

# hecho en RD

UNA PUBLICACIÓN DE LA ASOCIACIÓN DE INDUSTRIAS DE LA REPÚBLICA DOMINICANA

AÑO 3 NO. 5

## ASOCIATIVIDAD Y ENCADENAMIENTOS PRODUCTIVOS

**INDUSTRIALIZANDO  
EL CAMPO**

ENTREVISTA A MANUEL  
CASTILLO PIMENTEL

**DESARROLLO  
DE PROVEEDORES  
EN EL MARCO  
DE LA RSE**

**ASOCIATIVIDAD:  
EJE DEL IMPULSO  
AGROPECUARIO**

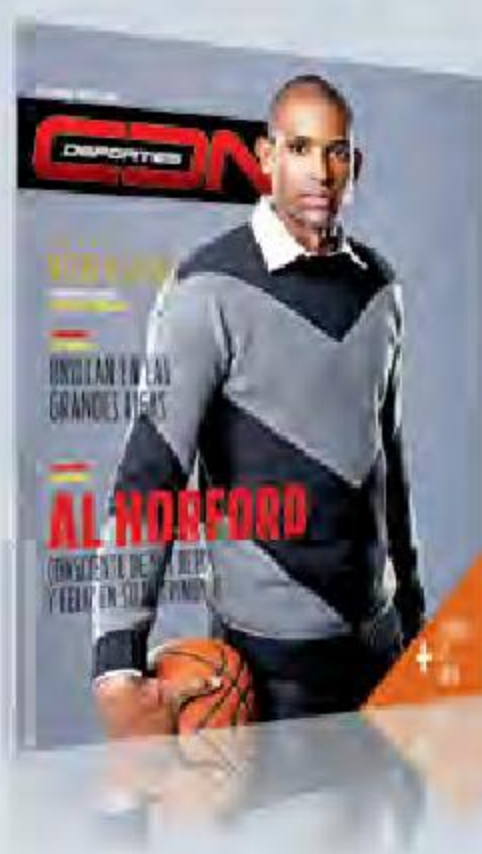
ENTREVISTA A LUIS RAMÓN  
RODRÍGUEZ

**LAS ANTILLAS  
MAYORES NAVEGAN  
EN TIEMPOS  
DIFÍCILES**

**CONOCIENDO  
EL MUNDO  
EMPRESARIAL**

ENTREVISTA A PABLO  
TACTUCK

# DISFRUTA DE MAYORES BENEFICIOS



Sé parte de mayores experiencias

Suscríbete a El Caribe, El País edición internacional, Pandora, Bureo y CDN Deportes por solo RD\$3,100.00 anuales.

Llama a los Tels.: 809-683-3333/3334 o visita [c.lecto.com.do](http://c.lecto.com.do)

## ¿Qué esperas para obtener lo mejor?

Si aún no eres miembro de C.lecto, únete ahora para que puedas disfrutar de los grandes descuentos y ofertas que te brinda nuestro exclusivo programa.



Además, automáticamente formarás parte de nuestro **Club de Libros** y **Club de Vinos**, en donde podrás realizar tus compras en línea y recibirlas en la comodidad de tu hogar, sin costo adicional.

**Único con suscripción y pago online.**

# C.lecto



# CONTENIDO

## 28 ASOCIATIVIDAD Y ENCADENAMIENTOS PRODUCTIVOS COMO FORMA DE MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LAS INDUSTRIAS

- 6 **Palabras de la Presidente**  
**EL CAMINO ES LA INNOVACIÓN**
- 8 **Mensaje de la Editora**  
**NUEVO EMPUJE DE LA INDUSTRIA: ENCADENAMIENTO PRODUCTIVO**
- 10 **Méritos**  
**JOSÉ MANUEL PALIZA: AUTÉNTICO Y TRANSPARENTE**
- 14 **Nuestros Productos**  
**UN SEGMENTO NO TRADICIONAL: EL MOSAICO HIDRÁULICO DOMINICANO**  
Jorge Aguayo
- 18 **Capacitando para la Excelencia**  
**UNA RESPUESTA CONTUNDENTE**  
Jacqueline Malagón
- 22 **Una Industria Sostenible**  
**BÁVARO -PUNTA CANA TIENE SOLUCIONES PARA MANEJAR DESECHOS DEL TURISMO PROCESO WASTE 2 FUEL**  
Frank Elías Rainieri
- 26 **Hablan las Encuestas**  
**BARÓMETRO FINANCIERO INDUSTRIAL**

- 30 **ASOCIATIVIDAD: EJE DEL IMPULSO AGROPECUARIO**  
Entrevista a Luis Ramón Rodríguez, Ministro de Agricultura
- 34 **AGREGANDO VALOR A LA AGRICULTURA**  
Ronny Salcedo
- 38 **COMPRAS CONJUNTAS: UNA ALTERNATIVA PARA REDUCIR COSTOS**  
Alec Marión
- 40 **PROINDUSTRIA: LA ARTICULACIÓN PRODUCTIVA, POLÍTICAS DE LARGO PLAZO**  
Lynette Batista y Aguié Lendor
- 42 **DESARROLLO DE PROVEEDORES EN EL MARCO DE LA RSE**  
Carlos Rodríguez

- 46 **INDUSTRIALIZANDO EL CAMPO**  
Entrevista a Manuel Castillo Pimentel, Presidente Grupo MACAPI
- 52 **INTELIGENCIA DE MERCADO PARA EXPORTAR**  
Amable Padilla
- 54 **CACAO DOMINICANO: UNICