de la tecnología, contraiga un poder equivalente. Se trata pues de DAVID19 contra el Goliath del coronavirus, afirmó Alejandro Pardo Vegezzi, especialista principal de BID Lab y líder de LACChain y de DAVID19. DAVID19 nos ofrece la oportunidad a todos de una salida digital a nuestro encierro, para convertirnos en héroes y ser agentes protagonistas frente a esta pandemia.

Estamos atravesando un momento muy difícil como humanidad y la tecnología digital ya ha demostrado que puede ser parte de solución tanto para los ciudadanos como para las empresas complementó Irene Arias, CEO de BID Lab.

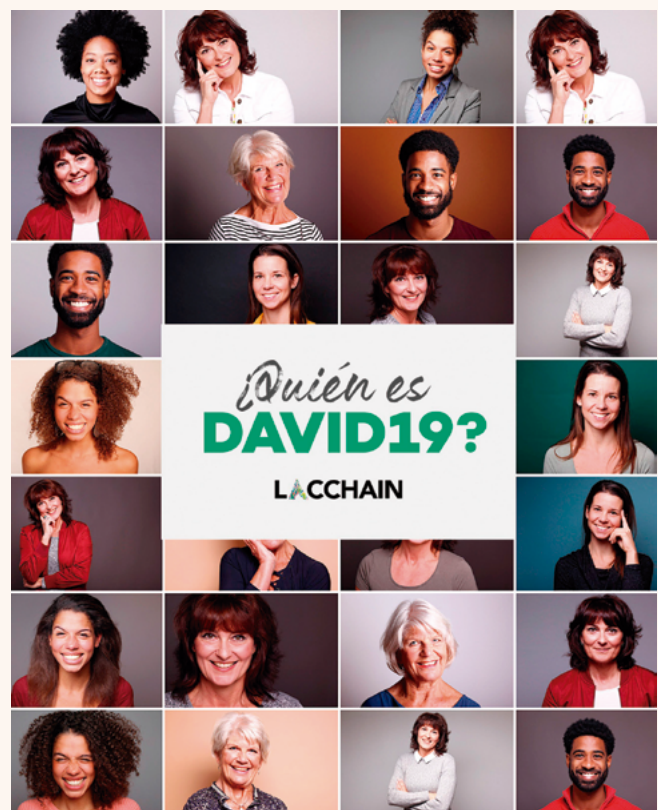
Nuestra idea era aprovechar la tecnología blockchain para hacer que cada persona fuese protagonista activo frente a la pandemia, protegiéndonos a nosotros mismos y ayudando a proteger a los demás de

la COVID-19 a través de credenciales verificables. Ese es el concepto que está detrás de DAVID19, explicó Moises Menendez, asesor principal de LACChain. Esta aplicación es única en su concepto y desarrollo.

DAVID19 es una solución solidaria entre ciudadanos comprometidos, comentó Marcos Allende, coordinador tecnológico de LACChain. Esta solución, que se sirve de billeteras digitales y la red blockchain de LACChain, utiliza Hyperledger Besu para garantizar que la información proporcionada por los usuarios sea totalmente anónima y transparente.

Un problema global necesita una solución multilateral, y es por ello que el sello de LACChain y del BID Lab son marcas de garantía para el potencial de DAVID19, afirmó Alejandro Romero, CEO de las Américas en LLYC. Las grandes crisis son cunas de grandes innovaciones y DAVID19 llegó para enfrentar esta y futuras pandemias.

En los canales oficiales de DAVID19 está toda la información sobre cómo utilizar la aplicación, sus mecanismos de seguridad y protección para las personas y los resultados de esta ambiciosa iniciativa.





CND ha contribuido con más de 100 millones en ayuda humanitaria, y en adición ha dado apoyo a sus empleados, clientes y proveedores.

Aportes

■ Cervecería Nacional Dominicana aporta más de RD\$100 millones contra el COVID-19

Sumando esfuerzos y recursos en la lucha contra el COVID-19 en el país, Cervecería Nacional Dominicana, ha aportado más de 100 millones de pesos en distintas acciones humanitarias y sociales.

En adición a las ayudas, la empresa ha puesto en efecto medidas que benefician a clientes, empleados y proveedores para mantener el curso económico del país.

Realizó una donación conjunta con Ron Barceló de más 32,000 litros de alcohol etílico al 75%, llevados a distintos hospitales a lo largo del país, identificados por las autoridades de Salud Pública.

También aportó 100,000 unidades de gel sanitizante a base de alcohol para aportar

a distintas organizaciones humanitarias.

“Somos una compañía dominicana y tenemos un gran compromiso con el bienestar de nuestro país. Es por esto que, además de luchar contra el avance de la pandemia, que es lo más importante en este momento, seguimos trabajando de cerca con distintos sectores, brindando apoyo a nuestra gente e impulsando a nuestros colmaderos y proveedores para que puedan mantenerse operando.”; dijo Marcio Juliano, director general de Cervecería.

Cervecería donó miles de botellas de agua, repartidas al personal de la primera línea de respuesta, como médicos, enfermeras, policías y miembros de organismos de socorro, colocando en su etiqueta frases de motivación, agradecimiento y unidad del pueblo dominicano.

A través de su marca Presidente, inició a una plataforma que invita a los dominicanos quedarse en casa y poder ver una serie de conciertos pro-recaudación de fondos, con el fin de homenajear a los héroes anónimos y que día a día luchan contra esta pandemia.

En combinación con otras industrias nacionales, la casa cervecera ha estado ejecutando acciones estratégicas con los colmaderos, a quienes entregó unas 50,000 botellas de alcohol para protección de su personal y 10,000 unidades de máscaras de plástico reciclado.

Como apoyo adicional, cervecera ofrece a sus clientes facilidades y flexibilidad en los pagos, así como cashbacks al pagar desde su aplicación dirigida a sus socios.

Con su marca de Cerveza Modelo y a través de su iniciativa “La Propina Especial” donó 1 millón de pesos en bonos de supermercados para beneficiar a más de mil meseros, y a sus familias.

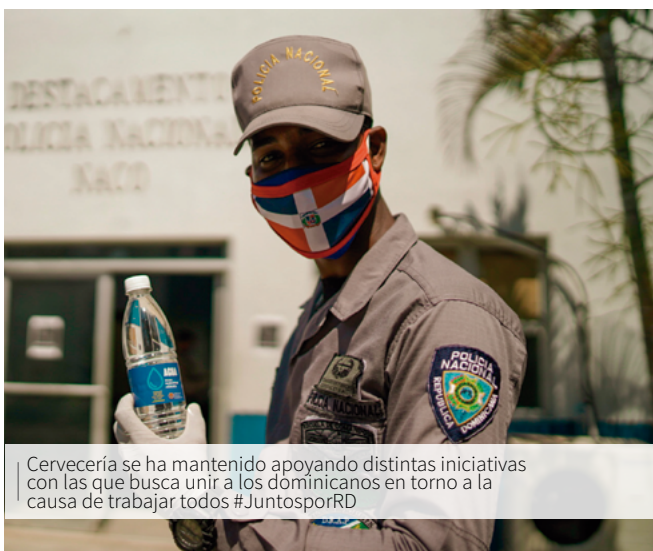
La compañía adelantó los pagos de abril y mayo a más de 121 pequeños proveedores que facturan menos de 50,000 dólares por año, contribuyendo a la continuidad de sus negocios y al encadenamiento productivo nacional.

En el mes de marzo la institución adelantó el pago de todos sus colaboradores, a quienes también ha entregado kits de higiene.



Marcio Juliano
Director General

Con estas iniciativas Cervecería reafirma su compromiso de seguir trabajando permanentemente junto a todos los dominicanos para superar la pandemia y mantener en movimiento la producción nacional, reiterando que si estamos #JuntosporRD el país podrá superar todos los obstáculos que se presenten.



Cervecería se ha mantenido apoyando distintas iniciativas con las que busca unir a los dominicanos en torno a la causa de trabajar todos #JuntosporRD



Cervecería Nacional Dominicana sigue sumando esfuerzos y recursos para la lucha contra el COVID-19 en el país



Nuestra misión diaria es entregarte lo mejor de nosotros.

ESTAMOS CONTIGO

Los momentos difíciles se superan juntos.

Nosotros nos encargamos de realizar tus diligencias, cargar tus compras y llevarte tus medicamentos. Quédate en casa y logremos juntos un mundo mejor en cada entrega.

f @ecomensajeriard www.ecomensajeria.com.do Tel: 809-363-8732



Héctor Rizek, María Paula Miquel, Mónica Ferreras e Ingrid Grullón

EXPOSICIÓN

■ “Donde brilla la luz” de Mónica Ferreras

La plataforma cultural “Un Artiste une Journée” presentó su nueva exposición, “Donde Brilla la Luz de la artista Mónica Ferreras”.

Bajo el concepto de exposición por un día, comprendido por esta iniciativa dirigida por Ingrid Grullón, y que surgió gracias a los diferentes grupos de arte que dirige, la maestra del pincel mostró unas 23 obras creadas bajo el brillo del albor y sobre las cuales se estableció un conversatorio enfocado en su proceso creativo.

En esta ocasión, la artista apela a la belleza y virtud de la naturaleza. “Donde Brilla la Luz”, fue presentada en las instalaciones de Epic Center, en el quinto de piso de BlueMall, deleitando la imaginación de los presentes.



María Teresa de Catrain y María Amalia León

La invitación a la actividad llegó de la mano de la plataforma cultural, Fundación Propagas y KahKow, firmas que comparten con “Un Artiste une Journée” su visión y pasión por proyectar al talento local.

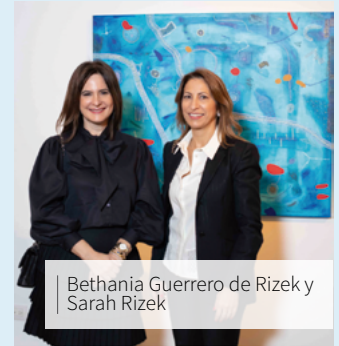
Durante la apertura de la exposición, amantes del arte, coleccionistas, galeristas e interesados en el mundo del arte y la pintura, pudieron compartir con la artista dominicana que cuenta con más de 25 años de experiencia en le mundo del arte, expresándose por diversos medios del mismo: pintura, dibujo, videoarte e instalación.



Carlos Ros y Leonel Mena



Pamela De Yunen y Rosa de Polanco



Bethania Guerrero de Rizek y Sarah Rizek



Reid & Compañía

■ La empresa del sector automotriz premiada con medalla de plata por la excelencia en su modelo de gestión.

La secretaria técnica de la Asociación Nacional de Empresas Industriales de Herrera y Provincia de Santo Domingo (ANEIH), otorgó medalla de plata a Reid & Compañía, S.A. empresa del sector automotriz que resultó ganadora del Premio Nacional a la Calidad del Sector Privado de la República Dominicana.



La presidenta de Reid & Compañía, S. A., Clara Reid de Frankenberg, recibió la medalla por la categoría Gran Empresa de Servicios de parte del Consejo del Premio Nacional a la Calidad.

Este premio compromete a Reid & Compañía, S. A., la cual cumplió 73 años el pasado 15 de abril, a continuar con su trayectoria de éxitos y reconocimientos por su posicionamiento en el mercado, gracias a la calidad de sus productos y servicios, de su gente y su cultura transparente, innovadora y eficaz.

Entribuna

en alianza con  adecc

La presente edición, está dedicada a distinguir la creatividad de las piezas publicitarias para la promoción de la tradicional temporada de las Habichuelas con Dulce. La evaluación arroja como distinción **Factor de Éxito Oro** a la pieza de **Carnation de Nestlé**, distinción **Factor de Éxito Plata** corresponde a la publicidad de **Galletas Guarina** y la distinción **Factor de Éxito Bronce** para el comercial de **Leche Evaporada Rica**.

La distinción Factor de Éxito representa el termómetro de la calidad y eficiencia de la creatividad publicitaria. Obteniendo el puntaje final proveniente de la calificación de los expertos de forma individual, considerando para ello las siguientes variables: concepto transmitido, recursos creativos, insight al que responde y diferenciación en la categoría.

El jurado de esta oportunidad: Daniel Fierro, Leandro Sebele y Soraya Pina.

Jurado evaluador de esta edición:



Soraya Pina

Directora de planners e investigación en 5 Hormigas Caribe

Publicista desde 1991, desempeñándose como asistente de tráfico hasta redactor. Logró ser director creativo de grupo, pasando por su trabajo como supervisor de cuenta, jefe de servicio al cliente, vicepresidente de publicidad hasta lograr ser coordinador regional en el Caribe y planificador, convirtiéndose en una cátedra de todas las áreas de la comunicación comercial.

Ha trabajado en diversidad de categorías y desde varias posiciones: alimentos, bebidas, finanzas, lotería, telecomunicaciones, medios, venta minorista. Ha sido formador de criterios y de carácter muy desafiante.

En los últimos 12 años se ha dedicado a dirigir un equipo de planners e investigadores en 5 Hormigas Caribe, un Account Planning Shop en la República Dominicana, donde conecta consumidores y marcas, pensando en sus propuestas de valor como en sus planes de comunicación y haciendo de la investigación del consumidor una constante para iluminar a todos.



Leandro G. Sebele

Director de Mercadeo de la Asociación Popular de Ahorros y Préstamos (APAP)

Ejecutivo con 20 años de experiencia en posiciones locales e internacionales relacionadas al marketing, planificación estratégica, desarrollo de productos, nuevos negocios, publicidad y promociones, relaciones públicas e inteligencia de negocios; además, participó como jurado en la primera edición de los EFFIE AWARDS de República Dominicana.

Actualmente es director de mercadeo de la Asociación Popular de Ahorros y Préstamos (APAP). Formó parte de corporaciones multinacionales como CEMEX y Telecom Argentina durante 5 años. Completó su carrera en telecomunicaciones como gerente de marketing de Verizon en la República Dominicana (actualmente Claro) y empresas nacionales como Farmacia Carol. Como aprendizaje complementario, Leandro participó en 2018 en el programa "Kellogg on Marketing", de Kellogg School of Business (EE. UU.).



Daniel Fierro

Director creativo de Newlink República Dominicana

Egresado de la Fundación Argentina de Altos Estudios en Ciencias Comerciales y de la Escuela Superior de Creativos Publicitarios. Cuenta con más de 20 años de experiencia en la industria publicitaria. Actualmente es director creativo de Newlink Global República Dominicana, donde crea estrategias de comunicación, campañas, conceptos e ideas creativas on & off-line para potenciar el negocio de los clientes de ese mercado caribeño.

Experto en publicidad multiplataforma, trabajó en prestigiosas agencias publicitarias y digitales. Ha sido galardonado en los festivales internacionales más importantes: ganó 11 Leones en Cannes y otros premios internacionales, tales como El Diente, Lápiz De Platino, Clío, London Festival, One Show, D&Ad, San Sebastián, Young Guns, Fiap, Wave y El Ojo de Iberoamérica, entre otros. Obtuvo además dos Effies de Oro, uno en México y otro en Perú.

“Salvemos juntos la Tradición” de CARNATION de Nestlé
 Nestlé Agencia Publicitaria: **Publicis Dominicana**

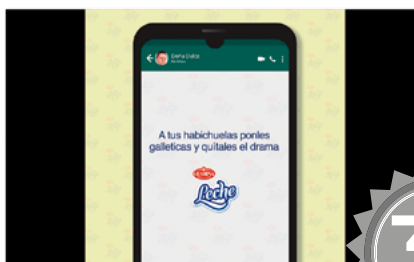
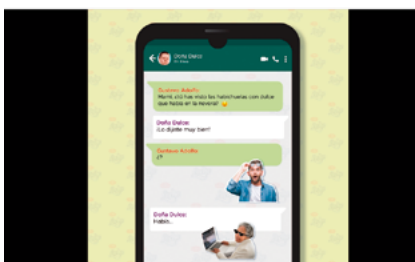
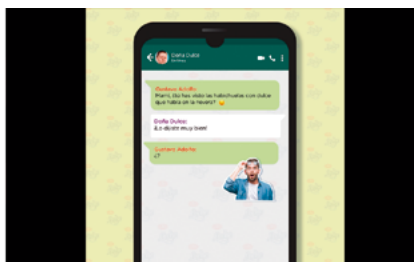


◀ Cliente: CARNATION de Nestlé
 Campaña: Salvemos juntos la Tradición
 Agencia: Publicis Dominicana
 Director Creativo: Alvaro Noboa
 Creativo de Redacción: Víctor Bermudez
 Creativa: María Molina
 Director de Arte: Miguel Cepeda
 Cuentas: Nicole Álvarez
 Planner: Lucía Vilas, Bedalinda Peguero

Distinción Factor de Éxito Oro



Quitale el drama a tu habichuelas con Guarina Leche de Molinos Modernos
 Agencia Publicitaria: **Ogilvy Dominicana.**



◀ Cliente: Molinos Modernos
 Campaña: Quitale el drama a tu habichuelas con Guarina Leche
 Agencia: Ogilvy Dominicana
 Director Creativo: Alvaro De Oleo
 Creativo de Redacción: Patricia Zapata / Iros Rodriguez
 Diseñador Visual: Alexander Estrella
 Planner: Patricia Otero
 Creativo de Arte: Juan Ulloa
 Lider de Marcas: Brynel Gomez
 Ejecutiva de Marcas: Hanna Lalane
 Digital manager: Ysabella Sanchez

Distinción Factor de Éxito Plata



“Habichuelas Con dulce” de Target ABCD
 Agencia Publicitaria: **Mediamix.**



◀ Cliente: Target ABCD
 Campaña: Habichuelas Con dulce
 Agencia: Mediamix
 Dirección Creativo: Guillermo Mueses
 Cuentas: Marieli Feliz

**Distinción Factor de Éxito
 Bronce**



Soraya Pina
 directora de planners
 e investigación en
5 Hormigas Caribe

La pieza de Galletas
 Garina considero que
 es innovadora en
 cuanto a cómo cuenta
 la historia e integra
 a las generaciones

manteniendo foco en el producto y la marca. El anuncio publicitario de de Nestlé, es una pieza bien realizada, en la que los elementos de modernidad (a través del uso de Ritaindiana y el estilo gráfico) interactúan con una conducta muy propia de la temporada que es “pasarse habichuelas” y el énfasis en la cremosidad la hace más propia de la marca. En cuanto a la pieza publicitaria de la leche evaporada Rica, considero que es una pieza bien realizada, amena, tradicional y de variedad de usos.



Leandro G. Sebele
 Director de Mercadeo
 la Asociación
 Popular de Ahorros y
 Préstamos (APAP)

Carnation de Nestlé es
 una campaña masiva,
 que integra diferentes
 segmentos y proyecta

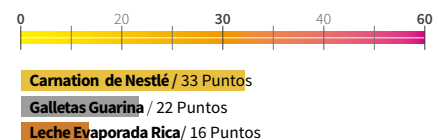
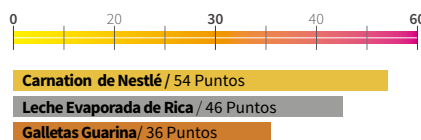
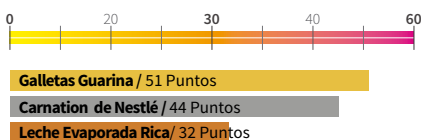
la continuidad de la tradición dominicana. Un comercial muy positivo, con detalles de producción y música típica del país, apelando a la tradición. La leche evaporada Rica es una pieza que refleja diferentes usos de la leche evaporada, no solo para las habichuelas con dulce. Con un música correcta, apelando a aspectos tradicionales y con buenas imágenes en primeros planos de los productos y el resultado. El talento de la pieza es joven, incluso con niños, de clase media o media alta, algo que puede impactar ya que el producto se consume en todos los estratos sociales. Por su parte, Galletas Guarina, es una campaña económica desde las perspectivas de la producción, con un insight “dramático” en épocas de las habichuelas con dulce, nadie quiere que se coman las galletas. La música es coherente con el mensaje, y se le habla a un segmento joven, hábil de entender las conversaciones en medios digitales.



Daniel Fierro
 Director creativo de
**Newlink República
 Dominicana**

En mi opinión,
 la temporada de
 Habichuelas con
 Dulce es emblemática,
 potente y popular. Se
 merece un despliegue

creativo increíble que, según veo, nadie está aprovechando. Las tres marcas, al usar recursos creativos demasiado gastados o insights que ya no sorprenden a nadie, están botando la posibilidad de destacarse y de ser más cercanas a la gente. Es evidente que la creatividad y estas marcas, tienen que empezar a emprender ideas nuevas que sorprendan mucho más a la gente.



Industrias San Miguel

Cambios en los modelos de negocio dan paso a una orientación más digital

“Aplicamos el teletrabajo y redujimos los horarios de producción, comercialización y distribución, creando un esquema rotativo”

Industrias San Miguel del Caribe se ha destacado por su calidad de servicio y excelencia hacia sus colaboradores y por ser el preferido en el mercado de bebidas gaseosas de la República Dominicana.

En este sentido, hacemos distinción reconociendo la trayectoria de ISM durante estos 15 años en el mercado industrial dominicano, siendo elegidos imagen de portada de esta edición, y así compartir, cómo se han preparado para conquistar los nuevos 15 años como empresa en el país y ante el reto de superar la pandemia ocasionada por el COVID-19.

En esta oportunidad, tendremos como entrevistados a los Ejecutivos de ISM quienes disertarán con nuestros lectores sobre las distintas áreas de la empresa, desde cómo fueron sus inicios, los desafíos por los que han pasado, y cuáles son los nuevos retos que vendrán en los próximos años.

Ha ocurrido una pandemia que ha afectado a la humanidad y notablemente al sector económico – productivo. Aunque ISM no escapó de esta situación; ha logrado mantenerse con firmeza, adaptándose a las nuevas medidas sanitarias y digitales que en consecuencia la situación amerita.



Industrias San Miguel (ISM) es de origen peruano, dedicada a la producción de soft drink, néctares de frutas y agua natural, se ha convertido en la marca país en bebidas de su categoría, cumpliendo con todos los procesos de producción, los estándares internacionales (ISO 9001, ISO 14001 y OHSAS 18001) que certifican la alta calidad de sus productos y el respeto por el entorno que lo rodea.

ISM fue fundada por Jorge Añaños Jeri y Tania Alcázar de Añaños. Actualmente, tiene presencia en Perú, Chile, Brasil y Haití, pero es desde la República Dominicana donde se produce la mayor exportación a los diferentes países.

Con sus marcas Kola Real, Cool Heaven, Frutop, 360 energy Drink y Generade dicen presentes en la República Dominicana, donde operan a través de una moderna planta de producción en Santiago Rodríguez. 2,170 colaboradores a nivel nacional forman el equipo de ISM.

Conversando con Arturo Marroquín / Gerente General de ISM

Las operaciones de ISM en el país iniciaron en el año 2005, a la fecha están celebrando 15 años de labores ininterrumpidas,

Arturo Marroquín | Gerente General ISM



el secreto del éxito para el Gerente General de ISM, Arturo Marroquín es escuchar, entender y adaptarse, para poder satisfacer las necesidades y requerimientos del mercado. *La perseverancia, la honestidad y crear un equipo comprometido ha sido la fórmula para crecer año tras año* expresó.

¿Existe en ISM un plan de negocio diseñado para una situación de crisis?

Nadie estaba preparado para una pandemia. En ISM tenemos un mapa de riesgos, pero no contemplamos una pandemia, la situación actual hace que el nuevo plan de negocio esté en construcción constante. Si definitivamente nos ha ayudado haber estado trabajando en la transformación digital de la empresa, contar con diversos comités, tener respuestas rápidas al día a día, planificar todo, enfocarnos en lo prioritario y mantener una operación sobre todo segura.

¿Tuvo impacto en ISM las restricciones y medidas adoptadas por el gobierno nacional?

No solo a ISM, las medidas han tenido impacto en todos. El teletrabajo, los horarios rotativos, las acciones digitales son algunas de las novedades que todas las empresas venimos implementando para poder continuar de forma responsable y segura.

“Los cambios de ISM en su modelo de negocio, se han adaptado a las medidas de confinamiento, dando paso a una orientación más digital.”

Tomando en consideración el impacto mundial del COVID-19 ¿Qué medidas ha tomado la empresa de cara a sus trabajadores?

Nuestros lineamientos de responsabilidad social nos han guiado para accionar políticas inmediatas y poder ofrecer un ambiente de trabajo seguro antes esta crisis sanitaria. Tan pronto activamos el gabinete de crisis COVID-19, identificamos los colaboradores vulnerables y los



enviamos a sus casas. Aplicamos el teletrabajo y redujimos los horarios de producción, comercialización y distribución, creando un esquema rotativo.

Volcamos toda una logística para poder abastecer diariamente las herramientas de seguridad necesarias a nivel nacional, y poder comunicar oportunamente su correcto uso. Hemos creado un contenido educativo sobre COVID-19 para nuestros diferentes públicos, para que colaboradores puedan tomar medidas preventivas en sus hogares.

Las medidas preventivas y de protección tomadas por la empresa ante el COVID-19, en términos de

atención a su mercado fueron dirigidos /as a los “colmaderos” para que pudieran accionar de forma segura y en orientación a los consumidores en el día a día durante la cuarentena.

Nuestro compromiso con el país nos mueve a seguir de pie y a ser parte de las soluciones, como por ejemplo con un grupo de jóvenes que imprime en 3D protección para los médicos, les hemos cedido nuestras impresoras y nos aseguramos de siempre tender la mano a estas iniciativas que representan una mejora para todos, reiteró Marroquín.

Estas son las acciones que ha tomado ISM para contribuir a mitigar la pandemia, resumido en un Plan de Respuesta dividido en cuatro partes:



Medidas de Prevención, Medidas de detección, Planes de contingencia y apoyo a los stakeholders.

¿Cuáles son las estrategias planteadas por ISM para después que esta pandemia pase? ¿Cómo se planifica la empresa para enrumbarse hacia el desarrollo productivo en el país y proyectarse para los nuevos próximos 15 años?

Seguir creciendo con nuestra gente es la consigna que nos mueve, siempre hemos estado conscientes de que nuestro entorno debe crecer con nosotros para tener un futuro sostenible, y es justo lo que seguiremos haciendo adaptados a los nuevos cambios sociales y a los retos económicos que dejará la crisis.

Para Mario Medina, Gerente Financiero en la República Dominicana de ISM, internalizar lo que está ocurriendo, con la velocidad de aprendizaje que les permite modificar la manera en que se venía gestionando la compañía ante estos nuevos desafíos después de la pandemia de cara a los nuevos próximos 15 años afirma que después de lo que viene ocurriendo va haber cambios en la forma de hacer negocios y especialmente la recuperación de la economía va tomar un tiempo dependiendo que a nivel global se recuperen los sectores más importantes que impulsen los negocios en Dominicana.

Los cambios que se vienen van a enfocarse más en buscar un mundo sostenible y saludable para las próximas generaciones.



Para Medina los principales retos financieros que han tenido que superar en esta trayectoria de 15 años en el país, ha sido la devaluación de la moneda.

“Nuestra venta es más del 96% en moneda local (pesos dominicanos) y gran parte de los principales insumos están dolarizados.”

Cada año debemos establecer estrategias de mejorar eficiencias con el fin de compensar este costo ya que no es fácil trasladarlo al consumidor final ya que competimos en un sector muy dinámico.

El COVID-19 atacó por sorpresa al mundo entero y aunque la empresa no estaba preparada para afrontar tal acontecimiento, Medina expresó que para ISM lo primordial es la seguridad de los colaboradores, por ello se implementó medidas para reducir riesgos. Como segunda medida, el plan financiero en esta crisis era preservar el flujo de caja para mantener la operación y no interrumpir la cadena de pagos a los colaboradores, proveedores y organismos de impuestos.

A pesar de las medidas, también replantearon las inversiones buscando las nuevas formas de hacer negocios que la coyuntura del COVID-19 viene reafirmando y acelerando su implementación.

El teletrabajo es una medida que nos ha permitido sostener nuestras actividades sin poner en riesgo la salud de nuestros colaboradores. Nos ha presionado a realizar una transformación de procesos para no interrumpir la cadena de pago de nuestros proveedores; tomando las precauciones con nuestra área de sistemas para evitar riesgos tecnológicos, acotó Medina.

Ante la particularidad del desafío de permanecer con las ventas disminuidas por la coyuntura del COVID-19, Medina sustentó que la coyuntura pandémica viene afectando, indudablemente, al reducir la circulación de las personas y los comercios que se vieron limitados por el toque de queda, esto se traduce en la reducción del consumo y la frecuencia de compra también baja.

¿Existe un plan financiero en ISM ante, la particularidad del desafío de permanecer con las ventas disminuidas por la coyuntura del COVID-19? ¿El cese temporal de operaciones afectará la demanda y los márgenes de manera significativa?

La amplia cartera de productos que actualmente vendemos nos viene ayudando para sostenernos y cumplir nuestros compromisos con nuestros colaboradores y proveedores. Esperamos un año complicado por la recesión en la economía, ya que varios sectores no van a recuperarse muy rápido y ante esta situación estamos monitoreando la evolución de las operaciones con el fin de mantener un flujo de caja saludable, se van a postergar algunos planes e inversiones que estaban previsto para una coyuntura de crecimiento.

Carlos Butrón Gerente Comercial de Industria San Miguel, en el mismo contexto manifestó que los clientes han sido muy afectados, esto debido a la disminución en el flujo de gente en las calles como en la frecuencia del consumo, reduciendo de manera muy significativas sus ingresos regulares.

Las medidas de aislamiento han influido en la estructura productiva y organizativa de la mayoría de las

empresas, lo que supone un gran reto para comunicar con sus colaboradores y mantenerles motivados y cohesionados, luego de un modelo exitoso de negocios soportados por estos 15 años de trayectoria.

¿Cómo ha sido el impacto del COVID-19 sobre la organización en ISM?

Definitivamente ha sido un impacto muy duro para nuestra organización, que nos ha llevado a encarar esta compleja situación de todos nuestros frentes, tanto con nuestros colaboradores, organizando un plan de acción enfocado en protegerlos y prevenir los riesgos en todas nuestras operaciones; como también en el mercado, garantizando a nuestros clientes el abastecimiento de nuestros productos pese a las limitaciones operativas y la situación de crisis reinante.

¿Cómo ha afectado el COVID-19 en la gestión de interrupciones en las cadenas de suministro y cómo ha sido la repercusión en relación con inversores y clientes?

Nuestros clientes han sido muy afectados, pues tanto el flujo de gente en las calles como la frecuencia de consumo, se contrajeron enormemente, reduciendo de manera muy significativas sus ingresos regulares.

Con actitud positiva y optimista se superarán los retos asociados con la producción, sin embargo la capacidad de entrada y salida limitada pueden convertirse en los mayores obstáculos para conseguir que las cadenas de suministro se normalicen, en consecuencia **¿Cuentan con planes para enfrentarse a sucesos a gran escala? ¿Están los equipos de compras planificando estrategias eficaces de gestión de riesgos en la cadena de suministro? ¿Posee ISM proveedores alternativos de materias primas y componentes?**

Dentro de lo incierto de la situación y en un contexto tan cambiante en este momento, estamos en permanente proceso de adaptar nuestro modelo de gestión a los requerimientos actuales del mercado.

—
“Así mismo, estamos en permanente monitoreo y evaluación de las reacciones de nuestros consumidores, que hacia adelante van a modificar en gran medida sus prioridades, hábitos de consumo, entre otros.”

¿Tienen calculado las pérdidas provocadas por esta pandemia para ISM, estaban aseguradas esas pérdidas?

Ciertamente como le está pasando a todas las empresas, nuestras proyecciones para este año, serán muy afectadas, y estamos en proceso de definición de nuevas metas y objetivos.

De cara a los nuevos próximos 15 años para ISM, **¿Cuál considera usted es el legado de los primeros 15 aportados a la República Dominicana?**

Desde el punto de vista de nuestros socios, nuestros clientes, nosotros los hemos ayudado a desarrollarse y a crecer sostenidamente; llevando nuestros productos a más de 70,000 puntos de venta a lo largo y ancho del país, atendidos de manera ininterrumpida durante estos primeros 15 años.

Hemos entregado a los nuestros consumidores, productos con identidad y sabor nacional, hecho para dominicanos por manos dominicanas, bajo estándares de calidad muy elevados.

Las acciones y estrategias de la Gerencia de Marketing de Industrias San Miguel, liderada por Lorena Gutiérrez, comenta que enfrentan el impacto del COVID-19 con un enfoque de creación de contenido relevante y responsable, fomentando los valores de solidaridad y unión, apoyando la identidad local y desafiando paradigmas manteniendo nuestra innovación aun en épocas de crisis.



Carlos Butrón
Gerente Comercial



Lorena Gutiérrez
Gerente de Marketing

Uno de los mayores desafíos actuales para la dinámica del mercadeo ISM, nos comenta Gutiérrez, es mantenerse conectados con un consumidor cada vez más digital y exigente con las propuestas de valor de las marcas. En ese sentido, vienen desarrollando plataformas digitales que les permitan estar cada vez más cerca de los consumidores con acciones que les permitan involucrarse y co-crear juntos a ellos.

Sobre el rol de las marcas en este entorno, Gutiérrez se pronunció diciendo que las marcas ISM se han unido y sumado de manera responsable ante la pandemia. *Nuestra intención es ser parte de la solución con nuestras acciones y comunicación, en un momento donde todos juntos debemos aportar para poder concientizar de manera responsable y salir hacia adelante, si en el proceso dejamos huellas e inspiramos a otros, estaremos aún más orgullosos del legado de nuestras marcas.*

¿Considera usted que ISM ha triunfado en esta trayectoria de 15 años, debido a que ha buscado no sólo vender sus productos de la mejor forma posible, sino entender mejor al consumidor dominicano?

Nuestro liderazgo demuestra que el consumidor a lo largo de estos 15 años se ha sentido comprendido por nuestras marcas, con productos de calidad, hechos por dominicanos para el paladar dominicano y con mensajes que han reforzado los valores positivos de la sociedad.

El departamento de comunicaciones de cualquier empresa es muy importante pero en ISM, representa el vínculo entre la industria, sus colaboradores y el consumidor.

Gilsé Echavarría Gómez, es la Jefa de Comunicaciones de Industrias San Miguel y mantiene un rol muy importante en tiempos de crisis.

El rol de la comunicación debe ser activo y coordinado **¿Cómo ha sido la experiencia en lo interno en este tiempo de crisis?**

Gracias a la disciplina, a la constante prevención y a la planificación hemos podido atender todos los frentes. Estamos enfocados en buscar soluciones, en agregar valor y en encontrar nuevas formas de poder comunicarnos con nuestros diferentes públicos y eso nos mantiene activos y emocionados.

La implementación de nuevas prácticas en comunicación que permitan estrechar el vínculo tanto interno como externo de la empresa, ya son un hecho. Así lo deja por sentado Echavarría al recalcar que en ISM vienen trabajando la transformación digital desde hace tres años, así que no ha sido tan impactante el acostumbrarse al teletrabajo.

Nuestro equipo mantiene reuniones digitales, hemos enfocado la comunicación externa a nuestras diferentes redes sociales, creando contenido de valor como consejos, tutoriales y lives con especialistas para mantener a nuestro público cerca y oportunamente informado. A nivel interno ha sido incluso una oportunidad para acercarnos más, también hemos acelerado proyectos que ya teníamos planificados como la emisión de una revista digital y la creación de un informativo semanal, destacó la Jefa de Comunicaciones de Industrias San Miguel.

¿Cuál será la línea de comunicación para inyectar energía y capacidad de articular y gestionar al equipo responsable de llevar a la empresa a un mayor desarrollo rumbo hacia sus nuevos próximos 15 años ?

Esta situación nos comprueba algo que sabíamos, el grandioso equipo que tenemos, gracias al compromiso que se ha forjado a través de los años nuestra gente es indetenible y todos estamos conscientes de que juntos seguiremos hacia adelante.



Gilsé Echavarría Gómez
Jefa de Comunicaciones

Cuando más lo necesitas, **fortalecemos nuestro apoyo**

Medidas Extraordinarias ante el COVID-19

Tarjetas de Crédito



Movemos por 90 días el pago mínimo.

Vigente desde el 26 de marzo hasta el 30 de junio 2020. Aplica a clientes con pagos al día.



En la comisión por mora.

Vigente desde el 26 de marzo hasta el 30 de junio 2020.



Difiere tus consumos a 3 meses sin intereses de Supermercados, Farmacias, Laboratorios Clínicos y Centros de Salud.

Vigente hasta el 30 de abril 2020.



Aplazamos el pago de tu CrediPlus hasta 90 días, según tu necesidad.

Vigente desde el 01 de abril hasta el 30 de junio 2020. Aplica a clientes con pagos al día al 31 de marzo 2020. Solicítalo llamando al 809.732.6006



0% gastos de cierre para desembolsos de CrediPlus en Efectivo.

Vigente hasta el 30 de abril 2020.



Reducción de un 20% en los intereses por financiamiento.

Vigente hasta el 30 de abril 2020.

Préstamos



Aplazamos el pago de tu Préstamo Personal, de Vehículo o Hipotecario hasta 90 días, según tu necesidad.

Vigente desde el 01 de abril al 30 de junio 2020. Aplica a clientes con pagos al día al 31 de marzo 2020.

Contacta a tu oficial o solicítalo llamando al 809.732.6006



Líneas de crédito próximas a vencimiento, serán renovadas por 60 días adicionales.

Canales Digitales



Transferencias ACH y LBTR gratis.

Vigente hasta el 30 de abril 2020.



En la comisión de avance de efectivo a través de Promerica Online y Promerica Móvil RD.

Vigente hasta el 30 de abril 2020.



Realiza donativos a UNICEF República Dominicana en apoyo a la recaudación de fondos para contribuir a la emergencia COVID-19.

Además, continuamos aplicando las medidas de prevención y sanitización en nuestras oficinas y sucursales:

- ▶ Uso de mascarilla obligatoria en nuestras sucursales.
- ▶ Los Cajeros Automáticos Promerica son higienizados cada 30 minutos, al igual que el área de Caja y Negocios.
- ▶ Contamos con gel anti-bacterial para que puedas sanitizar tus manos.
- ▶ Estamos realizando jornadas de desinfección y sanitización electrostática en nuestras oficinas y sucursales.
- ▶ Gran parte de nuestros colaboradores trabajan desde casa.
- ▶ Todas las reuniones son realizadas a través de teleconferencias y videollamadas.

Conoce todas las medidas en nuestra página web www.promerica.com.do

Válido en República Dominicana

809.732.6006
www.promerica.com.do

Banco Promerica 

Exportación

El sector prioritario para el proceso de recuperación del país

Entrevista a: Juan Ariel Jiménez Núñez
MINISTRO DE ECONOMÍA, PLANIFICACIÓN Y
DESARROLLO (MEPYD)

A sí como el COVID-19 no tuvo fronteras para llegar a suelo quisqueyano, las soluciones a sus consecuencias sanitarias y económicas tampoco las ha tenido. Esto se debe a que, gracias a distintas iniciativas sociales fueron contribuyendo para enfrentar la crisis sanitaria de manera coordinada.

El Gobierno Nacional exhortó a acatar las medidas de aislamiento social y cese parcial de las actividades económicas, durante un período de cuarentena preventiva, para así poder evitar altos picos de contagios por COVID-19.

Ante las mencionadas medidas y en apoyo a las poblaciones vulnerables para superar la emergencia sanitaria, proveyendo liquidez, preservación del empleo y además de contribuir a aliviar el impacto económico; desde el despacho del Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo (MEPYD), se tomaron estas acciones para atender la emergencia económica que se sobreviene con la crisis originada por la pandemia.

Desde el inicio de la pandemia COVID 19 hemos estado trabajando con la Comisión de Asuntos Económicos y de Empleo en el diseño de políticas públicas para mitigar el impacto económico de las medidas de distanciamiento social y protección de población vulnerable, como el Fondo de Asistencia Solidaria al Empleado (FASE) y el programa “Quédate en Casa”, manifestó Juan Ariel Jiménez Núñez, máximo representante del MEPYD.

Desde la Comisión de Asuntos Sociales, han ayudado a identificar las comunidades y barrios donde hay una menor cantidad de personas recibiendo ayuda del gobierno y priorizar la entrega de alimentos en aquellas comunidades de mayor necesidad y menor cobertura de los programas sociales.

Como apoyo a la Comisión de Alto Nivel hemos desarrollado 4 modelos epidemiológicos para calcular el número básico de reproducción (R_t) que ayuda a entender el efecto de las políticas, así como para predecir el futuro aumento en contagiados, hospitalizaciones e internamientos en Unidades de Cuidado Intensivos.



Juan Ariel Jiménez Núñez
Ministro de Economía, Planificación y Desarrollo (MEPYD)

Asimismo, hemos estado apoyando en el diseño de la estrategia de pruebas para hacer más eficiente el uso de las mismas, así como para identificar otras opciones a ser consideradas en el país.

Recientemente, coordinamos el diseño del plan de “distanciamiento social inteligente” que implica un retorno gradual de un mayor número de trabajadores al espacio de trabajo, así como los protocolos a ser implementados a nivel general y sectorial, explicó el ministro.

Por otro lado, como órgano rector de la cooperación internacional, agregó que han estado coordinando la recepción y provisión de las distintas donaciones internacionales y nacionales por mandato de la Comisión de Alto Nivel.

En cuanto al diseño del plan de “distanciamiento social inteligente” **¿Qué protocolos de higiene y seguridad se han previsto implementar para incorporar a la masa laboral a los puestos de trabajo y lograr la reactivación económica del país sin riesgo de contagio?**

Se ha elaborado un protocolo general de obligatorio cumplimiento por parte de las organizaciones, el cual está basado en recomendaciones del Centro de Control

de Enfermedades de los Estados Unidos (conocido por sus siglas en inglés CDC). Este protocolo general incluye tres tipos de medidas: interacciones humanas saludables, operaciones empresariales saludables, entorno empresarial saludable.

Recientemente, coordinamos el diseño del plan de “**distanciamiento social inteligente**” que implica un retorno gradual de un mayor número de trabajadores al espacio de trabajo, así como los protocolos a ser implementados a nivel general y sectorial”, explicó el ministro.

El ministro expuso que también se han elaborado protocolos para cada sector de la economía, atendiendo a las particularidades de cada actividad económica y sus esquemas de trabajo; desde agropecuaria hasta telecomunicaciones, todo tiene un conjunto de medidas que se deben observar para disminuir probabilidad de contagio.

Destacó que las personas más vulnerables de salud deben permanecer en distanciamiento como medida preventiva. Deben mantenerse en el hogar en modalidad tele trabajo al personal de mayor vulnerabilidad ante el COVID 19, dígame personas mayores de 60 años, personas con cáncer o sobrevivientes de cáncer, portadores de HIV, personas con tuberculosis activa y pacientes con insuficiencia renal crónica. Otro grupo de riesgo su reincorporación depende de recomendaciones de sus médicos y de uso frecuente de medicamentos, tales como hipertensos y diabéticos.



Con la finalidad de reactivar la economía y desmontar poco a poco las medidas tomadas por la declaratoria de emergencia nacional, el Gobierno desde el Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo proyectó el desmonte gradual de las medidas, para la reapertura de la actividad económica.

¿Cuáles son las áreas claves para la economía dominicana y cómo deberíamos priorizar a los sectores económicos para el proceso de recuperación?

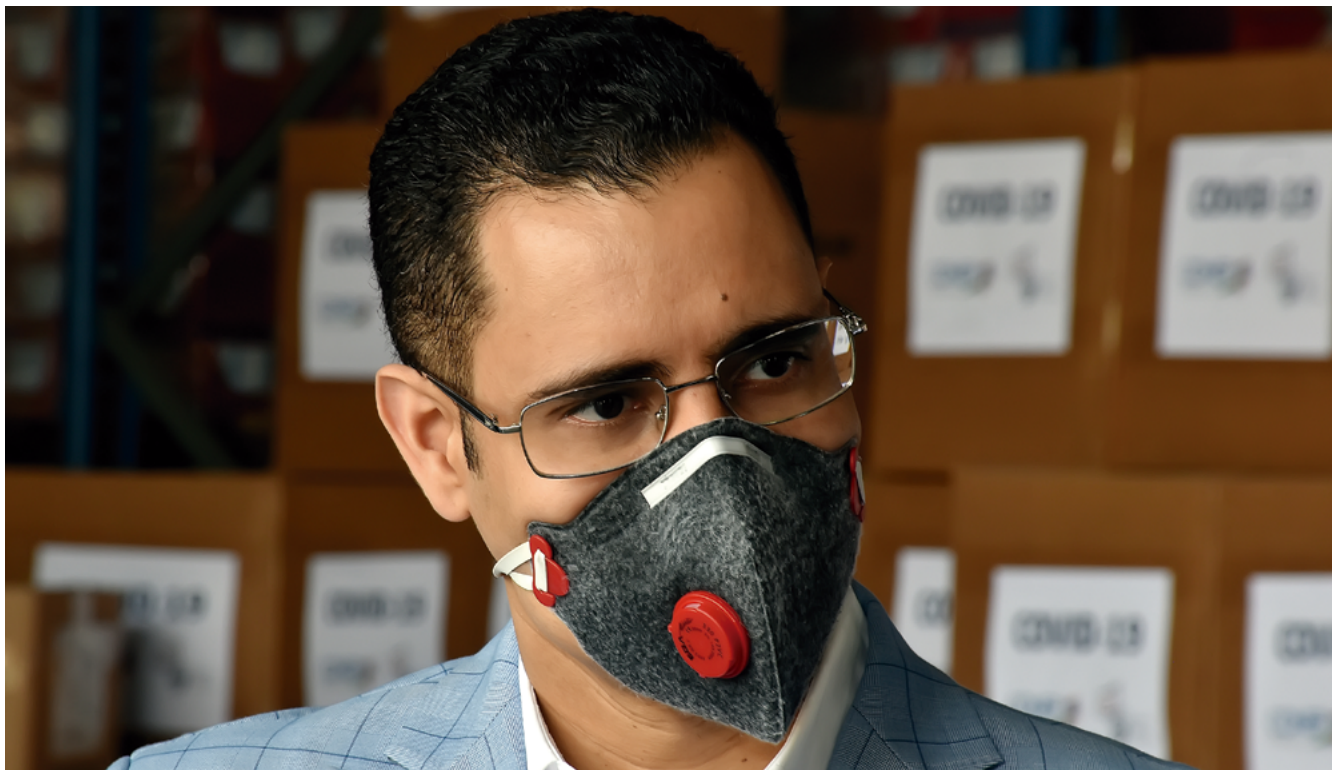
El sector exportador es prioritario por la capacidad de generar empleos y divisas, sobre todo en aquellas áreas donde podamos encontrar nichos de mercado, como exportaciones de equipos de protección personal, exportaciones de equipos médicos y turismo seguro.

Entonces ¿Cuál es la situación de la disponibilidad de divisas en República Dominicana su potencial escasez y cómo puede afectar el período de recuperación del país?

Algunas fuentes de divisas como el turismo, las remesas y exportaciones probablemente van a experimentar una reducción con respecto al año anterior, pero esto sería parcialmente compensado por aumento en los precios del oro y reducción de los precios del petróleo. Esta combinación probablemente va a conllevar una reducción de los niveles de reservas internacionales, pero dichas reservas se encontraban en niveles relativamente elevados a inicios de año, por lo que probablemente las reservas pueden absorber este choque temporal sin mayores contratiempos, de mantenerse la prudencia fiscal y monetaria que hasta el momento se ha mostrado.

¿Frente al impacto de sectores clave como el turismo, consumo, entre otros, qué medidas de impulso, incentivo o protección está previendo el Gobierno Dominicano para la recuperación económica?





Transferencias a trabajadores suspendidos y familias de bajos ingresos para mitigar el impacto en el consumo privado, que es aproximadamente dos tercios del Producto Interno Bruto.

Por otro lado, se han flexibilizado el pago de impuestos, se redujo la tasa de interés y se aumentó la liquidez del sistema financiero, conjuntamente con un programa especial de crédito a MIPYMEs y un Fondo de Garantía para disminuir el riesgo de las MIPYMEs y con eso reducir el costo de financiamiento.

Siendo el turismo un sector tan importante para la economía de la República Dominicana y que se ha visto afectada por la pandemia **¿Debemos reimpulsar el crecimiento de nuevos polos turísticos en el país como un mecanismo de prepararnos para el futuro con visión de largo plazo?**

La diversificación del sector turismo era una tarea pendiente aún antes del COVID 19, y sigue siendo un reto importante. Un elemento que probablemente marcará la diferencia en el desempeño del sector, vis a vis nuestros principales competidores, es el desarrollar un turismo de menor riesgo de contagio, y República Dominicana tiene importantes ventajas comparativas por la baja densidad de su infraestructura hotelera, por la arquitectura abierta de algunos de sus aeropuertos, entre otras ventajas.

Impacto económico

Para 2020, las proyecciones macroeconómicas para la República Dominicana saber cuáles serían es un ejercicio con bajo nivel de certidumbre por las actuales condiciones. Según el Ministro Juan Ariel Jiménez Núñez,

se podría esperar un menor ritmo de crecimiento del Producto Interno Bruto, baja inflación, aumento del déficit de cuenta corriente, saldo de balanza de pagos negativas y mayor déficit fiscal.

¿Cuál es el impacto que prevé el Estado que tendrá esta pandemia para el crecimiento de RD para 2020 y 2021?

Primeramente, los modelos de proyección económica tiene baja capacidad predictiva en circunstancias como las actuales, donde hay un choque simultáneo de oferta y de demanda, y la duración del mismo depende de variables ajenas a la economía, en este caso vendría del sector salud.

A primera vista, es probable que el crecimiento económico originalmente previsto de 5% para el 2020 termine siendo 0% o un ligero decrecimiento con relación a 2019. Ya para 2021, con las políticas públicas correctas se puede retornar a tasas de crecimiento que se vayan acercando al promedio histórico de 5%.

¿Cuál es el costo que ha calculado el gobierno en relación a las pérdidas originadas por la Pandemia en República Dominicana?

Primero, debo señalar que la pérdida de vidas humanas es incalculable, pues cada persona que fallece no hay cuantificación alguna que estime el impacto negativo en sus familiares y sus amistades. Por ello, la mayor pérdida no será económica, sino en vidas humanas.

Al referirse a las pérdidas exclusivamente económicas el ministro Jiménez dijo *Es muy temprano para tener una proyección de costos, pues todo depende de qué tan*

rápido se identifique un tratamiento efectivo, se desarrolle la vacuna y del mismo comportamiento del virus en la población dominicana.

Agregó que aunque no se ha generado una destrucción de capital físico como ocurriría en caso de desastres naturales o de conflictos sociales, la mayor pérdida será la producción de bienes y servicios que no se pueda realizar por las medidas de distanciamiento social necesarias para salvaguardar la salud y seguridad de las personas.

El nivel de endeudamiento requiere atención, **¿cuáles son las previsiones que está tomando el Gobierno de cara a la sostenibilidad de su deuda frente a la situación económica mundial?**

Previo al COVID-19, el Gobierno había desarrollado una estrategia de reducción gradual del déficit fiscal para disminuir el ritmo de crecimiento de la deuda como porcentaje del PIB, combinando un aumento en los ingresos por mejora en la eficiencia recaudatoria, un control del gasto e inversiones de mediano y largo plazo que disminuyan el déficit eléctrico.

Ante la incertidumbre económica originada por la pandemia, un grupo de diputados y trabajadores impulsaron se tomara en cuenta un proyecto de ley para dar el 30% de los fondos en las Aseguradoras de Fondos de Pensiones (AFP) a los trabajadores por la crisis sanitaria generada por la pandemia.

¿Qué opinión le merece la propuesta de que los trabajadores puedan disponer, para atender la emergencia, del 30% de sus fondos depositados en las AFP?

Entiendo las motivaciones y la urgencia de encontrar recursos para las personas y familias que durante estos meses han visto disminuir significativamente sus ingresos, y justo por ello el gobierno rápidamente lanzó los programas FASE y Quédate en Casa, aunque ciertamente no llegan a cubrir la totalidad de personas afectadas ni el monto requerido para mantener sus estándares de vida.

Usar los ahorros de los fondos de pensiones es una opción, pero requeriría una modificación a la ley 87-01 que al ser orgánica, se necesita el voto de las dos terceras partes, lo cual no es sencillo de conseguir en un Congreso dividido políticamente como se evidencia en estos días.

El ministro más joven de la cartera gubernamental sostiene que en cuanto a la recuperación del país, lo que más influye es la capacidad de fortalecer rápidamente el sistema de salud y de apoyar a las MIPYMEs para evitar altos niveles de quiebra, no tanto el comportamiento del tipo de cambio.

¿Viene una reforma fiscal y que debería incluir si fuese así?

La decisión de realizar una reforma fiscal le corresponde a un próximo gobierno, por lo que habría que esperar la elección de nuevas autoridades.

“lo que más influye es la capacidad de fortalecer rápidamente el sistema de salud y de apoyar a las MIPYMEs para evitar altos niveles de quiebra, no tanto el comportamiento del tipo de cambio”.

El 2020 para la República Dominicana ha sido también un año electoral. Las elecciones presidenciales, vicepresidente, senadores y diputados, se iban a llevar a cabo el 17 de mayo. Con motivo de la emergencia sanitaria derivada del coronavirus, la Junta Central Electoral decidió posponerlas hasta el 5 de julio las elecciones para presidente.

¿Frente a la cercanía de las elecciones como asegurar un proceso de transición que respete un solo plan de recuperación que resulte consistente para el país?

Tomando consciencia toda la población de respetar las medidas de higiene y distanciamiento social, a fin de que los sectores sean los primeros en exigir el cumplimiento del plan.



AIRD impulsando la operatividad industrial para enfrentar la recuperación económica

Entrevista a: Circe Almánzar
VICEPRESIDENTE EJECUTIVA DE LA ASOCIACIÓN DE
INDUSTRIAS DE LA REPÚBLICA DOMINICANA (AIRD)

Históricamente las pandemias exponen las fragilidades y desigualdades de las sociedades. Esto se debe a un problema sanitario derivado de un brote infeccioso o de contagio que se convierte en un inminente peligro para la sociedad y que lleva a los Gobiernos a tomar medidas extremas para evitar su proliferación.

Entre las medidas radicales se encuentran los cierres de empresas, comercios y centros educativos; lo que se traduce a una reducción significativa en la productividad de un país.

La República Dominicana no fue la excepción con la llegada del COVID-19, donde por medidas de control fue necesario la suspensión de la vida ordinaria y mantener una cuarentena que debilitara la propagación del virus.

Más allá de las preocupaciones relacionadas con el contagio de la enfermedad, también surgieron las relacionadas a la continuidad operativa de negocios, la protección de los empleados y la preservación del mercado. Dentro del contexto, igualmente se deben analizar cómo las industrias se reinventarán estratégica, operativa y financieramente ante esta crisis y cómo ayudarán a recuperar la estabilidad económica del país.

La Vicepresidenta Ejecutiva de la Asociación de Industrias de la República Dominicana (AIRD), Circe Almánzar, explica cuáles son las medidas previstas por la asociación para reactivar el desarrollo productivo y económico del sector una vez pase la crisis del COVID-19.



Circe Almánzar

Vicepresidenta Ejecutiva de la Asociación de Industrias de la República Dominicana (AIRD)

Actualmente la Asociación de Industrias se encuentra en un intenso proceso de elaboración de propuestas, de discusión con otros sectores productivos y con el Gobierno, de planes para la recuperación económica. Al tratarse de una crisis global, estamos tomando en cuenta experiencias en curso, otros modelos propuestos, así como los factores internos sobre los que hemos de trabajar.

Creemos que es una oportunidad para abordar las reformas que necesita el país para el desarrollo sostenible de los próximos 30 años, que garantice el crecimiento sostenido, la generación y recuperación de empleos y la inclusión social tomando en cuenta las nuevas tecnologías que están cambiando al mundo.

Agregó que, un punto en el que el Gobierno ha establecido algunas medidas importantes, es el de facilitar el financiamiento. La recuperación requerirá inversión, requerirá capitales. Tanto las

medidas de política monetaria como fiscales habrá que verlas a la luz de esta necesidad, así como el endeudamiento externo. Paquetes de estímulo económico que empujen no solo hacia la recuperación, sino – hablando con optimismo – en un salto hacia adelante.

Para Circe Almánzar, superar la situación no es ni será tarea simple, pero sostiene que *solo juntos podremos salir de la misma. Es posible si gobierno, empresarios y personas nos mantenemos mirando en la misma dirección.*

Tomando en consideración sus múltiples esfuerzos para la reactivación económica y productiva del país, **¿Qué papel ha jugado la AIRD como asociación para aunar esfuerzos de colaboración al Estado frente a la crisis? ¿Qué han hecho y qué resultados han obtenido?**

El trabajo conjunto ha sido valiosísimo. Desde un inicio, se realizaron y se siguen realizando constantes esfuerzos de coordinación

y colaboración. No solo en el área operativa, sino que el Gobierno tomó medidas financieras, por ejemplo, de apoyo laboral, o tributarias que contribuyen a que la baja económica sea menos pronunciada, a que el impacto social sea mitigado y a que las micro y pequeñas empresas no se hundan, afirmó la representante de AIRD. Agregó que siguen trabajando en esa dirección, aunque los desafíos a los que se enfrenta son inmensos, la coordinación de políticas y la cooperación entre el gobierno y el sector privado también son grandes.

La AIRD ofrece asistencia técnica en temas aduanales y arancelarios, fiscales, laborales, encadenamientos productivos, exportaciones, entre otros. Es considerada una de las organizaciones con mayor nivel de interlocución y representatividad ante el gobierno del país.

En ese sentido, ¿qué respuestas inmediatas puede ofrecer AIRD ante un hecho totalmente inesperado, como lo es el COVID-19 que ha puesto a prueba la capacidad y compromiso del sector industrial?

El sector industrial dominicano es clave fundamental para garantizar que las medidas establecidas por las autoridades puedan ser asumidas por la población, especialmente en el área de alimentos y bebidas y de equipamiento médico. Además, la operatividad de una parte importante del sector industrial permite que también una parte importante de los trabajos formales se mantengan, evitando que las dificultades económicas sean más profundas al final de esta pandemia.

Las autoridades han sido

conscientes de esto y han establecido cierta flexibilidad en cuanto a temas como el transporte de productos, la movilidad de personas y la mitigación de algunos efectos del cierre de muchas empresas. Sin embargo, todavía no estamos claros en el final de esta crisis. Solo estamos claros, conscientes, de que juntos podremos superarla y que juntos deberemos enfrentar las tareas de la recuperación económica.

En relación a las medidas internas que implementó cada sector industrial a los que representa, la líder empresarial dominicana expresó que fueron tomadas todas las medidas que reducen el riesgo de contagio entre las personas en los lugares de trabajo, así como la orientación permanente a los colaboradores para que respeten dichas medidas fuera del lugar de trabajo.

Cabe destacar la responsabilidad social de muchas empresas que no solo se han mantenido operando gracias a su decisión y al esfuerzo de nuestros colaboradores, sino también sus cuantiosos aportes que se traducen en ayudas económicas y materiales para enfrentar adecuadamente, tanto en el plano sanitario como en el plano de subsistencia, la actual situación. Decenas de empresas y empresarios han dicho presentes, puntualizó Almánzar.

En el proceso de industrialización del país, la AIRD ha jugado un rol predominante apoyando el surgimiento de nuevas industrias y teniendo como objetivo el desarrollo sostenible del país, asumiendo los grandes desafíos en términos de las reformas económicas que ha vivido el país con la finalidad de impulsar el desarrollo industrial.

Entonces **¿Cuáles son los factores**

Para Circe Almánzar, superar la situación no es ni será tarea simple, pero sostiene que solo juntos podremos salir de la misma. Es posible si gobierno, empresarios y personas nos mantenemos mirando en la misma dirección.

principales que inciden de forma negativa en la competitividad del sector industrial ante el COVID-19?

Los factores que afectan la competitividad del sector industrial dominicano no pueden ser atribuibles al COVID-19. Nuestro Tercer Congreso estuvo elaborando propuestas en diversas áreas para continuar incrementando la competitividad empresarial en un mundo globalizado. Algunas de estas propuestas deberán ser implementadas con mayor premura, otras probablemente deberán ser reformuladas. La AIRD estará dando cuenta de las mismas próximamente.

Cada una de las industrias afiliadas a la AIRD mantienen el compromiso en aportar a la modernización dominicana. Esto implica políticas de educación y de innovación con el fin de contar con el talento humano preparado para enfrentar los retos que trae la industria 4.0 y el desarrollo industrial de forma sostenible. Finalizó la Vicepresidenta Ejecutiva de la Aird



CONEP: La República Dominicana cuenta con un sector empresarial responsable y solidario

Entrevista a: **Pedro Brache Álvarez**
**PRESIDENTE DEL CONSEJO NACIONAL DE LA
EMPRESA PRIVADA (CONEP)**

El Consejo Nacional de la Empresa Privada (CONEP) es la organización que agrupa las principales empresas y asociaciones empresariales de la República Dominicana. Su misión es promover el sistema de libre empresa, el fortalecimiento institucional, y la diversificación de la economía, impulsando la innovación y la ganancia de productividad.

El CONEP colabora con el Estado y con sus organismos autónomos en la solución de los problemas que afecten la economía nacional, en el fomento del desarrollo de las actividades económicas de la nación y en el incremento del bienestar general.

Desde que se iniciaron las alertas en el mundo sobre los posibles efectos del COVID-19, el sector empresarial dominicano activó el monitoreo y seguimiento, de cara a lo que podía significar para el país y su impacto. Luego de la declaración como pandemia, se marcó un hito histórico que ha cambiado nuestra realidad por completo.

En este contexto y para conocer cómo el sector empresarial dominicano es parte de la solución, entrevistamos a Don Pedro Brache Presidente del Consejo Nacional de la Empresa Privada (CONEP).

Una de las primeras acciones fue abrir un diálogo a lo interno de los diferentes sectores productivos para analizar la situación de cada uno, prever como les afectaría y diseñar estrategias que permitieran ante todo preservar vidas, así como mitigar los efectos, especialmente en la economía, lo cual a la fecha ha repercutido en empresarios, trabajadores y sus familias.

Cabe mencionar que no existe un plan o una receta universal para manejar esta crisis, sino que todo debe hacerse a la medida y según la realidad de cada país.

En República Dominicana se han creado planes trabajando conjuntamente entre el Estado y la sociedad civil, así como se ha mantenido un monitoreo permanente. Esa combinación de actores nos ha llevado hacia buenos resultados. Acota el Presidente del CONEP.



Pedro Brache Álvarez

Presidente del Consejo Nacional
de La Empresa Privada (Conep)

¿Cómo han impactado a las empresas las restricciones y medidas adoptadas por el gobierno nacional?

Lo primero que debemos reconocer, es que la entrada del COVID-19 al país ha provocado una crisis sanitaria de dimensiones mayores, que tiene impacto a nivel social, político, y económico. Es por esto, que el CONEP como principal asociación empresarial del país ha liderado las iniciativas que se han desarrollado como sector privado dominicano, especialmente la búsqueda de consensos con todos los actores de la sociedad.

Al declararse el estado de emergencia el CONEP y todos sus gremios, además de encontrar acertadas las medidas tomadas con el gobierno, jugó su parte en el afinamiento de la comunicación de las mismas a nuestro sector para su pronta aplicación y la mitigación de sus efectos a la economía.

Nuestro gremio entendió que el eje central siempre debe ser la salud y aunque los costos eran muy duros, teníamos que hacer lo imposible para salvar vidas. Por eso nuestros esfuerzos se concentraron, ante todo, en preservar la salud y el bienestar.

Hemos asumido de manera responsable y transparente nuestro rol de liderar al sector empresarial, promover ante todo la seguridad y protección de nuestros ciudadanos así como, instar a que todos nuestros miembros desarrollen gestiones basadas en la prevención y la solidaridad.

¿Cuál ha sido el costo de esto para las empresas y cómo se han afectado las cadenas de valor del sector?

Aunque no tenemos una cifra, estimamos que los costos han sido altos, pero cuando se pone en una balanza salvar vidas versus los costos y si analizamos los resultados que va teniendo República Dominicana con las medidas que se han estado tomando, entendemos que ha valido la pena.

El escenario es más complejo ya que, que nuestros principales socios comerciales y las grandes potencias del mundo, también se han visto significativamente afectadas, y esto a su vez ha tenido un impacto en nuestro comercio, las exportaciones, la inversión extranjera y el turismo.

Cuando se habla de cierre de fronteras para una nación en la que el turismo y las divisas representan porcentajes importantes del PIB, podemos afirmar que hay grandes pérdidas, cuantificarlas en este momento es prematuro y aunque somos optimistas sobre el futuro de la República Dominicana, no podemos asegurar como se desenvolverán los eventos futuros.

¿Qué acciones han tomado las empresas de esta asociación para contribuir a la solución de la crisis?

La República Dominicana cuenta con un sector empresarial responsable y solidario, que se ha volcado a apoyar a través de acciones y la movilización de recursos, para aportar a la lucha contra el COVID-19.

Cuando nos referimos a responsabilidad, es porque ha sido evidente la forma en que las empresas se han preparado, creando planes, estrategias de comunicación interna, implementando mecanismos para el teletrabajo, dotando de insumos y equipos de protección a sus empleados, así como acogidos a las disposiciones de cierre total o parcial. En los casos excepcionales de continuidad de operaciones se han aplicado medidas estrictas de protección y seguridad.

Algo importante que queremos resaltar es que las industrias y los productores nacionales, confirmaron desde el principio su capacidad de mantener abastecida a la



población con productos, alimentos, medicamentos y todo lo necesario para su consumo durante la cuarentena, aún con las fronteras cerradas.

Ha sido visible la acción empresarial solidaria, a través de los múltiples aportes y donaciones. Cabe destacar que desde el CONEP vimos la posibilidad de movilizar recursos de manera estructurada a través del fideicomiso filantrópico "Sanar una Nación". Este mecanismo ha permitido la unión de esfuerzos y recursos que se concretaron en un aporte inicial de RD\$263 millones. En lo adelante se continuaron los esfuerzos de movilizar recursos y hasta la fecha hemos alcanzado un monto equivalente a RD\$400 millones.

Estos fondos han sido destinados para la entrega de ambulancias, equipos e insumos médicos y de laboratorios, especialmente los de urgente necesidad, pruebas rápidas, herramientas de protección y bioseguridad, medicamentos para tratar a enfermos crónicos, alimento fortificado para incrementar las defensas de la población vulnerable, entre otras necesidades médicas básicas.

Asimismo, como gremio reconocemos y valoramos las múltiples contribuciones que han hecho otras entidades del sector privado mediante importantes donaciones de recursos, equipos e insumos médicos, pruebas, medicamentos, kits de higiene personal, jornadas de limpieza, campañas publicitarias de prevención, cyber maratones y crowdfunding, entre otros.

Podemos citar también, las facilidades de acceso gratuito a productos y servicios, flexibilización de periodos pagos, en algunos casos de hasta 90 días. Además, se han creado herramientas digitales, apps, apoyo en línea y todo lo necesario para acompañar a la población durante el confinamiento, siempre cumpliendo las medidas y protocolos correspondientes.

Todos estos recursos se han entregado a través de las instituciones del gobierno, así como ayudas directas a hospitales, organizaciones sociales, religiosas, a comunidades y zonas vulnerables de todo el país.

¿Qué medidas han tomado los miembros de cara a sus trabajadores?

Nuestro compromiso y responsabilidad desde las empresas es ante todo, preservar la salud y la vida de nuestra gente. Por eso, como he mencionado antes nos acogimos a las medidas establecidas por el gobierno, según los casos de cierre o continuidad de operaciones.

Debemos resaltar que desde antes de que se hiciera la declaración de emergencia nacional las empresas desplegaron acciones de higienización y de prevención en las instalaciones y áreas de operación, crearon planes de contingencia, además de estrategias de sensibilización y seguimiento a los colaboradores para que aplicaran las medidas necesarias.

Por otro lado, atendiendo a la naturaleza y filosofía de cada entidad, se definieron nuevos canales



de comunicación, se reordenaron las formas de funcionamiento, utilizando plataformas para el teletrabajo y continuidad de las labores a distancia, desde los hogares.

En los casos, de quienes han seguido operando en sus instalaciones se han dotado al personal de los insumos necesarios para aplicar medidas de higienización y desinfección (gel sanitizante, desinfectantes, guantes, mascarillas, uniformes etc.), así como readecuando el diseño ergonómico, asegurando el distanciamiento, cumpliendo los horarios establecidos, siempre cuidando a los colaboradores.

¿Qué papel ha jugado el CONEP como asociación para aunar esfuerzos de colaboración al Estado frente a la crisis? ¿Qué han hecho y que resultados han obtenido?

El CONEP es la organización que agrupa a los principales gremios empresariales y empresas del país, para lo cual cuenta con una amplia representación dentro de su membresía del liderazgo de los diferentes sectores productivos de nuestra economía.

Ante la coyuntura que se ha generado con esta pandemia, activamos una sesión permanente de trabajo con la membresía y nuestro equipo. Estos trabajos han incluido la apertura de un diálogo privado y público-privado con las diferentes instituciones del Estado, así como otros actores políticos y sociales.

Junto al gobierno trabajamos en la definición de políticas públicas, programas, proyectos, planes de contingencia y en la participación activa en las diferentes comisiones, consejos y comités existentes, además de otros que se han ido creando. Asimismo, avanzamos en la definición de una ruta en el corto, mediano y largo plazo.

Encabezamos la representación del sector privado en la Comisión de Alto Nivel para la Prevención y el Control

del Coronavirus (COVID-19), desde donde se han discutido, consensado y emitido las principales medidas generales a nivel económico y social.

Hemos acompañado la implementación de iniciativas como el Fondo de Asistencia Solidaria al Empleado (FASE) de la mano con el Ministerio de Trabajo y el programa "Quédate en Casa", de la Vicepresidencia de la República. Estas representan dos alternativas para que nuestros ciudadanos cuenten con un apoyo económico que les permita cubrir algunos gastos básicos mientras dure esta etapa de confinamiento.

Asimismo, mantenemos un intercambio permanente con instituciones como el Banco Central, Ministerio de la Presidencia, Hacienda, el de Economía Planificación y Desarrollo., la Dirección General de Impuestos Internos (DGII), Consejo Nacional de la Seguridad Social, entre otros.

Por otro lado, como gremio hemos conformado un Comité Empresarial de Emergencia, en coordinación con las autoridades, que busca desarrollar acciones de contención, mitigación y control del COVID-19. El mismo tiene dentro de sus objetivos, asegurar la integración y efectividad de mecanismos de coordinación a nivel municipal, provincial, regional y nacional.

Un punto que es importante tomar en cuenta, es que la economía dominicana tiene altos índices de informalidad, lo que implica que se deben buscar alternativas ante la incapacidad de producción, así como a la reducción de ingresos que ha representado esta situación para muchos trabajadores. Es por esto que se han buscado alternativas en el ámbito laboral, monetario, impositivo y se continúa trabajando en otras.

Tomando en consideración el impacto mundial del COVID-19 ¿cuáles son las medidas asumidas por el CONEP para reactivar el desarrollo productivo y económico en el país? ¿Cómo planean la recuperación del sector una vez pase la crisis? ¿Qué estrategias se proyectan para después que pase la pandemia?

El sector empresarial es optimista. Creemos que la República Dominicana tiene el potencial y la capacidad para levantarse y continuar avanzando. Estamos conscientes que como han hecho otros países tenemos la posibilidad de prepararnos para una reapertura económica.

En este sentido, hemos analizado las experiencias de otras naciones, así como las propuestas de expertos y estudios que se han realizado. Nos encontramos en un proceso de diálogo a lo interno de los sectores y conjuntamente con las autoridades, para identificar cómo podríamos, si las circunstancias lo permiten, avanzar en una apertura gradual.

Seguimos trabajando en el diseño de estrategias, que incluyen una serie de protocolos y medidas de acuerdo a los diferentes sectores y que puedan adaptarse a la realidad de cada empresa. Además, buscamos la articulación de todos los actores que deben involucrarse para que podamos encauzar nuevamente a nuestra economía hacia el progreso.

Desde el CONEP reiteramos que nuestro compromiso es impulsar el crecimiento y desarrollo de la República Dominicana, enfocados primero en preservar la salud y el bienestar de todos.



¿Qué
NECESITAS:

**Impresión
o Diseño**



Disponemos de las
Herramientas para ofrecerles
**Soluciones completas e
innovadoras.**

Brindamos un servicio integral
desde el concepto creativo, hasta la impresión final.

Impresión Offset o digital de:



Folletos, Flyers
Catálogos



Revistas,
Memorias e Informes



Carpetas
Corporativas



Tarjetas de
Presentación



Calendarios



ADOCEM comprometidos con el desarrollo productivo y económico del país

Entrevista a: **Adriano Brunetti**
**PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN DOMINICANA DE
PRODUCTORES DE CEMENTO (ADOCEM)**



La Asociación Dominicana de Productores de Cemento (ADOCEM), representa un sector productivo que trabaja comprometida con el desarrollo del país. Está capacitada para actuar como interlocutor frente a administraciones públicas, entidades de normalización y certificación, asociaciones profesionales y demás agentes del sector de la construcción nacional e internacional.

Como entidad se ha convertido en la organización que agrupa y representa la industria del cemento de la República Dominicana, en resguardo de los intereses mutuos de sus miembros, dentro del contexto del desarrollo sostenible en términos económicos, ambientales y sociales.

Desde siempre han trabajado con un diseño de plan estratégico, para definir los grandes objetivos que quieren lograr como institución, poniendo en marcha dicho plan que cuenta con la participación de todas las empresas miembros y personas vinculadas a la asociación.

Cada paso dado durante estos años y en especial en el 2019, ha tenido un impacto positivo en la evolución y desarrollo que la industria dominicana del cemento, siendo el país con mayor capacidad de producción de cemento per cápita de todo el Continente Americano, por encima de México, Brasil y Colombia.

La República Dominicana fue seleccionada por segunda vez para ser el país sede del Trigésimo sexto Congreso Técnico de la Federación Interamericana del Cemento (FICEM).

En el congreso se dieron a conocer y se analizaron las últimas tecnologías que oferta el mercado para las plantas cementeras, así como el intercambio de las mejores prácticas de responsabilidad social y procesos amigables con el medio ambiente en la producción y uso de cemento.

Las últimas tendencias que ofertó el mercado para las plantas cementeras en mejoras de las prácticas de producción, fue la tecnología para la reducción de la huella de carbono y generación de energía eléctrica en una planta cementera. También se dieron a conocer los nuevos materiales anti desgaste para resolver problemas ambientales y la reducción de costos en mantenimiento, entre otras propuestas, en palabras de Adriano Brunetti, Presidente de la Asociación Dominicana Productores de Cemento (ADOCEM).

Resaltó que la industria cementera se esfuerza por producir con eco eficiencia y por cumplir con estándares de calidad mundiales, para colocar el cemento dominicano en primer lugar en las preferencias del consumidor local y extranjero.

Expansión y consolidación

Durante los últimos 30 años, la capacidad instalada de producción de cemento en el país ha crecido a una tasa promedio de 6% anual. De tal manera que, la producción anual aumentó desde 866 mil toneladas métricas en el 1978, hasta aproximadamente 8 millones de toneladas métricas, hoy en día.

El sector productor de cemento dominicano valora los últimos años como un periodo de expansión y consolidación. Este crecimiento se ha sustentado mayormente en las iniciativas propuestas por el gobierno en el desarrollo de proyectos inmobiliarios de viviendas de mediano y bajo costo, diversificación

**Adriano
Brunetti**

Presidente de la Asociación
Dominicana Productores de Cemento
(ADOCEM)



de la matriz de generación de electricidad, la expansión de la oferta de unidades hoteleras del sector turístico, y la inversión pública destinada a importantes proyectos de infraestructura vial, así como a la continuación en la construcción y remodelación de recintos escolares a nivel nacional.

El mercado dominicano del cemento ha cerrado el ejercicio 2019 con un consumo total de 4.7 millones de toneladas, lo que supone un 7.2 % por encima del 2018 que concluyó con una cifra de 4.3 millones de toneladas.

En cifras **¿Cómo fue el crecimiento porcentual y económico del año 2019 en cuanto a las exportaciones realizadas por el sector de la república dominicana?**

La industria cuando exportó en el 2019, aproximadamente el 15.8% de su producción, en su mayoría hacia países del área del Caribe. Generando ingresos de divisas al país por un valor de US\$ 70,492,858. Haití es el principal mercado de exportación del cemento dominicano, significando un 73% de las exportaciones totales. Se agregan Jamaica, Puerto Rico, Surinam, Turks & Caicos y otras islas, que también son adquirientes del cemento dominicano.

En la actualidad, precisamente, por situaciones de índole política y económica de Haití, nuestras exportaciones se han reducido, en un 19.4% comparado con igual período de 2018.

En el 2020, la producción de cemento los primeros tres meses del año fueron muy positivos, la producción de cemento rondaba aproximadamente las 390,000 toneladas por mes con un incremento de aproximadamente un 11% comparado con igual período del año pasado.

Los meses posteriores se vieron afectados por la pandemia mundial del Covid-19.

Dentro del panorama económico nacional que se está presentando dentro del sector **¿Cuál es la producción de cemento actual en la República Dominicana?**

Ante esta crisis y la paralización del sector habrá una baja significativa de la producción y ventas de cemento cuyo impacto va a depender mucho del ritmo con que se reactivará el sector de la construcción en su momento.

¿Cómo ha impactado a la industria del cemento las restricciones y medidas adoptadas por el gobierno nacional ante el COVID-19?

Las medidas adoptadas por el estado han paralizado casi totalmente la producción de cemento, si bien no hubo una orden de cierre total de nuestra industria, el hecho de que la construcción en sentido general se paralizara nos llevó a de igual modo a minimizar las operaciones tomando las consideraciones propuestas.

Brunetti, explica que las acciones tomadas por las empresas de esta asociación, para contribuir a la solución de la crisis han sido el aporte de pruebas rápidas e insumos médicos de protección destinados a apoyar los esfuerzos de miles de médicos, enfermeras y personal sanitario que enfrentan el brote del virus en hospitales a lo largo de todo el país y para el personal de empresas de servicios esenciales que continúan operando para garantizar el abasto para todos los dominicanos.

Es importante destacar que la industria dominicana del cemento, construye su desarrollo en la gente que la conforma. Esta genera empleos de forma directa e indirecta a unas 10 mil personas aproximadamente, por eso tiene particular interés en adecuar lugares de trabajo que preserven el bienestar de sus empleados y el desarrollo constante de su potencial.

El 31% del empleo formal que se genera en el sector de la construcción corresponde a la industria. Estos van desde la explotación de canteras, pasando por la producción y

distribución de Clinker y cemento, hasta su uso en la industria del concreto.

El 97 % de esos empleos son ocupados por personal dominicanos, los cuales son en su mayoría técnicos de alta formación que desempeñan funciones en las distintas plantas y centros de trabajo a lo largo del país. Las empresas cuentan con profesionales especializados en las áreas dedicadas a la comercialización de los productos y áreas de soporte. Disponen de políticas de recursos humanos, orientadas a la formación permanente y al desarrollo de las personas que integran sus respectivos equipos de trabajo.

En vista de lo que representa el bienestar de los empleados para la industria cementera, surge la interrogante **¿Qué medidas han tomado los miembros de ADOCEM de cara a sus trabajadores por el impacto mundial del COVID-19?**

De manera particular cada empresa ha tomado acciones puntuales con su personal procurando su protección, implementando teletrabajo, capacitándolos en cómo protegerse y proteger a sus familias, procurando que reciban sus remuneraciones entre otras iniciativas.

Tomando en consideración el impacto mundial del COVID-19 **¿Cuáles son las medidas asumidas por ADOCEM para reactivar el desarrollo productivo y económico del sector?**

Inicialmente hemos desarrollado junto al resto de los participantes del sector de la construcción el protocolo de salud y seguridad que regirán nuestras actividades una vez se dé la apertura oficial de nuestras operaciones. De igual modo hemos desarrollado capacitaciones online a nuestros principales clientes ferreteros y concreteros abriendo igualmente al público general interesado.

Nuestro compromiso de apoyar al país en su desarrollo se mantiene intacto y permanecerá antes y después del COVID-19.

El sector se siente preparado para continuar fortalecido por su importante posición dentro de la economía dominicana; mediante la generación de empleos, nuevos productos, servicios, alianzas, innovación y compromiso de crecimiento.

SECTOR AUTOMOTRIZ en retroceso si el estado no toma medidas para su reactivación

Entrevista a: **Anibal Rodríguez**
Vicepresidente Ejecutivo SANTO DOMINGO
MOTORS (SDM)

La venta de vehículos tiene la distinción de fungir como uno de los principales indicadores de bienestar socioeconómico de un país, ya que la compra de un nuevo vehículo suele ser uno de los primeros bienes relevantes a ser adquiridos por las personas una vez alcanzan financieramente tal posibilidad. Es así como, cuando se compra un vehículo nuevo, se garantiza la inversión, se contribuye a modernizar el parque automotor y se dinamiza la oferta comercial local. En el país, uno de los sectores con mayor carga impositiva es el automotriz, razón por la cual, la adquisición de un vehículo nuevo puede posponerse por parte del comprador, quien frente a esta realidad busca en el mercado secundario, que no está conformado por el natural proceso de renovación de los productos del mercado local, sino inundado por vehículos usados importados, de una opción sustitutiva. Hoy, esta realidad está poniendo en jaque al sector de vehículos nuevos y afectando significativamente al sector automotriz nacional.

Durante los últimos años, las importaciones de vehículos usados han crecido, al pasar de 23,495 unidades en el 2012 a 82,521 en el 2019 (251% de crecimiento); mientras las importaciones de vehículos nuevos se han mantenido estancadas durante el mismo período, variando apenas de 22,636 a 23,252 unidades al cierre de 2019 (2.7% de crecimiento); esto genera un impacto desfavorable en el sostenimiento del renglón automotriz, que permita la renovación del parque automotor y ofrezca todas las garantías de servicio técnico especializado hacia el consumidor.

Al remontarnos a unos años atrás, tomando datos de la Dirección General de Aduanas, se aprecia que en 2016 el sector automotriz en general (nuevos + usados) marcaba un récord en el mercado nacional con un 36% de crecimiento para un total de 97,790 vehículos importados, mientras que para el 2017 la cifra decrecía a 91,654; sin embargo, y aunque estas cifras puedan parecer altas, lo cierto es que la mayoría de los vehículos importados fueron de “segunda mano”, pues solo un 30% (29,123 unidades) para el 2016 y un 22% (20,884 unidades) para 2017 correspondieron a vehículos nuevos.

Un año más tarde, en 2018, el sector presenta un ligero incremento en ambos segmentos y la importación de vehículos nuevos asciende a 22,361 unidades, mientras que los vehículos usados alcanzan un total de 74,217, y para el 2019, la importación de unidades nuevas solo representó un 22% del total del mercado, manteniendo durante los últimos 8 años un estancamiento, cuando no un decrecimiento porcentual, de vehículos nuevos versus usados. Es interesante destacar, según las estadísticas del



Anibal Rodríguez

Vicepresidente Ejecutivo Santo Domingo Motors (SDM)

Banco Mundial, que durante el período 2012 al 2018, el Producto Interno Bruto (PIB) de la República Dominicana sostuvo un crecimiento constante, pasando de 60,682 billones de dólares en el 2012 hasta los 85,555 billones de dólares a finales del 2018, lo que demuestra un significativo desarrollo económico nacional por encima de un 40%, cifra que contrasta con el decrecimiento del 1.2% en la importación de vehículos nuevos en ese mismo período. Partiendo de esta data, se estima que el sector automotriz, específicamente la venta de autos nuevos debió crecer como lo ha hecho en otros países, sin embargo, este no fue el caso de República Dominicana, quien experimentó un retroceso significativo.

Estos cambios reflejan una caída sostenida del mercado de vehículos nuevos, que se ha acentuado en los últimos 16 años, pues para el año 2003 la relación de importación resultaba en un vehículo usado por cada vehículo nuevo, y **durante el 2019, esta relación se ubicó en una cifra récord de 3.5 vehículos usados por cada vehículo nuevo importado al país.** Esto supone una



realidad alarmante, pues se traduce en un parque automotor obsoleto, más contaminante e inseguro, esto último relacionado particularmente a vehículos con adaptaciones de combustible que no cumplen con las regulaciones mínimas de seguridad, y por otra parte, la presencia de vehículos que fueron fabricados originalmente con el guía a la derecha y son modificados para colocar el guía a la izquierda por terceros no certificados y/o no vinculados al fabricante original. Esto revela la importancia de modernizar el parque automotor de la República Dominicana, ya que según el informe de 2018 sobre el parque vehicular nacional elaborado por la Dirección General de Impuestos Internos (DGII), el 46.4% de los vehículos registrados en el país está compuesto por unidades fabricadas previas al año 2000.

Otras preocupaciones del sector a nivel nacional apuntan a la falta de regulación para las entidades importadoras de vehículos, pues actualmente existen más de 1,500 entidades registradas activas, de los cuales casi 1,200 importadores manejan menos de 50 unidades al año, lo que supone un mercado altamente atomizado, compuesto por importadores formales e informales, constituyéndose en una multiplicidad de oferentes cuya supervisión y fiscalización se dificulta. En este sentido, por ejemplo, en el 2018 entraron al país un aproximado de 2,800 unidades que no cumplían con los requisitos de ingreso, ya que se encontraban fuera del año autorizado para importar.

Los vehículos nuevos representan una garantía de inversión para

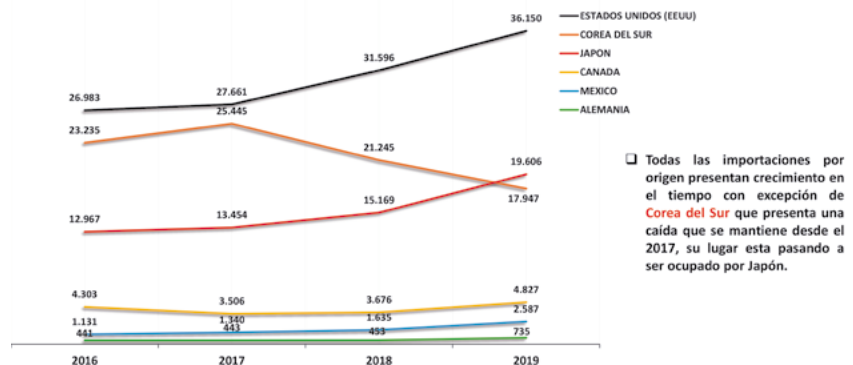
el comprador, pues cuentan con las tecnologías más eficientes en rendimiento de combustible y las características adaptadas a las condiciones de manejo del país de destino, garantía provista por los fabricantes y servicio técnico especializado que asegura que cualquier desperfecto que se presente será cubierto durante el tiempo de vida útil del vehículo, así también, los representantes de las marcas internacionales cubren las campañas de servicio o “recalls” (como son conocidas en el sector), sin costo para los propietarios de los vehículos nuevos adquiridos en el país.

Todas estas condiciones antes descritas han causado preocupación en los diferentes sectores involucrados, tanto en los concesionarios como

en el fisco nacional, debido a la falta de aprovechamiento de las oportunidades para promover un crecimiento de las recaudaciones que se derivan del sector de vehículos nuevos. Se estima que la importación de vehículos nuevos llegue a su punto más bajo en los últimos 10 años para este 2020, principalmente bajo las complejas condiciones generadas por la pandemia de COVID-19, en el marco de un sector que emplea más de 4,000 personas de manera directa y supera las 18,000 de forma indirecta, representando así, unos de los principales sectores económicos por su contribución fiscal.

Frente a esta situación y para conocer un poco más sobre como las empresas del sector están afrontando esta situación, y conocer que se

Importaciones por Origen 2016-2019



Fuente: Data Importación Dirección General Aduanas (DGA)



puede esperar para el reimpulso de esta importante actividad económica en el país, Factor de Éxito (FDE) contactó a la empresa líder del sector en el país según el porcentaje de ventas en vehículos nuevos, con experiencia centenaria en el mercado dominicano y por ende referente del sector automotriz en el país, Santo Domingo Motors (SDM). Anibal Rodríguez, vicepresidente ejecutivo, nos compartió sus impresiones desde la perspectiva de la empresa que funge en el país como representante oficial de las marcas de prestigio mundial, tal y como lo son Nissan, Chevrolet, Suzuki, Infiniti y Yamaha.

FDE: ¿Cómo ha impactado al sector automotriz y a Santo Domingo Motors la situación derivada por la pandemia de COVID 19?

SDM: El estado actual de crisis mundial, causado por la pandemia COVID-19, ha generado grandes repercusiones en todos los ámbitos del sector empresarial, incluso en el sector automotriz tanto a nivel mundial como nacional; en el caso de nuestro mercado, nos hemos visto profundamente afectados con una paralización total de operaciones en el sector, tiempo en el que hemos tenido que hacer frente a todos nuestros compromisos legales, laborales y financieros sin producir ingreso alguno desde el 19 de marzo. Esto ha obligado a que nuestro sector y sus respectivos actores, diversifiquemos nuestros abordajes y estrategias de negocios para poder asumir distintos mecanismos operativos, esto, con el principal objetivo de continuar brindando apoyo a la sociedad y velar por la sostenibilidad del sector con visión de largo plazo.

Durante 100 años, Santo Domingo Motors ha estado comprometido con la República Dominicana, y esta

situación no ha sido la excepción, pues hemos decidido enfrentar el desafío ponderando y asumiendo múltiples alternativas para apoyar a nuestros colaboradores y aportar a la sociedad por medio de varias iniciativas, desde el préstamo de vehículos para traslados de insumos junto a algunas organizaciones sociales, hasta operativos especiales. Sin embargo, se hace necesaria y fundamental una revisión de los apoyos que deberán colocarse para que el sector pueda reactivarse y reacomodarse frente a esta nueva realidad.

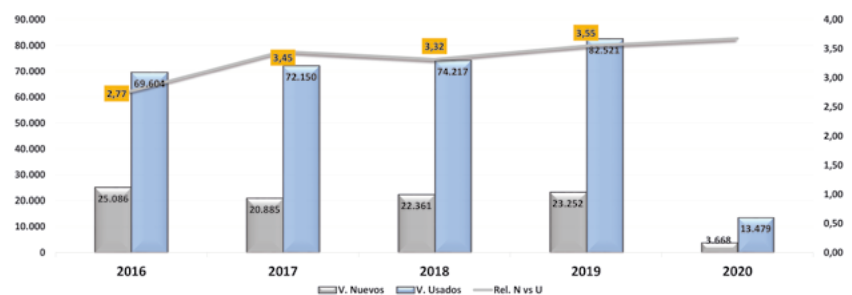
FDE: ¿Qué medidas especiales han implementado para la prestación de servicios? ¿Se han mantenido activos?

SDM: Las operaciones comerciales y de servicios se mantuvieron paralizadas desde el 19 de marzo, tal como instruyó el ejecutivo nacional, sin embargo y durante ese tiempo,

el Ministerio de la Presidencia nos concedió un permiso especial de operación limitada y por unos pocos días, con la única finalidad de poder brindar servicio a las flotillas de vehículos de las instituciones de seguridad, obras públicas y servicios de atención de emergencias y/o salud del Estado dominicano, primordiales en la tarea de ofrecer respuesta y atención oportuna a la emergencia causada por la pandemia de COVID-19.

En adición, continuamos brindando soporte y protección a todos nuestros colaboradores, mantuvimos vigente nuestro plan de seguro médico, asegurando a todo nuestro personal y su círculo familiar estuviesen debidamente informados de todos los beneficios y ventajas que ofrece su póliza. De igual forma, activamos un plan de apoyo económico con el firme propósito de auxiliar y apoyar, dentro de nuestras posibilidades, a cada uno de nuestros colaboradores y sus familias.

Evolución de las Importaciones: Nuevos vs Usados



- La relación de importación de vehículos nuevos vs usados sigue en aumento y alcanza su pico mayor en 4 años.
- 2020: periodo Enero-Febrero

Fuente: Data Importación Dirección General Aduanas (DGA)

El pasado 20 de mayo dimos reinicio a nuestras actividades en concordancia con la primera fase del proceso de recuperación de la actividad económica, para ello adecuamos nuestras instalaciones y reforzamos de manera rigurosa nuestras medidas de higiene y desinfección basadas en los lineamientos emanados por las instituciones nacionales e internacionales pertinentes como la Organización Mundial de la Salud (OMS). También incorporamos un estricto protocolo de seguridad y salubridad a partir de las medidas especificadas por el Ministerio de Salud Pública, permitiéndonos así cuidar de nuestros colaboradores, clientes y visitantes.

Ahora bien, un punto que vale la pena destacar, es que no es lo mismo el reinicio de la actividad económica que la reactivación del sector, pues si bien podemos reanudar operaciones en esta primera fase, e iremos avanzando conforme a nuestras capacidades bien vayamos superando cada fase de este proceso, lo cierto es que esta situación y el impacto económico que trajo como consecuencia deja a todo el sector en una delicada posición ante el futuro, sobre todo si consideramos que en el ámbito de los vehículos nuevos ya veníamos trabajando sobre la realidad de un mercado distorsionado, donde el volumen de venta de vehículos usados frente a los nuevos es desproporcionada, pues la indiscriminada importación de vehículos de segunda mano ha venido afectando el crecimiento del sector de nuevos en la última década y envejeciendo sistemáticamente el parque automotor del país, con las consecuencias ambientales, económicas y sociales que trae consigo, algo contrario a la realidad de prácticamente toda Centroamérica y el resto del Caribe.

FDE: Con relación a la reapertura de las actividades del sector automotriz, ¿qué consideraciones tiene Santo Domingo Motors con relación a la reactivación del sector en República Dominicana?

SDM: Si bien es cierto que el sector empresarial está asumiendo diversos compromisos para continuar con su operatividad, la unión entre el sector público y privado se hace necesaria y fundamental para el fortalecimiento de la economía nacional. En

Evolución de las Importaciones Usados 2016-2019



Fuente: Data Importación Dirección General Aduanas (DGA)

consecuencia, es importante que el sector automotriz nacional trabaje de la mano con el gobierno para buscar alternativas que apoyen una eficaz y verdadera reactivación del sector automotriz.

Varias de estas alternativas están directamente relacionadas con la creación e implementación de un plan de nivelación tributaria que beneficie a los representantes de marcas y concesionarios a nivel nacional. Muchos de estos porcentajes de carga fiscal sumados a la transacción de venta del vehículo están relacionados a aranceles, impuestos de circulación, C02, ITBIS, tasa aduanera, entre otros. La carga fiscal de vehículos puede llegar a alcanzar hasta el 40% del precio de venta al público.

La exoneración de algunas cargas fiscales, durante un periodo de tiempo definido por ambas partes, incentivaría al mercado a comprar vehículos nuevos ya que habría un porcentaje de descuento considerable que se aplicaría al precio final durante la venta. Esto también daría cabida para que las empresas del sector automotriz puedan convertir parte del inventario que actualmente tienen paralizado en liquidez (solvencia), con el fin de actualizar sus compromisos financieros y así poder aportar a la continuidad de sus operaciones.

De igual forma, a mediano plazo, estas medidas fortalecerían al sector y propiciarían la venta de vehículos nuevos. Al momento de ser levantadas las exoneraciones

fiscales, el sector automotriz estaría lo suficientemente fortalecido como para continuar realizando sus operaciones y vendiendo autos nuevos con los montos impositivos ya instaurados, lo que representaría grandes recaudaciones para el gobierno.

Por otro lado, esta nivelación tributaria también permitiría que la República Dominicana pueda emular ciertas iniciativas que han sido concebidas entre gobierno y sector automotriz en otros países de la región. Otros países han tenido experiencias muy positivas, a través de un plan dirigido al bienestar de las clases populares, donde los concesionarios y representantes de marcas facilitaron a este segmento de la población la compra de un denominado "vehículo familiar" nuevo, a bajo costo, con el que pueden transportarse de forma segura y sin inconvenientes. Esto sería ideal bajo la coyuntura de COVID-19, ya que le permitiría a una parte de la ciudadanía dominicana adquirir un vehículo nuevo, con todas las garantías, renovando el parque automotor, mientras con ello se hacen de un medio de transporte personal que reduce significativamente su riesgo al contagio a través del transporte público, siendo este último, uno de los espacios de mayor riesgo. Así mismo, estos beneficios pueden ser aplicados con un monto límite que sea directamente proporcional al valor de venta del vehículo lo cual fomentaría la venta de vehículos más asequibles y racionalizando la proporción de vehículos nuevos y usados en el país

ECORED NUESTRAS EMPRESAS JUNTAS contra el COVID-19

ECORED

Esta situación nos ha puesto a prueba y el ver que nuestras empresas han respondido de manera generosa y solidaria, sin perder el foco en su gente, nos hace sentir honrados y cada día más comprometidos con nuestra misión.

La membresía de Ecored se ha caracterizado por un liderazgo empresarial consciente y responsable. No es de extrañar que, en momentos de crisis, nuestras empresas enfoquen sus esfuerzos en contribuir con la mitigación de los retos que hoy enfrentamos. Empresas que más allá de cumplir la ley, están comprometidas con el país y su gente, entienden hoy más que nunca la relevancia de ser sostenibles y que el valor de sus empresas está en su gente.

Siendo consecuentes con la responsabilidad que caracteriza sus operaciones, nuestros socios se han apresurado por tomar medidas para cumplir con las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud (OMS), las regulaciones establecidas por el Gobierno Nacional y responder ante esta emergencia nacional. Desde Ecored estamos trabajando por dejar constancia de la responsabilidad social y la solidaridad que ha demostrado el sector privado dominicano. Nuestros boletines Juntos Contra el COVID-19, buscan agrupar esas acciones en torno a distintas temáticas como donativos, medidas y protocolos internos, apoyo a sus clientes y comunidades, y campañas informativas dirigidas a distintos grupos de interés.

Nos hemos aliado con la Revista Factor de Éxito y la firma internacional de consultoría Pizzolante, para sumar

Nuestras empresas, que cada día dan más de sí para continuar adelante como país, son nuestra mejor carta de presentación. Continuaremos trabajando con sentido de compromiso y cooperación para juntos superar esta crisis.

al Solidarity Tracking, una iniciativa que busca presentar los aportes y el esfuerzo del sector privado dominicano para crear soluciones que alivien el peso de la pandemia por COVID-19. El rol de las empresas es fundamental, pues sólo con la colaboración entre los distintos actores de la sociedad podremos atravesar esta circunstancia que nos afecta a todos por igual.

Ecored y sus miembros trabajamos por contribuir de manera significativa adoptando medidas responsables y consecuentes que contribuyan al distanciamiento social y salud de todas las personas. Rápidamente, las empresas han reducido sus horarios para



Lic. Nathaly Uribe

Encargada de Sostenibilidad y Responsabilidad Social Empresarial de Ecored

ECORED

¡Unidos contra el COVID-19!



Premium Content

cumplir con el toque de queda establecido, se han adaptado para trabajar de manera remota, hacen un llamado a utilizar los canales digitales disponibles para compras, pagos y en ocasiones servicios, cómo recetas médicas electrónicas, para reducir los encuentros presenciales.

Empresas cuyos productos y servicios son esenciales para el funcionamiento de la sociedad, implementan protocolos más estrictos de higienización y desinfección para permanecer abiertos y garantizar así el abastecimiento de comida y productos de primera necesidad.

Otras empresas han segmentado sus equipos de trabajo para laborar de forma remota y alternar los horarios. Nuestros socios entienden que es fundamental ocuparse primero de lo interno y velan por la protección de los colaboradores y sus familias, proporcionando equipos de protección especializados en reducir riesgos de contagio. Ante una situación mundial sin precedentes, el sector privado pone a prueba su capacidad de respuesta.

Nos hemos aliado con la Revista Factor de Éxito y la firma internacional de consultoría Pizzolante, para sumar al Solidarity Tracking,...

Generadoras eléctricas habilitan dormitorios para una eventual estadía por parte del personal clave y activa protocolos de emergencia para asegurar el suministro constante de energía. Supermercados y empresas de transporte ajustan y mejoran sus procesos de logística y distribución adaptados a las nuevas condiciones y necesidades, mientras el sector servicios habilita servicios preferenciales a personal

de primera línea que presta servicio durante el toque de queda que reducen el riesgo a grupos más vulnerables cómo adultos mayores, mujeres embarazadas y personas con capacidades distintas.

Más que nunca, la sostenibilidad de las empresas juega un papel clave para superar la crisis. En la medida en que el sector privado integra la salud de las personas y el planeta en sus estrategias, movemos las agujas del desarrollo sostenible en el país.

Hoy se vuelven aún más relevantes los Objetivos de Desarrollo Sostenible y las metas que trazan sobre Salud y Bienestar, la Producción y el Consumo Responsables, y las Alianzas entre actores y sectores para lograr estos Objetivos. Nuestras empresas, que cada día dan más de sí para continuar adelante como país, son nuestra mejor carta de presentación. Continuaremos trabajando con sentido de compromiso y cooperación para juntos superar esta crisis.

Mantenemos un ambiente seguro y saludable para nuestro personal ante la propagación del COVID-19

BARRICK
PUEBLO VIEJO JV

Ante la desafortunada situación que vive el mundo desatada por la propagación del virus COVID-19, en Barrick Pueblo Viejo lo más importante es que nuestros colaboradores y colaboradoras realicen sus labores en un ambiente seguro. Para lograr este objetivo, desarrollamos un Plan de Acción y Respuesta ante Amenazas para el COVID-19 que cubre medidas de preparación, prevención y respuesta.

Dentro de las medidas de prevención, desde el mes de febrero iniciamos una comunicación frecuente con nuestra fuerza laboral, incluyendo informaciones de cómo reducir el riesgo de contraer el virus y los síntomas.

La salud y la seguridad son lo primero

Dentro de las medidas que hemos implementado para cumplir con nuestra misión de salud y seguridad *"cada persona, sana y salva, todos los días"*, se encuentran las siguientes:

- Todas las áreas de la mina y autobuses de transporte de personal han sido ajustados y señalizados para garantizar el distanciamiento social.
- Hemos implementado un formulario de autoevaluación en línea mediante el cual los colaboradores se evalúan y confirman su estado de salud. El acceso a la mina está sujeto a completar el mismo y si alguna persona tiene uno de los síntomas del COVID-19 o se siente enferma, debe quedarse en casa.
- Tenemos controles diarios de temperatura con termómetros infrarrojos y cámaras térmicas de gran alcance en las entradas a nuestras facilidades y gradualmente se estarán incorporando antes del acceso a los autobuses.
- En los casos que sea posible, implementamos el teletrabajo.
- Los espacios de trabajo, vehículos livianos y autobuses son debidamente higienizados frecuentemente con los desinfectantes apropiados. Tenemos dispensadores de gel antibacterial y anti-sépticos para superficies disponibles en las distintas áreas de trabajo.
- Hemos implementado campañas internas sobre la importancia del distanciamiento social, el lavado correcto de las manos, estornudar o toser cubriendo la boca, el uso de gel y toallitas desinfectantes, así como evitar tocarse la cara.
- De igual manera, proporcionamos mascarillas a nuestro personal, para su uso obligatorio en el lugar de trabajo y autobuses.
- Tenemos un protocolo para la realización de pruebas rápidas a nuestro personal, siguiendo los lineamientos determinados por las autoridades nacionales para estos casos.
- Nuestro Centro de Salud Ocupacional, ubicado dentro de la mina, proporciona asistencia 24/7 a todo nuestro personal.
- De igual manera, hemos desarrollado herramientas de respuesta rápida para mantener la comunicación constante con nuestro colaboradores y colaboradoras mediante los cuales pueden canalizar sus inquietudes relativas al virus, hacer consultas laborales y tener acceso a informaciones importantes.
- El seguro de salud complementario que facilitamos a todo nuestro personal y a sus dependientes directos, le cubre telemedicina y asistencia psicológica por teléfono.
- Los supervisores de cada departamento deben dar seguimiento al personal que reporte alguna condición médica.
- Hemos suspendido temporalmente el ingreso a la mina de proveedores externos de alimentos.
- Y, hemos habilitado facilidades adicionales de parqueo para los colaboradores y colaboradoras que se trasladen en sus vehículos personales.



Toma de temperatura con termómetro térmico en la entrada de la mina.



Medidas para garantizar el distanciamiento social en los autobuses.



Entrega de mascarillas de protección en hospitales de las comunidades cercanas.



Entrega de kits de alimentos no perecederos.

Cuidamos a nuestras comunidades y al país

- Desarrollamos un plan de participación del virus COVID-19 para los distintos grupos de interés a los fines de garantizar que información efectiva y precisa sobre el virus sea comunicada a líderes, organizaciones sociales civiles, autoridades locales y miembros de la comunidad cercana a nuestras operaciones.
- Para contribuir con la estabilidad de la economía dominicana y ayudar al país a combatir y contener la propagación del COVID-19, pagamos US\$113 millones de dólares (equivalente a RD\$ 6,120 millones de pesos) de impuestos en el mes de abril a pesar de la extensión del plazo para la declaración de ciertos impuestos, incluyendo anticipos.
- Continuamos apoyando con diferentes acciones para mitigar el impacto del virus en el país y las comunidades cercanas a nuestras operaciones. Con este fin, hemos comprometido cerca de US\$1 millón de dólares (equivalente a RD\$53 millones de pesos) para diversas iniciativas, incluyendo la donación de mascarillas, guantes de látex, batas, gorros y gel antibacterial, pruebas COVID-19 PCR, entrega de kits de alimentos no perecederos y la donación de alcohol etílico.
- Hemos entregado kits de alimentos secos a más de 1,000 familias y grupos vulnerables, y apoyado a suplidores de diferentes localidades en la fabricación de mascarillas de tela para donarlas a las comunidades más necesitadas de nuestra zona de influencia.
- En alianza con la Fundación Corripio, realizamos una donación de más de 200 mil litros de alcohol etílico entregado al Servicio Regional de Salud Metropolitano y a más de 30 hospitales de diferentes localidades en las comunidades de influencia de la mina.

Nuestro compromiso es operar de una forma responsable y segura contribuyendo al desarrollo social y económico de la República Dominicana, lo hacemos apegados a nuestra filosofía de sostenibilidad de crear valor a largo plazo para todos y todas, especialmente para el Estado y la gente de nuestro país. Mientras dure esta pandemia estaremos firmes en este compromiso para que ahora y siempre, todos regresemos a casa sanos y salvos.

...Hay
muchas
maneras de
expresar
Solidaridad !



SOLIDARITY TRACKING

Un aporte de la revista **FACTOR DE ÉXITO** en alianza con

Pizzolante y **ECORED**

Solidarity Tracking es un espacio de difusión que compila, organiza y hace seguimiento a la solidaridad del sector privado dominicano, ante el COVID-19

Entérate más de estos aportes en:
www.revistafactordeexito.com/covid19



CASO DE ÉXITO CCPSD ANTE EL COVID-19

LA CÁMARA DE COMERCIO Y PRODUCCIÓN SANTO DOMINGO SE REINVENTÓ EN LA "COVIDIANIDAD"

Tan pronto como las autoridades nacionales indicaron el cese de operaciones para las Cámaras de Comercio a nivel nacional, en la Cámara de Comercio y Producción Santo Domingo, se puso en funcionamiento la primera fase del servicio en línea a través del portal enlinea.camarasantodomingo.do que permite a los usuarios de Registro Mercantil solicitar 5 tipos de transacciones: renovación, duplicados, certificaciones, copias certificadas y actualización de datos.

El presidente de la Cámara Santo Domingo, Manuel Luna Sued, manifestó que por primera vez en la historia, dieron paso a la modalidad laboral del teletrabajo. Los colaboradores de todas las áreas ya estaban habilitados para seguir dando soporte a las transacciones de Registro Mercantil, a responder las inquietudes que traía consigo el nuevo servicio en línea y a resolver los impases que surgían como consecuencia natural de un cambio.

Resaltó que las redes sociales y el correo info@camarasantodomingo.do se convirtieron en los canales de comunicación principales, a través de los cuales los usuarios externaban sus dudas, quejas y/o felicitaciones por el nuevo servicio en línea.

Digifirma el producto estrella ante la crisis

Si bien desde hace años se encontraba a disposición del empresariado el producto de firma electrónica, en el marco de la crisis del COVID-19, este producto ha sido instrumentado para darles la capacidad a las personas de firmar sin tener que encontrarse presencialmente.

Digifirma ha experimentado un auge e impulso en los distintos sectores productivos, registrando un significativo aumento en las emisiones de certificados de firma digital. Ha venido a ayudar a las empresas en solución durante la "covidianidad" para facilitar el hacer negocios y mantener en operación los mismos, expresó el presidente de la Cámara de Santo Domingo.

Durante lo que fue el estado de emergencia nacional, la Cámara de Santo Domingo estuvo trabajando directamente con organismos públicos y con actores multisectoriales para aclarar todo tipo de dudas técnicas y legales para la eficaz utilización de Digifirma.

En el transcurso de las fases de reactivación productiva y económica del país, la Cámara de Santo Domingo se preparó para el reinicio de operaciones presenciales. El Departamento de Tecnología diseñó una aplicación de citas para los usuarios de Registro Mercantil, para que estos reservaran previamente su cita de depósito de documentos, permitiendo la presencia en sala de máximo 5 clientes, a ser atendidos por igual número de representantes de depósito trabajando presencialmente. Se estableció además una diferencia de 5 minutos entre la hora de las citas que atenderá cada representante, de forma tal que los 5 clientes que pueden acceder al mismo tiempo, tampoco coincidan en su totalidad.

En el caso de retiro de transacciones listas, se estableció



un nuevo esquema de atención por orden de llegada, lo que significa que sólo se permite la entrada de un (1) cliente a la vez, con el fin de garantizar que las interacciones entre clientes sean mínimas y de corta permanencia.

Los usuarios que deben esperar su turno de atención para recoger una transacción lista, lo deben hacer en la parte exterior de nuestra oficina, en un espacio de espera debidamente señalado, a una distancia de 2 metros uno de otro, para evitar aglomeraciones y garantizar el distanciamiento social

Al ser autorizados a reabrir las puertas de la institución, exclusivamente para ofrecer el servicio de Registro Mercantil. Se hizo reforzando todas las medidas de seguridad y prevención contra el COVID-19.

A los fines de brindar un espacio óptimo tanto para nuestros colaboradores como para nuestros clientes, implementamos nuevas medidas, que sin duda forman parte de la nueva normalidad a la que todos debemos adaptarnos y acostumbrarnos, sostuvo Manuel Luna Sued.

Como parte del protocolo de seguridad, se mide la temperatura corporal de toda persona que va a ingresar a las instalaciones de la Cámara, tanto empleados como usuarios, garantizando con esto la identificación temprana de síntomas. Sólo el 13% del personal se encuentra dando servicio de manera presencial; a todos se les está proveyendo transporte privado y se implementó el programa de trabajo con rotación cada 15 días para reducir riesgos.

Es obligatorio el uso de mascarillas para todo el que entre a la institución; no se permite el ingreso de acompañantes; adicional, fueron eliminadas las sillas de espera, colocando solamente 5, dichas sillas se colocaron guardando las medidas de distanciamiento recomendadas.

También fue implementado la práctica de "puertas abiertas" entre posiciones de trabajo, áreas comunes y oficinas, para disminuir con esto la manipulación de manubrios y cerraduras y con ello reducir cualquier foco de contagio, culminó Manuel Luna Sued.

Flexibilizamos la carga financiera de nuestros clientes

Comprometidos con el bienestar social y económico del país hemos adoptado las siguientes medidas para nuestros clientes, orientadas a flexibilizar la carga financiera ante el desafío de la pandemia del coronavirus (COVID-19).

Préstamos Hipotecarios, Consumo, Vehículo y Comercial Pyme

- Otorgamos automáticamente tres cuotas de gracia para préstamos vigentes y al día al 31 de marzo de 2020.

Líneas de Crédito Pymes

- Otorgamos renovación con opción a desembolso por 90 días, a las Líneas de Crédito Pymes con balance disponible y vencimiento en marzo, abril o mayo 2020.

Tarjetas de Crédito

- Disminuimos la tasa de interés por financiamiento al 1% mensual (12% anual).*
- Eliminamos el pago mínimo requerido sobre el valor del corte.*
- Eliminamos el cargo por mora.*

Nómina Electrónica

- Mantenemos el pago de nómina y suplidores libres de comisión a través de nuestros Canales Digitales: TuB@nco Empresas y App Empresas.
- Otorgamos automáticamente tres cuotas de gracia para los préstamos del programa Empleado Feliz, vigentes y al día al 31 de marzo de 2020.

Transferencias y Canales Digitales Banreservas

- Eliminamos la comisión por pago de impuestos DGII, DGA, TSS e INFOTEP a través de *960#, TuB@nco y App Banreservas (persona y empresa) durante los meses de abril, mayo y junio 2020.
- Mantenemos libre de costo las transferencias ACH.

*Medidas solo aplican para el saldo en pesos, no aplican dólares, ni Credimás. Vigentes en las Tarjetas de Crédito Personales para los cortes desde el 26 de marzo de 2020, por los próximos tres meses. Para Tarjetas de Crédito Visa Negocios y Visa Empresarial, vigentes para los cortes desde el 18 de abril del 2020, por los próximos tres meses. En caso de no realizar el pago total al corte de cada mes, se aplicará el financiamiento correspondiente.

EN TIEMPO DEL COVID-19: CEMEX REAFIRMA SU COMPROMISO CON LAS COMUNIDADES



Desde su entrada al país, hace casi 25 años, CEMEX Dominicana se ha caracterizado por brindar apoyo constante a las comunidades que se encuentran cercanas a sus operaciones (San Pedro de Macorís, Santo Domingo Oeste y Norte, San Cristóbal y Barahona), ofreciendo un seguimiento fiel, además de acompañamiento a las más de 40 mil familias que residen en las inmediaciones de sus plantas.

Esta relación con los comunitarios y residentes en las distintas localidades ha permitido generar una interacción directa y eficaz con entes gubernamentales, acción que ha conseguido logros importantes como el restablecimiento de servicios públicos básicos, entre otros.

Actualmente CEMEX cuenta con once programas sociales con los que se brinda apoyo en temas de emprendimiento, empoderamiento femenino, liderazgo, respeto y conservación del medio ambiente y el autodesarrollo, acciones que responden a un modelo de sostenibilidad que se trabaja de forma integral fortaleciéndose y centrándose en cuatro pilares fundamentales: económico, medioambiental, gobernanza y social.

Siendo el valor principal de CEMEX la salud y seguridad hoy refuerzan

más que nunca este valor realizando acciones que buscan colaborar con el bienestar de sus vecinos ante la pandemia del COVID19.

Acciones realizadas

- Participación en la iniciativa gremial (ADOCEM) para la entrega de 10,000 pruebas de detección rápida de COVID-19 y 80,000 unidades de insumos de protección médica.
- Conformación y entrega de 600 kits alimenticios en las comunidades Batey Higuamo 1, Batey Montelargo en San Pedro de Macorís, Naranjo Dulce en San Cristóbal, Marañón 2 en Santo Domingo Norte y Boquerón en Las Salinas de Barahona, con la que se beneficiaron más de 1,800 personas.
- Ejecución de Operativo de limpieza en calles del municipio de San Pedro de Macorís, principalmente las aledañas al Hospital Regional Antonio Musa. Además de participación en los Operativos de limpieza de espacios públicos en el Gran Santo Domingo bajo la coordinación del Ministerio de Obras Públicas (MOPC), La Corporación del Acueducto y Alcantarillado de Santo Domingo (CAASD) y empresas concreteras y constructoras del país.
- Verificación del cumplimiento actual de acuerdos comunitarios para el suministro de servicio públicos,

así como gestión ante entidades gubernamentales para el suministro de agua potable y otros servicios, en comunidades aledañas a nuestras operaciones.

- Participación como miembro de ADOCEM en la elaboración de Protocolo de Salud y Seguridad para el sector de la construcción.

José Antonio Cabrera, director general de CEMEX Dominicana, Puerto Rico y Haití, expresó el compromiso de la cementera con la salud de sus relacionados **“Es nuestro propósito colaborar con el bienestar de nuestras comunidades, sobre todo en esta crítica situación que representa el coronavirus”**, afirmó Cabrera.



Créditos fotográficos: Ministerio de Obras Públicas y Comunicaciones / CEMEX.



Por: *Thony Da Silva Romero*
Consultor internacional en Estrategia y
Comunicación, Socio de PIZZOLANTE

Filantropía Reivindicada

Desde hace años trabajo en los ámbitos de estrategia y comunicación empresarial, y uno de los focos (entre varios) a los que he dedicado particular atención, es a los temas de responsabilidad social empresarial y sostenibilidad; focos en los que las empresas definen o delinean su aproximación a la atención y satisfacción de expectativas sociales, contribuyendo a través de diversas fórmulas en las que procuran integrar su actuación responsable al beneficio del negocio en el que participan. A lo largo de los años, la actuación socialmente responsable se ha expresado de múltiples formas y con diversas etiquetas, pero al final, cuando es bien entendida, todas persiguen el objetivo de integrar la actuación empresarial a la vida de los ciudadanos, produciendo resultados que permitan asegurar una relación de mutuo beneficio, a la vez que se preserva todo aquello que resulta relevante para ambas partes.

Sin embargo, a lo largo de ese proceso, una de las fórmulas originarias de contribución social, la filantropía, ha sido entendida por muchos, como una aproximación caduca que no tiene espacio en el marco de las muy avanzadas estructuras y estrategias de responsabilidad social/ sostenibilidad,

que hoy hacen vida en las organizaciones, incluso, llegando a posicionarla casi como una “mala práctica” que las empresas deben evitar. Esto siempre me ha llevado a compartir una misma reflexión con quienes he tenido la oportunidad de trabajar en múltiples organizaciones: no podemos despreciar, subestimar o subvalorar el poder la filantropía, y su función en la contribución de alcanzar grandes metas como sociedad.

El término “filantropía” proviene de dos vocablos griegos, “philos”, que significa amor, amigo, y “anthropos”, que significa hombre, por tanto, filantropía supone “amor a la humanidad o al género humano”, y la pandemia causada por COVID 19 ha puesto de manifiesto tal sentimiento traducido en la capacidad para solidarizarnos con nuestros congéneres. Creo que esto coloca a la filantropía en una resaltante e importante posición, tomando un segundo aire frente a aquéllos que se han multiplicado como sus “detractores”, pues sólo a través de la contribución de cientos de organizaciones privadas se han podido atender grandes necesidades que los gobiernos, por sí solos, no tienen capacidad de resolver, logrando así avanzar con mejor pie en la lucha contra este enemigo común.

Este abordaje ha requerido de la actuación de un sector empresarial que, por ejemplo, en República Dominicana y según el “Solidarity Tracking” de la revista FACTOR DE EXITO, un esfuerzo realizado junto a ECORED y el equipo local de la firma internacional de consultoría PIZZOLANTE, ha contabilizado aportes por más de mil cien millones de pesos (sólo en efectivo), además de ingentes cantidades de insumos, capacidades puestas al servicio del Estado y la comunidad, ventajas particulares para aligerar el peso económico de ciertos servicios a la población, así como la promoción de diversas campañas de concientización y comunicación de riesgo de cara a lograr una mejor comprensión de la situación por parte de la población, así como de las medidas preventivas que todos debemos tomar.

A nivel mundial y para finales de mayo, CANDID.ORG reflejaba una cifra de más de 10.5 billones de dólares en más de 4.000 aportes provenientes de casi 700 grandes donantes, todo ello en beneficio de unos 3.000 receptores para la atención de la emergencia pandémica; esfuerzos que se han concentrado en atención de desastres, control epidemiológico, sistemas de soporte y tratamiento médico, insumos, desarrollo económico y atención comunitaria, alimentos, esfuerzos educativos y manejo informativo, entre otros ámbitos. Hemos visto al sector privado volcado a prestar contribución, bien sea a través de esfuerzos individuales o cooperativos, aportando importantes recursos económicos, humanos, logísticos y de servicios, que resultan críticos en la tarea de atender y encontrar aceleradamente una pronta solución a esta situación de crisis, cuyo impacto está todavía por verse.

Este esfuerzo, que parte de una clara comprensión del riesgo y su impacto en la dinámica

socioeconómica, empuja la decisión y compromiso de las empresas a colocar a disposición, recursos que no provienen de programas previamente estructurados con una visión de largo plazo asociados al “core” del negocio, o como resultado de extensos procesos de planificación (válidos y necesarios), proviene de la necesidad coyuntural de unir esfuerzos en pro del bien común, apelando al aporte de fondos o insumos que son donados para promover el trabajo de terceros en torno a la atención de una emergencia, en lo que podríamos llamar, un esfuerzo de “filantropía coyuntural”. Ahora bien, podríamos reducir estas emergencias en el tiempo, a través de la combinación de aportes estratégicamente seleccionados en nuestros portafolios de inversión social, diversificándolo mediante la inclusión de apoyos destinados a terceros que trabajan por aquellos grandes temas que nos afectan o afectarán en un futuro si no los resolvemos a tiempo (educación, salud, alimentación, etc.).

Esta intención está presente desde el 361 A.C., cuando el emperador Flavio acuña el término “filantropía” como sustituto pagano de la caridad cristiana, pasando a mediados del siglo XIX por la “filantropía moderna” que dio paso a grandes organizaciones como la Cruz Roja, y llegando con el siglo XXI a lo que Matthew Bishop, Editor de The Economist, llamó el “filantrocapialismo”, teoría que expone en su libro junto a Michael Green “La Revolución de los Ricos, Como el Filantrocapialismo está Cambiando al Mundo”. En esta aproximación, Bishop y Green destacan como grandes inversores

sociales como Bill Gates, con un total de US\$ 35.8 billones, Warren Buffet con unos US\$ 34 billones y Azim Premji con US\$ 21 billones, por nombrar al top 3 de los filántropos del mundo bajo el criterio de asignación de recursos, buscan mejorar el rendimiento de sus esfuerzos con la finalidad de favorecer la actuación, incidencia e influencia sobre grandes causas de impacto social y problemáticas que impactan a la humanidad, tales como: salud, pobreza extrema, educación, acceso a la tecnología, Prevención de HIV entre otros, utilizando para ello, métodos de gestión empresarial para el ejercicio de la filantropía. Es así como esta práctica, entendida como un foco de inversión sostenida para el aporte significativo a la solución, dista entonces de esfuerzos que solo apuntan a dejarse ver en la foto en actos de relaciones públicas o acciones de “facewashing”.

Como todo, la filantropía no está exenta de críticas, y hay quienes en efecto lo hacen por considerar que no son sostenibles o profundas, que no abordan o resuelven las problemáticas creando una verdadera y completa transformación social, o incluso, que son utilizadas como mecanismos de “Ingeniería fiscal”, sin embargo, ¿Se debe dejar de apoyar a la generación de mejoras que pueden producir resultados en favor de motorizar los

cambios?, esa es una amplia discusión que se realiza sobre un hecho cierto, son miles y millones de personas las que esperan por mejoras que le ayuden a aliviar el peso de su propia circunstancia, y en tiempos como estos, de acelerado calentamiento social, la combinación de reformas estructurales y profundas en nuestra sociedad, acompañados de esfuerzos de atención de corto, mediano y largo plazo, parecen hacerse necesarias.

Es buen momento para revisar, en el marco de nuestros modelos y estrategias de empresa responsable, el rol de la filantropía y su relación con la atención de aquellos grandes temas que, si bien podemos considerar no están directamente atados al negocio, pueden tener un significativo y profundo impacto en cualquier momento. ¿Como podemos contribuir a darle certidumbre y sostenibilidad a organizaciones (ONG ‘s, centros de investigación, universidades, etc.) que trabajan por las soluciones a complejos problemas sociales de interés común?, ¿Como podemos combinar esfuerzos cooperativos con otras organizaciones para abordarlos generando mayores y más efectivas alianzas?, ¿Como podemos contribuir con los gobiernos a través de la transferencia de capacidades y apoyo a iniciativas alineadas a esos problemas? En fin, los retos que presenta el planeta, bien expresados en los 17 objetivos de desarrollo sostenible de la agenda 2030, requerirá del aporte concentrado de grandes esfuerzos que, lejos de la atomización de iniciativas inconexas que pueden resultar ínfimas, permita que entre todos podamos cerrar filas para enfrentar y superar los importantes retos que, como humanidad, tenemos por delante.



¿Cómo podemos gestionar nuestras finanzas personales en tiempos de COVID-19?

Por: Lic. José Taulé



José Taulé
Licenciado en Administración de Empresas
CFO de la Bolsa y Mercados de Valores de la República Dominicana

La pandemia del COVID-19 ha desencadenado una gran crisis económica, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe, Cepal, estima en 2020 un decrecimiento en nuestra región de -5.3%, mientras que para República Dominicana proyectan un 0%.

Entonces nos preguntamos, ¿Cómo podemos gestionar nuestras finanzas personales durante esta crisis?

Mantener la calma es fundamental, al igual que consumir informaciones de fuentes confiables y evitar tomar decisiones guiados por el miedo. Recomiendo solo tomar las decisiones urgentes, evaluando las posibles consecuencias en el corto y mediano plazo para intentar anticiparnos a estas.

Para cuidar nuestro patrimonio, debemos adoptar una estrategia de inversión de conservadora a moderada y diversificar nuestros activos para evitar poner los huevos en la misma canasta.

Cuidar el empleo es fundamental, analice sus actitudes y su forma de trabajo, conviértase en alguien importante para su empresa. Dele la oportunidad a su empleador y a usted de estar en una buena posición cuando esto haya terminado.

Tener un presupuesto personal es recomendable y actualmente imprescindible. Cuantifique cuánto dinero va a necesitar en los próximos 4 meses, tenga claro el efectivo que dispone hoy y cuáles serán sus fuentes de ingresos. Divida sus gastos en bloques como alimentación, vivienda y ocio.

En estos días solo compre lo necesario, evite lujos y lleve un diario de sus gastos, esto le ayudará a ser más eficiente.

Todo presupuesto debe contemplar el ahorro, esto le permitirá crear o aumentar su fondo de emergencias, el cual debe cubrir mínimo tres meses de sus gastos. Hacer esto requiere sacrificio y toma tiempo, pero es necesario porque las crisis son cíclicas y debemos estar preparados para afrontarlas.

Si tiene más de una tarjeta de crédito juegue con sus cortes, esto le permitirá contar con quince días extras de financiamiento y por ende mejor liquidez.

Las deudas deben ser manejadas con mucha cautela. Intente continuar honrando sus compromisos financieros y si no le es posible contacte a su entidad financiera para conocer las facilidades que están ofreciendo para brindarle un respiro temporal. Intente no incrementar su nivel de endeudamiento.

Estamos enfrentando una crisis sin precedentes, es hora de tomar decisiones con prudencia, de hacer sacrificios y sobre todo, de sobrevivir esta situación.

Mantener la calma es fundamental, al igual que consumir informaciones de fuentes confiables y evitar tomar decisiones guiados por el miedo.



A FAVOR DEL USO DE LOS RECURSOS EN LAS AFP

Bajo la consideración de que los recursos acumulados en la AFP son propiedad de los trabajadores, a partir de sus aportes y los de su empleador, diversas figuras sindicales y políticas se han manifestado a favor de alternativas que permitan el acceso a dichos recursos de forma limitada, esto como un mecanismo de alivio ante la emergencia que representa para los trabajadores esta circunstancia, y considerando que los mismos se encuentran desvalidos frente al riesgo que supone la pérdida de su puesto de trabajo o lo dilatado de su regreso al mismo. Esta propuesta considera que los apoyos recibidos, solo por algunos, resultan insuficientes para dar cobertura a las necesidades familiares, profundizando la crisis, retrocediendo a muchos a la pobreza y obligándolos a buscar alternativas en el marco de la economía informal.

Para estos voceros, la negativa asumida por las AFP frente a estas peticiones, han sido calificadas como poco solidarias e intransigentes, así como han sido motivo de airadas críticas a través de las redes sociales que califican muy negativamente la actitud asumida por este sector del aparato financiero nacional.



¿Debe aprobarse el retiro del 30% de los fondos de pensiones?

La crisis ocasionada por la pandemia de COVID 19 ha tensionado las finanzas del país y generado un impacto económico significativo, lo que ha implicado la suspensión o pérdida de empleos para cientos de miles de personas, algunas de ellas han sido beneficiadas por programas de apoyo gubernamental que, si bien son un alivio, no llegan necesariamente a cubrir las necesidades familiares en todos sus ámbitos durante este período de inactividad.

Frente a esta dura realidad se ha propuesto, por intermedio de diversos interlocutores en diversos sectores de

la vida nacional, la posibilidad de que los trabajadores afiliados al sistema del fondo de pensiones tengan la oportunidad de hacer uso de un porcentaje del monto acumulado en sus cuentas de capitalización individual, apostando con ello, a que puedan darle cobertura a sus necesidades inmediatas ante esta emergencia.

Sobre esto se ha producido un intenso debate de quienes se manifiestan a favor y en contra de esta propuesta, y sobre ello hemos querido reseñar, en nuestra sección "Factor de Debate", algunas de las posiciones más resaltantes de cada una de las partes en conflicto.



Víctor Bisonó, dirigente político

Propuso que aquellos trabajadores que tienen dinero en las AFP tengan acceso al 25% de ese capital acumulado, mediante la creación de un fondo especial alternativo con garantía del Banco Central, como una solución ante la crisis económica por el covid-19.

Fuente: listindiario.com

Los Diputados Pedro Botello, Juan Carlos Martínez, Elías Báez, Jean Luis Rodríguez, José Francisco Santana, Cristóbal Castillo, Aciris Medina, Víctor Mencía, Melvin Lara, Amado Díaz, Francisco Santos, Alexis Jiménez, Rafael Arias, Lucía López, Tobías Crespo, Nidio Encarnación, Darío Zapata, David Herrera, Josefa Castillo, Jaqueline Montero, Miledys Suero, María Gallard, María Fernández, Robinson Díaz, Manuel Bernard, Eduard Gómez, y Franklin Romero.

27 diputados solicitaron a la presidencia de la Cámara Baja poner en agenda la propuesta que busca dar un 30% de los fondos en las Aseguradoras de Fondos de Pensiones (AFP)

Fuente: listindiario.com





Kirsis Jáquez, Presidenta de la Asociación Dominicana de Administradoras de Fondos de Pensiones (ADAFP)

“Con el esfuerzo único de ahorro de aporte del trabajador no es suficiente llegar a tener un fondo para el retiro (...) Las AFP operan en un régimen de total transparencia y regulación y las inversiones que hacemos son las de aquellos instrumentos más rentables para el afiliado en el menor tiempo posible” Lo que en su opinión esta propuesta “no es lo más favorable”.

Fuente: listindiario.com

Jacobo Ramos, presidente de la Central Nacional de Trabajadores Dominicanos (CNTD)

“Más del 30% de los trabajadores tiene menos de RD\$140 mil en sus ahorros, por lo que señores, hay que oponerse a que les quiten ese 30%”

Fuente: hoy.com.do



Radhamés Camacho, Presidente de la Cámara de Diputados

“No es posible que nosotros estemos jugando con lo que tiene que ver con la pensión de los trabajadores y las trabajadoras, ese fondo no es esencialmente de nosotros los trabajadores, ahí está el aporte del empleador, ahí están los intereses ahí está la rentabilidad de la inversión de esos recursos para asegurar que la pensión suya sea más alta”

Fuente: diariolibre.com



Temístocles Montás del PLD

Sostiene que el PLD ha escuchado la opinión de especialistas calificados en el tema y por su propio criterio de “responsabilidad política, social, fiscal y económica”, rechaza el intento de que afiliados accedan al 30% de los fondos de pensiones.

Fuente: listindiario.com



Donald Guerrero, Ministro de Hacienda

“sería una falta de consciencia y de responsabilidad de parte de las autoridades actuales proponer una iniciativa que se traduzca en una desestabilización del ambiente macroeconómico”

Fuente: elnuevodiario.com



Luis Abinader, candidato presidencial del PRM

Insistió en que no es necesario afectar la pensión de los trabajadores porque el gobierno tiene los recursos para atender las demandas de los trabajadores.


Fuente: diariolibre.com



EN CONTRA DEL USO DE LOS RECURSOS EN LAS AFP

Las Administradoras de Fondos de Pensión, algunos sindicalistas, políticos, funcionarios gubernamentales y expertos, coinciden en lo pernicioso que resultaría para la economía dominicana, el adoptar una medida distributiva de un porcentaje de los recursos depositados en estas instituciones por los trabajadores, por una parte, bajo el alegato de que los trabajadores no deberían cargar con el costo de la crisis, así como por el impacto macroeconómico que tal medida podría tener, al inyectar liquidez al mercado que se convertirá en consumo, presionando por ende la inflación en el país.

Así también, es bueno mencionar que las AFP no disponen de esos recursos necesariamente en efectivo, los mismos se encuentran invertidos en papeles (la mayoría del Estado dominicano), lo que complejiza cualquier acción en términos de la expectativa pública; pero lo más importante desde la perspectiva de estos voceros, es que se estaría generando un importante daño al sistema al poner en riesgo las pensiones futuras de los trabajadores, quienes al llegar a la edad de retiro se encontrarían con recursos mermados que poco serán de utilidad si no alcanzan, en su tiempo de vida laboral, un monto acumulado lo suficientemente relevante como para contar con una pensión digna que les permita el bienestar necesario en sus años dorados.



**FACTOR
de
DEBATE**



Quique Antún, Presidente del PRSC

“Es justo decir que el dinero que se solicitaba devolver es propiedad de los trabajadores, no de otro sector de la economía”, expresó el líder reformista.

Fuente: diariolibre.com

Eliseo Christopher, presidente de Copymecon y 15 exmiembros del Consejo Nacional de la Seguridad Social (CNSS), César Matos, Marilyn Días, Margarita Belliard, Frank Guerrero, Bernardo Santana, Gricelda Suarez, Priscila Mejía, Fiordaliza Castillo, Eunice Pinales y Manuel Emilio Rosario. También participaron presidente de federaciones y asociaciones de Mipymes constructoras, entre los que se encontraban Francisco Sánchez, Marisela Benoit y Jorge Pujols, entre otros

Llaman a las AFP y al Gobierno a buscar alternativas para trabajadores usar fondos de pensiones.

Fuente: diariolibre.com



Leonel Fernández, ex presidente de la República Dominicana

Favoreció que los trabajadores tengan acceso a un porcentaje de sus pensiones ante la crisis económica generada por el coronavirus, al considerar que el Gobierno acaba de emitir bonos por 40,000 millones de pesos con recursos provenientes de esos fondos.

Fuente: elnuevodiario.com



Dionis Sánchez y Amarilis Santana, senadores

Presentaron un proyecto de ley para que a los ciudadanos se les entregue un 20% de los fondos de pensiones que tienen acumulados.

Fuente: diariolibre.com



Rafael -Pepe- Abreu, Presidente de la Confederación Nacional de la Unidad Sindical (CNUS)

Abreu precisó que las AFP pueden, de sus utilidades, entregar un bono a los trabajadores de por lo menos dos meses espaciados, pues entiende que esa es una forma de contribuir, en este tiempo de pandemia.

Fuente: listindiario.com

A FAVOR

**Ernesto Selman, Economista,
presidente de Novaster, consultora de
pensiones**

“El Gobierno se está financiando del Banco Central a través de las AFP, entonces el problema aquí es que es una transacción en que se está emitiendo nuevo dinero a la economía, lo que no es conveniente en momentos en que hay presión cambiaría y mucha incertidumbre”

Fuente: diariolibre.com



**Héctor Valdez Albizu, Gobernador del
Banco Central**

“Este eventual proceso inflacionario y de mayor incertidumbre en los agentes económicos, se traspasaría al mercado de divisas a través de un exceso de demanda de moneda extranjera, ocasionando una depreciación desproporcionada del tipo de cambio y fuga de capitales de la economía”

Fuente: diariolibre.com



**César Dargam, VP Consejo Nacional
para la Empresa Privada (Conep)**

“Las cotizaciones de pensiones empezaron en el 2003 y tienen un camino recorrido. Desde ese momento los trabajadores han contribuido con cotizaciones que permitirán asegurar un futuro mejor”

Fuente: diariolibre.com



**Celso Juan Marranzini, Presidente de la
AIRD**

“improcedente” la propuesta de entregar 30% de los fondos de pensiones a los trabajadores debido a la crisis económica generada por la pandemia COVID-19.

Fuente: listindiario.com



Servio Castaños Guzmán, VP de Finjus

“Entendemos que la contribución que pueden hacer los fondos de pensiones al desarrollo económico y social de un país se magnifica cuando estos se invierten eficientemente sobre la base de criterios de mercado y en función exclusiva de los objetivos que son propios al sistema de pensiones y la seguridad social”.

Fuente: diariolibre.com



**Ramón Contreras Genao,
Superintendente de Pensiones**

“Un retiro parcial de un 20% de los fondos causaría una reducción aproximada de entre un 4% y un 20% en el monto de la pensión futura”

Fuente: diariolibre.com



EN CONTRA

DIEGO VALERO:

Es erróneo que los trabajadores asuman los costos de la crisis con cargos a su fondo de pensión

Por: Dr. Diego Valero

Las consecuencias económicas para el país, de aceptar la petición o verse forzados a entregar el 30%, desde el punto de vista macroeconómico, generaría inflación, al aumentar considerablemente la demanda sin variar la oferta.

Las inversiones de las Aseguradoras del Fondo de Pensiones (AFP) sirven para multiplicar el aporte de empresas y trabajadores. Estos fondos se invierten para obtener una rentabilidad superior a la inflación. Si no existiera ese dinero, ni el Estado ni las empresas inversoras, podrían hacer las negociaciones productivas que hacen.

Los beneficios de tener una AFP son muchos, se encargan de invertir mi dinero por un coste bajo (el coste siempre hay que medirlo en comisión con respecto a rentabilidad, si me cobran 1.2 por obtener el 10 es un gran negocio para mí), me pagan luego la pensión conforme a los recursos que tengo, no dependo de los presupuestos del Estado ni de los avatares políticos para cobrar mi pensión.

En RD la rentabilidad, que es de alrededor del 10%, supera en un 7% aproximadamente la inflación, lo cual es muchísimo en el entorno comparado.

En cuanto a la propuesta de otorgar el 30% de los fondos que exigen los trabajadores para paliar la crisis generada por covid-19, no se trata de una petición de los trabajadores, sino un tema político. Es más bien una petición que surge por redes sociales, sin saber bien la autoría y que algún candidato a las Cámaras hace suya, en el actual proceso electoral que vivimos. Con respecto al fondo, es un grave error porque supone que sean los trabajadores los que asuman los costos de la crisis con cargo a sus pensiones futuras.

Se entiende que las personas que sufren una situación sanitaria y económica estresante pidan ayuda. El problema es que el foco es erróneo, porque no debe ser su propio ahorro previsional el paliativo, porque los fondos de pensiones no son ahorros para emergencias o necesidades de corto plazo, sino exclusivamente para su pensión.

Es indudable que aflorar casi un 5% del PIB, para hacer líquida esa cantidad de dinero, los fondos de pensiones tendrían que vender parte de sus inversiones en un mercado a la baja, por lo que las rentabilidades de los fondos bajarían y por tanto, las pensiones de los afiliados también. En la parte de deuda pública, que es mayoritaria en los portafolios de los fondos de pensiones, los compradores tendrían que ser internacionales, y eso podría afectar seriamente tanto a la tasa de cambio como a la prima de riesgo del país y por tanto al coste de la deuda.

Si se diera directamente el dinero a los ciudadanos, aparte de las consecuencias macroeconómicas como inflación y tipo de cambio, estaríamos ante un modelo de sociedad en el cual el rol del Estado se vería minimizado y acabaría operando la ley del más fuerte.

Ante una posible modificación al sistema de pensiones dominicano, debe hacerse, empezando por las que la propia ley ya prevé y no se han desarrollado, como pensiones mínimas, pensiones de independientes y bono de reconocimiento.



Dr. Diego Valero
Presidente de Novaster.

Pero es importante señalar que la principal lacra que golpea al sistema, es la informalidad laboral y el fraude. Esto se debe, a que cerca del 60% de los trabajadores dominicanos trabajan en la informalidad, y el otro 40%, no cotiza regularmente. Eso hace que las tasas de reemplazo sean bajas y que mucha gente no tenga acceso a la pensión.

Pese a lo anterior, también influye la aparente mala imagen de las AFP ante los trabajadores en la insistencia del reclamo, que es la falta de conocimiento del sistema lo que ha podido generar desconfianza en el mismo.

Es cierto que al sistema de Seguridad Social le faltan cuestiones por desarrollar, y que, veinte años después, hay elementos claros de mejora. Pero las fallas son del sistema, y sin embargo se han imputado a una parte del sistema, que es quien lo gestiona.

Hacer una inversión habitual en el Banco Central o en el Ministerio de Hacienda son dos cosas totalmente diferentes. Las AFP, por ley, solo pueden invertir los aportes y pagar las pensiones que dice la ley. Invertir en títulos del gobierno o del Banco Central es una muy buena opción porque tienen alta seguridad con una alta rentabilidad, y eso beneficia a los trabajadores.



UN ESPACIO SEGURO PARA TU NEGOCIO Y PARA TI



ACCESO 24/7



PRESTIGIOSA UBICACIÓN



ATENCIÓN PERSONALIZADA



TODOS LOS SERVICIOS INCLUIDOS



400 MTS DE ESPACIOS COMUNES



SALAS DE CONFERENCIAS Y REUNIONES



@SPATIUMWORLD



WWW.SPATIUMGROUP.COM



849-357-9204



VENTAS@SPATIUMGROUP.COM



spatium

Elianne Vilchez Abreu

Vicepresidenta Ejecutiva - Gerente General en Bolsa y Mercados de Valores de la República Dominicana

Una líder con determinación, constancia y pasión por alcanzar sus metas.



Definir a una persona como exitosa en la vida es algo particular. Desde la perspectiva profesional, el éxito implica compromiso y responsabilidad, fundamentalmente consigo mismo y con los que lo rodean. Lograr ser exitoso significa esfuerzo, trabajo, saber quién eres y hacia dónde quieres proyectarte.

En otros aspectos, ser mujer y conquistar espacios en mercados predominantemente masculinos, también es una manera de demostrar las infinitas capacidades que el sexo femenino tiene y sabe desarrollarlo exitosamente.

Así lo demuestra Elianne Vilchez Abreu, Vicepresidenta Ejecutiva / Gerente General de la Bolsa de Valores de la República Dominicana, quien cuenta con 18 años de experiencia en el mercado financiero y que ha logrado transformar sus habilidades en oportunidades para ocupar cargos importantes que la han convertido en una personalidad de éxito.

En esta oportunidad, destacamos la trayectoria profesional que ha tenido Elianne Vilchez Abreu, una excelente ejecutiva de negocios que ha ocupado roles significativos dentro de las instituciones más activas en el industria financiera de la República Dominicana.

Dentro del mercado de capitales, Vilchez se ha desempeñado desarrollando las divisiones de mercado de dinero y de cambio para las principales entidades bancarias nacionales y dirigiendo a través de la gerencia general el desarrollo de la Bolsa de Valores de la República Dominicana.

Durante su carrera profesional se ha convertido en una especialista en inversión y procesos estratégicos, gestión de activos y pasivos, evaluaciones de riesgos financieros, fijación de precios de activos y gestión de tesorería. Ha sido responsable de promover las mejores prácticas de Gobierno corporativo y ejecución de estrategias para optimizar los resultados financieros.

Antes de unirse a la Bolsa de Valores de la República Dominicana, se desempeñó como Directora de Unidad del Mercado Monetario en el Banco de Reservas de la República Dominicana, siendo parte del equipo directivo que llevó a la institución a ser reconocida como “Banco del año del Caribe” Región y Banco del año de la República Dominicana en 2016 por la revista LatinFinance.

Entre sus logros académicos destacan la Licenciatura en Administración de Empresas y Magister en Gestión bancaria y financiera de la Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra (PUCMM); Estudios sobre mercados e instrumentos financieros en The London School of Economics & Political Science.

La Bolsa de Valores de República Dominicana inició una transformación de su visión estratégica, incluyendo la renovación de sus procedimientos y la designación y entrada en funciones de su nuevo Consejo de Directores y vicepresidencia ejecutiva/gerencia general.

El mercado de valores dominicano ha experimentado un notorio crecimiento no solo en volumen de operaciones y número de participantes, sino también en cuanto a la presencia de nuevos instrumentos como los fondos de inversión representativos de renta variable y los fideicomisos de oferta pública.

Profesionalmente tiene más de 18 años de trayectoria experimentada, en el sistema financiero dominicano, especializándose en la negociación (trading) de instrumentos financieros y de Tesorería. ¿Cómo fue su evolución profesional y como llegó a ser seleccionada como vicepresidente ejecutivo de la BVRD?

En el transcurso de mis funciones en distintas posiciones relacionadas a los mercados financieros me fue posible alcanzar metas, cifras y crear la credibilidad necesaria para representar el futuro de la gestión de la Bolsa de Valores de la República Dominicana.

¿Cuáles han sido los logros más importantes en los que ha trabajado durante su gestión?

El fortalecimiento de la capacidad técnica de la institución, a través de la consolidación de un equipo ejecutivo de primera línea, así como el establecimiento de la estrategia de crecimiento de la institución para los próximos años, que ha posicionado a la Bolsa de Valores de la República Dominicana como un pilar del desarrollo del mercado de capitales del país.

¿Cómo describiría su estilo de liderazgo?

Un liderazgo horizontal, en donde las opiniones del equipo son el eje fundamental para definir la dirección a tomar. Este enfoque garantiza que el talento humano sea expresado y que siempre tenga espacio. Por eso la importancia de un equipo técnico sofisticado y con una característica común: GRIT.

¿Qué significa para usted la palabra “Éxito”?

Éxito significa llegar al resultado bajo el camino más transparente y enriquecedor para la corporación y su equipo. Es llegar en el tiempo prudente, con cadencia y satisfaciendo expectativas.

¿Cómo se define hoy día la Bolsa de Valores de la República Dominicana luego de una transformación de su visión estratégica, incluyendo la renovación de sus procedimientos?

La BVRD hoy actúa con un aliado para los planes de negocios de sus afiliados y es un catalizador para que emisores e inversionistas accedan de manera oportuna al mercado de valores de la República Dominicana.

El mercado de valores dominicano ha experimentado un notorio crecimiento no solo en volumen de operaciones y número de participantes, sino también en cuanto a la presencia de nuevos instrumentos, en el nuevo escenario derivado de la pandemia ocasionada por el COVID-19, ¿Qué se espera de las opciones de inversión en ese mercado en los próximos años?

Si bien las expectativas de corto y mediano plazo frente a la situación actual representan un reto no solo para el mercado de valores, sino para todos los actores de la economía, la bolsa entiende que el mercado de capitales jugará un rol importante tanto en la recuperación económica, como en la transformación estructural que se derivará de los ajustes que será necesario implementar para avanzar y recuperar el crecimiento.

Líder ejecutiva a cargo de la administración corporativa de la BVRD, así como del desarrollo de productos y servicios que permitan el crecimiento del mercado de valores dominicano. Ha sido responsable de promover las mejores prácticas de Gobierno corporativo y ejecución de estrategias para optimizar los resultados financieros.

LIDERAZGO CORPORATIVO

EL RETO DE REINTEGRARNOS A LA NUEVA NORMALIDAD

Por: *Rayvelis Roa*

Avanzan los días y la agenda va cambiando. Meses atrás los temas que imperaban eran las medidas de prevención, distanciamiento social y confinamiento total, y ahora dentro de este contexto comenzamos a enfocarnos en prepararnos para reabrir la economía de manera gradual, manteniendo los controles sanitarios.

Este será un paso trascendental, para el cual el liderazgo y la comunicación serán dos elementos fundamentales. Se trata de diseñar estrategias que incluyan protocolos internos, medidas de higienización y prevención, reorganización de procesos, gestión del cambio y acompañar al capital humano a su reintegración, así como a comprender lo que representa la nueva normalidad.

En estas líneas quiero compartir de manera breve algunas claves de liderazgo y comunicación que serán determinantes para esta transición histórica que marcará la pauta de nuestro futuro en el corto plazo.

LIDERAZGO

El liderazgo corporativo debe enfocarse en la fuerza y corazón de la organización, las personas. En este momento la palabra "humanidad" debe imperar en toda la gestión, promoviendo desde el rol que ejerce un líder. Este debe actuar como ente influenciador y lograr que los miembros del equipo asuman la filosofía institucional y desempeñen las labores reconociendo su valía, así como su capacidad de aportar al logro de los objetivos trazados.

Desde este enfoque será importante tomar en cuenta los siguientes puntos:

- Definir una estrategia de reintegración, tomando en cuenta lo que representa para los colaboradores este proceso, luego de tanto tiempo bajo una dinámica distinta.
- Preparar con anticipación el clima que quisiéramos tener, promoviendo en el equipo mensajes positivos

de motivación antes, durante y después de su reingreso.

- Comunicar de manera oportuna y efectiva las nuevas medidas, cambios de procesos, canales, normas y todo lo que necesiten saber para el desempeño de sus labores.
- Desarrollar, según la realidad de cada organización, acciones que faciliten la integración de todos. Comenzando con algún tipo de contacto desde el primer día.
- Prever que habrá un periodo en el que los colaboradores necesitarán tiempo para asimilar y entender la nueva normalidad.
- Identificar aquellos casos que ameriten acompañamiento y apoyo para facilitar su adaptación.
- Ser pacientes y compasivos ante las reacciones de cada persona. Atender cada caso de manera particular.
- Transparencia, responsabilidad, compromiso y coherencia, son valores fundamentales para liderar en este tiempo.

Por supuesto, las medidas de prevención e higiene en seguridad y salud son prácticas que se tendrán que incorporar a la cultura organizacional y la vida cotidiana, a través de los programas de seguridad y salud en el trabajo.

COMUNICACIÓN

Para lograr un liderazgo efectivo es necesario una buena gestión de comunicación con los públicos internos. Esta es la base para que la reincorporación se realice y la puesta en marcha de los cambios y medidas se implementen de manera exitosa.

Estas son algunas recomendaciones que pueden aportar:

- Establecer un comité, o si ya existe, que se encargue de velar por la comunicación interna y para gestionar



Rayvelis Roa
Experta en comunicación estratégica

el establecimiento de una cultura organizacional ante la reactivación de las operaciones de la empresa.

- Si se establecieron nuevos canales, hay que asegurar que todos tengan acceso y conozcan cómo aprovecharlos.
- El contexto cambió, el público también. Rediseña los mensajes y el lenguaje.
- Es importante mantener el flujo de información intra y entre las diferentes divisiones de la organización.
- Aplicar las 7 "C" de la comunicación: Clara, concisa, concreta, correcta, coherente, completa y cortés.
- Practicar respeto, responsabilidad, empatía, asertividad y compasión como normas de comunicación.
- La escucha activa debe ser la base para lograr el punto anterior.

Me permito concluir recordando, que los líderes son seres humanos y al igual que los colaboradores les ha tocado enfrentar una situación que no eligieron que está fuera de su control y han tenido que operar también bajo altos niveles de incertidumbre.

En este momento el compromiso de las organizaciones es liderar con humanidad y comunicar con transparencia y responsabilidad, por la salud y la vida. La mejor forma de generar valor y reputación es dando protección y reconociendo a quienes sostienen en sus hombros y con sus sueños el nombre de una marca.



Por: *Ismael Cala*
Periodista, autor inspiracional y conferencista

Covid-19: Reír sin intoxicar

Podemos reírnos de todo, incluso en medio de una dolorosa pandemia? Sí, de casi todo, pero depende de cómo. Por una parte, el encierro por el COVID-19 comienza a pasar factura a los “constipados” — como llamo a los rígidos mentales—, cuya capacidad de supervivencia no les permite adaptarse a las nuevas condiciones. Aún no se han enterado de que el mundo cambió y que demoraremos en regresar a la “normalidad”, si es que tal cosa existe.

Hay quienes critican la proliferación de memes u otras opciones divertidas, como los shows virtuales, las clases de ejercicios físicos a través de la red o los chistes relacionados con el aislamiento. Cada cual es un mundo y, por supuesto, tiene derecho a opiniones propias.

Mi tesis va en sentido contrario. Resulta admirable nuestra capacidad para reinventarnos, y así lo demuestran las iniciativas por la crisis del coronavirus. Sin dudas, son experiencias que llegaron para quedarse, más allá de la provisionalidad de la catástrofe.

¿Por qué hay que incentivar la risa? Según el Dr. Michael Miller, director del Centro de Cardiología Preventiva de la Universidad de Maryland, se trata de la mejor medicina. Sus investigaciones han demostrado que una buena carcajada es tan efectiva para bajar la presión arterial como un medicamento. Otro estudio con imágenes de resonancia magnética funcional, publicado en la revista “Neuropsicología”, añade un dato complementario: la sonrisa de otra persona nos hace sentir mejor.

Es cierto que no siempre podemos (ni queremos) sonreír. Todas las emociones básicas —alegría, tristeza, miedo, ira— desempeñan papeles fundamentales para el equilibrio. Pero, a veces, más vale forzar una sonrisa para evitar que el cielo se nos venga encima. Provocarla no es mentir ni practicar la hipocresía, sino acudir a la farmacia interior y tomar un remedio contra la adversidad, sin química artificial.

Personalmente, me encantan los memes, sobre todo aquellos que apelan a un sentido del humor sano e inteligente. Lo que no soporto son los bulos virales, que tanto daño hacen a la credibilidad de internet. Contra esa “infodemia” debemos actuar todos, responsablemente. Compartir chistes relaja y salva, pero las noticias falsas, embrutecen y matan. Las redes sociales hacen actualmente un gran esfuerzo para detectar y desmontar las fake news sobre el coronavirus. ¿Qué haremos nosotros ante el próximo “santo remedio” que nos llegue por WhatsApp? Una cosa es reír, y otra intoxicar.

www.appescalameditando.com



FUNDACIÓN REAL MADRID Y CASA DE CAMPO RESORT & VILLAS

INAUGURAN TERCERA ESCUELA DE FÚTBOL EN RD



Emilio Butragueño, futbolista dos veces ganador del balón de oro felicitó y les dio la bienvenida a los nuevos alumnos de la escuela recordándoles que ya ellos son parte del Real Madrid C.F. y que son las futuras promesas del fútbol local e internacional.

Las instalaciones naturales de Casa de Campo Resort & Villas, fue el lugar escogido para inaugurar la tercera escuela de fútbol de la Fundación Real Madrid en la República Dominicana con la presencia de la leyenda deportiva española, Emilio Butragueño.

Durante años la Fundación Real Madrid ha venido realizando un trabajo importante que va desde la escuela hasta el impacto en el desarrollo del deporte Rey en los jóvenes. Esto comprende la mejora de las competencias en todas las categorías del fútbol dominicano, que está progresando rápida e intensamente.

El programa deportivo de la Escuela de fútbol, que se desarrolla durante el periodo escolar, está destinado a niños y niñas desde 7 hasta los 17 años. Las sesiones de entrenamiento son supervisadas por técnicos altamente calificados y bilingües de la Fundación Real Madrid.



Emilio Butragueño

Con la presencia de la Fundación ARMID, el director institucional del Real Madrid C.F., directivos de Casa de Campo, empresarios, personalidades diplomáticas y jugadores se inauguró oficialmente la cancha de fútbol en la zona este del país.

En Casa de Campo Resort & Villas se puso a la disposición de los alumnos un campo de fútbol con los estándares de la FIFA. Cuenta con un césped natural y riego automático de alta calidad.

El presidente de Casa de Campo Resort & Villas, Andrés Pichardo Rosenberg expresó sentirse orgulloso de que los jugadores dominicanos puedan vestir el uniforme oficial de la fundación Real Madrid, uniendo así su marca con este destino turístico.

El embajador de España en la República Dominicana, Alejandro Abellán García de Diego recordó cómo ha ido evolucionando la Fundación Real Madrid en el país y el apoyo que la embajada le ha brindado para que se estuviera inaugurando una tercera sede, con medio centenar de alumnos.



“Fundación Real Madrid está presente en más de 100 países con el desarrollo de 1,000 proyectos en beneficio de miles de personas incluyendo a RD.”



Emilio Butragueño, director de relaciones institucionales del Real Madrid y dos veces ganador del balón de oro, manifestó los grandes lazos que como fundación tiene en la República Dominicana con tres escuelas de fútbol y otros proyectos sociales.

La Fundación Real Madrid nació en 1998 con el objetivo de devolver todo el cariño de la sociedad y la fanática utilizando el deporte como una herramienta de educación, cooperación e integración.

La Escuela de fútbol cuenta con el respaldo del Banco Popular Dominicano, Servicios Digitales Popular (Azul), Seguros Universal, Grupo Rica y Consorcio Energético Punta Cana-Macao (CEPM).



Premio Nacional a la Calidad del Sector Privado



Las empresas dominicanas en sus diferentes áreas y capacidades sobresalieron en el 2020 como modelos de gestión, fueron reconocidas con el Premio Nacional a la Calidad del Sector Privado de la República Dominicana (PNCSP), por sus esfuerzos en mejorar el desempeño, la competitividad y el desarrollo sostenible en la producción de bienes y servicios.



El galardón, en su cuarta edición tras ser oficializado con el Decreto No. 141-13 del Poder Ejecutivo como el máximo reconocimiento a la gestión de calidad y excelencia de las empresas nacionales, se entrega cada dos años por un consejo integrado por 28 instituciones nacionales, públicas y privadas.



Con el reconocimiento trasciende de una comparación entre empresas, para convertirse en una evaluación contra el propio crecimiento, motivo por el cual el puntaje obtenido, que se clasifica en bronce, plata y oro, entraña el propio crecimiento institucional de cada una de las empresas que se evalúan.

La ceremonia especial estuvo encabezada por los señores Luís Sánchez Noble y Leonel Castellanos Duarte, director ejecutivo, y secretario técnico del Premio, respectivamente, y contó con la relevante presencia de ministros, altos funcionarios y una nutrida representación del sector privado.





Lic. Patricia Pizzolante
Licenciada en Psicología, especialista en
Psicología Clínica.

ANSIEDAD EN TIEMPOS DE COVID19

Por: Patricia Pizzolante

sostenido en el tiempo, produce agotamiento y otras alteraciones emocionales.

¿Que genera el estrés y la ansiedad? El temor al contagio o el temor por la salud de seres queridos, la incertidumbre al no saber qué depara el futuro ni la duración del brote, la novedad de una experiencia como

la actual, la inestabilidad laboral, la crisis económica, la convivencia familiar, entre otras cosas. Los estresores en este momento son múltiples y aparecen simultáneamente, afectando casi todas las áreas de nuestra vida. Sentir poco control sobre lo que sucede puede generar mucho malestar.

¿Cómo podemos determinar que una persona está ansiosa?

Inquietud, preocupación excesiva, alteraciones en el sueño, irritabilidad, aparición de síntomas físicos (tensión muscular, dolores de cabeza, malestar gastrointestinal, presión en el pecho o dificultad para respirar, entre otros), dificultad para concentrarse, dificultades para recordar algo, fatiga, pensamiento acelerado, son algunos de los síntomas más frecuentes cuando se habla de ansiedad. Es importante prestar especial atención si has sufrido una crisis de angustia, si notas que se te hace imposible concentrarte y tu pensamiento está totalmente tomado por eso que te angustia, si te encuentras bloqueado o si no consigues descansar (insomnio).

¿Cómo podemos cuidar nuestra salud mental estos días?

Es importante que sigas medidas de autocuidado, que te permitan protegerte del impacto psicológico que puede generar una experiencia como esta. Te dejamos algunas ideas:

- Limita el consumo de información e infórmate a través de fuentes confiables.

- Identifica cómo te sientes e intenta ponerlo en palabras o expresarlo.

- Mantén contacto frecuente con familiares y amigos, especialmente si estás solo en casa o si estás muy angustiado. La conexión interpersonal es una de los primeros recursos para aliviar el malestar psicológico.

- Intenta construir una nueva rutina, pero haz ajustes a medida que veas la necesidad. Este momento requiere de mucha flexibilidad de tu parte.

- Busca espacios para realizar actividades placenteras que te ayuden a desconectar aunque sea un rato corto al día: leer, meditar, hacer ejercicio, hablar con un amigo, tocar un instrumento, ver tv...

- Descansa y aliméntate adecuadamente. Un descanso adecuado permite que nuestro cuerpo pueda responder mejor al estrés que una situación implique.

- Identifica esos indicadores que te sirven de termómetro interno para saber cómo te encuentras. Úsalos para evaluar cómo llevas la situación y considera si es necesario pedir ayuda.

Ya hemos empezado a leer algunos estudios que hablan del impacto psicológico que ha ido dejando la pandemia del COVID19: se reportan altos índices de ansiedad, depresión, estrés y problemas de sueño en estudios publicados en China durante el mes de marzo, pero también en investigaciones publicadas hace algunos días en España. Se ha visto sintomatología propia de cuadros de estrés agudo.

Nos encontramos atravesando una crisis sanitaria y económica. Por tanto, antes de entrar en cualquier tema es importante aclarar que sentir malestar en estos momentos, en forma de estrés, ansiedad, desesperanza, rabia, confusión, resulta NORMAL. Partamos de que el estrés es la respuesta adaptativa de los seres humanos frente a un momento de mucha complejidad, porque nos ayuda a reaccionar y a activar todos nuestros recursos para salir de esa situación. El estrés asegura, por ejemplo, que tomemos las medidas de protección necesarias para cuidarnos en este momento. El problema aparece cuando ese estrés se ha mantenido en el tiempo y/o se ha incrementado. ¿Por qué se convierte en un problema? Porque aparece la ansiedad y,

CONSIDERACIONES PARA VENDER ONLINE

EN TIEMPOS DE PANDEMIA Y QUEDARSE EN CASA

Por: Arturo López Valerio

Ante las distintas situaciones que generó la pandemia de COVID-19, hay una serie de factores necesarios a tomar en cuenta respecto al comportamiento online de las distintas empresas que proveen productos y servicios.

Nos encontramos viviendo tiempos en donde la infoxicación, que no es más que la saturación producida por la abundancia de información nociva que circula en las redes y canales digitales. Por tanto es importante que las empresas puedan analizar las necesidades de su público objetivo.

Por consiguiente, es un deber para las mismas activar campañas que sirvan para anunciar disponibilidad, factibilidad y efectividad. ¿Qué significa esto? Que puedas anunciarle al usuario si tienes el producto que está buscando, pero también si es seguro comprarlo (digitalmente) y si tiene la suficiente calidad para comprarlo recurrentemente.

Al observar, analizar y estudiar los comportamientos del entorno digital en la República Dominicana, se concluye que existen hasta el momento buenas oportunidades digitales para la intermediación y el consumo bajo demanda.

El crecimiento global de ventas retail en el año 2020 -hasta ahora- ha sido de 4.1 por ciento, siendo una recuperación interesante de la racha negativa que ha tenido la misma desde 2018, según reporta la encuesta global de la firma Ipsos. La provisión de alimentos el segmento que más demanda ha tenido, y los supermercados, la plataforma online de mayor recurrencia.

Por otro lado, la demanda en línea de productos de salud e higiene, -por ejemplo, medicamentos y desinfectante de manos- registra un crecimiento de 79%, los productos de limpieza del hogar 71%, alimentos y bebidas (incluyendo las

compras y el servicio a domicilio) un 41%, las diligencias distintas (vivienda, energía, mantenimiento) un 12% y servicios de entretenimiento en el hogar con 52%.

Basado en las más de 2 décadas de experiencia en el área de comercio online y digitalización, hemos reafirmado en días recientes que este es el mejor momento para vender online, por varias razones:

La primera es que los consumidores dominicanos ya contamos con procesamiento de pagos de múltiples tipos: móviles, botones de pago y bóvedas de datos. También tenemos servicios de delivery y empresas de distribución a nivel nacional, también plataformas online que pueden crear las experiencias de compra que los clientes esperan.

Se vendieron el año pasado como transacciones de la economía digital unos 500 millones de dólares en la República Dominicana, según el informe de Comercio Electrónico de la firma Tabuga. Eso incluye a los terceros como Uber Eats, entre otros, y la descarga de bienes digitales.

El punto crítico del comercio electrónico local es el logístico, esto es, el cómo los procesos de marketing digital, operaciones y administración funcionan al unísono para dar respuesta a las demandas y las expectativas de los clientes.

El tejido empresarial dominicano ha sido entrenado para administrar negocios del siglo pasado y el coronavirus los ha forzado a las realidades del presente las cuales no han habilitado en sus negocios.

Como factores o elementos que inciden en la venta online podemos citar la facilidad de uso, el riesgo percibido, la utilidad percibida, el efecto del diseño del sitio web, el factor económico para la adquisición del inventario, la disponibilidad de productos y, no menos importante, la satisfacción del cliente.



Arturo López Valerio

Empresario tecnológico, pionero en el uso y la aplicación de las TICs. Experto Nacional para la República Dominicana por la WSA (World Summit Award)

El primer paso para que un negocio o emprendedor empiece a vender online, es identificar la demanda. En este sentido, consideramos que la única forma de ser exitosos a nivel digital es aplicar metodologías como el Growth Hacking y el Inbound Marketing para establecer un contacto directo con las audiencias digitales.

Este contacto servirá para establecer una relación de conocimiento o nurturing, que a corto y mediano plazo permitirá entender sus necesidades presentes y futuras, estableciendo una comunicación que iniciará desde lo general hasta lo particular, estableciéndose un mensaje personal a la vez.

Algunas recomendaciones generales para emprendedores

Empieza pequeño, probando los procesos y optimizando la operación, y mientras se esté en formato “transmisión de prueba” tratar de llegar a un modelo de recurrencia. Esta, precisamente, es la base del comercio electrónico a nivel mundial. Tu operación no va a sobrevivir con ventas ocasionales.

Por otro lado hay que concentrarse en qué se quiere lograr con tu proceso logístico: si entregar una mercancía o satisfacer una necesidad de tus clientes. Múltiples objetivos harán que tu personal y equipo de trabajo se confunda.

Traza una meta a la vez y alcázala, luego puedes proponer otros hitos, esto te ayudará a desarrollar un mapa de trabajo o roadmap; una herramienta fundamental para los negocios digitales.

Debes lograr que por la calidad del servicio y el valor que proporcionas, tus clientes te amen; aquellos que logran dicho nivel son aquellas marcas que los clientes mantienen en sus presupuestos.



Lolita Suárez
Life Coach y Comunicadora

¿Cómo lograr ser exitoso a nivel gerencial en las industrias de hoy?

Cuando definimos la palabra «éxito» podemos considerar que es el efecto o consecuencia acertada de una acción o un emprendimiento. El éxito es parte de nuestra vida cotidiana, si nos damos cuenta de los detalles de manera efectiva.

Actualmente, cuando pensamos en el emprendedor, identificamos a aquella persona que tiene la intención y crea el objetivo a partir de una idea inicial que le permita introducirse en el mercado, bien sea fabricando un producto o prestando un servicio.

Emprender en la industria requiere de exigencia y complejidad, especialmente si se tiene en consideración, la cantidad de empresas exitosas que ya existen.

A primera vista es un tanto difícil, especialmente si eres nuevo en esto, pero una vez que analizas y tienes en cuenta ciertos parámetros, verás que es mucho más sencillo de lo que se piensa.

Para empezar, es necesario definir qué significa tener una empresa exitosa y qué procesos deben establecerse para gerenciar de la forma más apropiada y, por ende, triunfar en el mercado.

Es por esto que, según todos los grandes empresarios, el primer paso consiste básicamente en estudiar, leer e investigar.

En relación al concepto, podemos afirmar que una empresa exitosa, es aquella que además de generar ganancias monetarias, crea algo que le es útil al consumidor y a la industria. Es decir, permiten que la sociedad se beneficie.

Por consiguiente, es conocido que para gerenciar correctamente una sociedad o compañía, se debe tener un conocimiento profundo del mercado y las necesidades del cliente, para tratar de resolver de la mejor forma, todos sus problemas.

De igual forma, el gerente debe ser empoderado, saber tomar decisiones con firmeza y llevar estrategias de forma controlada, que tengan como fin, favorecer y respaldar a la empresa.

La clave está en proponer algo que impacte y que responda a las siguientes preguntas: ¿qué problemas quieres resolver?, ¿qué servicios aportas?, ¿por qué el consumidor debería elegirte a ti?

Adicionalmente, el gerente está obligado a fomentar el trabajo en equipo, con el objetivo de promover la eficiencia dentro de la empresa.

A continuación te destaco siete pasos para ser exitoso en la industria de hoy:

Estudia y analiza la industria como un experto.

No te limites a estudiar a la competencia únicamente. Investiga, lee y toma nota, para aprender sobre el medio en el que te quieres desarrollar.

Producir y anotar ideas de negocio.

Esas ideas que puedan ser de gran utilidad para la empresa.

Evalúa los riesgos y beneficios.

De esta forma, no cometerás errores que puedan costarte mucho a futuro. Como gerente, debes preguntarte si es mayor el riesgo o el beneficio, para saber a lo qué te enfrentas.

Establece metas financieras a corto, mediano y largo plazo.

Estas deben ser realistas y motivadoras. Descubre lo que requieres, para así llegar a tu objetivo.

Crea un sitio web.

Con una web, el contenido de tu empresa puede ser visto y compartido por una mayor cantidad de personas. Actualmente, las redes sociales y el internet, son vistos como grandes aliados para el crecimiento de las empresas, consiguiendo un mayor alcance de consumidores.

Crea un artículo o servicio que puedas ofrecer.

Ten en cuenta las necesidades de tus consumidores para resolver sus problemas y, al mismo tiempo, alcanza tus metas financieras.

Inicia ahora, actúa y perfecciona tu producto.

A medida que vayas avanzando, no pierdas el tiempo esperando o pensando, se proactivo. Céntrate en alcanzar ventas y captar clientes.

Para resumir, lo más importante es poder disfrutar el desarrollo de tu empresa, crear una estrategia y tomar acciones impulsadas por el deseo de emprender.

Cuando se trate de trabajar a favor de tu comunidad, tu familia o tu empresa, siempre debes pensar que es un trabajo en equipo.

Comienza ahora, a ser exitoso a nivel gerencial en las industrias de hoy.

www.lolitasuarezcoach.com



UN APORTE DE ENERGÍA PARA NUESTRA GENTE



Donación de la energía y agua necesaria durante 90 días a las comunidades más vulnerables a los efectos de esta crisis.



Donación de energía a los principales centros públicos de salud de la zona Este.



Donación de alimentos de primera necesidad a más de 500 hogares.



Nos unimos al CONEP en un aporte conjunto para proveer de los equipos médicos necesarios para prevenir los contagios.

Tenemos la confianza de que trabajando juntos pronto superaremos esta situación.



Consulta todas nuestras medidas de apoyo a nuestros clientes en:

#quédateencasa

www.cepm.com.do

   **CEPMrd**

Si eres una PYME, junto a **Empresas SURA** podrás desarrollar capacidades, potenciar tu competitividad y gestionar tus riesgos, para que tu negocio se mantenga relevante en el tiempo.

Recibe asesoría de estas áreas de manera virtual y sin costo

Capital • Talento Humano • Desarrollo de Mercado
Modelo de Operación • Tecnología • Legal

Contáctanos: empresassurard@sura.com.do | WhatsApp: 809-467-8184





GRUPO PUNTACANA®

JUNTOS SOMOS MÁS FUERTES

Es momento de quedarnos en casa y cuidar de nuestros seres queridos. Esto pasará y pronto volveremos a disfrutar de lo que identifica a la Gran Familia Puntacana.

#QuédateEnCasa

TARJETA VISA EMPRESARIAL



Tu mejor herramienta de negocios.



PROGRAMA DE LEALTAD PASOS



NOTIFICACIÓN DE CONSUMOS



ESTADOS DE CUENTA INDIVIDUALIZADOS



SERVICIO MUNDIAL DE REPOSICIÓN DE TARJETA.



SEGURO DE ALQUILER DE AUTOS



SEGURO DE ACCIDENTE DE VIAJES



SEGURO DE PROTECCIÓN DE COMPRAS

Más información en www.acap.com.do/visaempresarialacap



Cuidamos cada paso de tu vida.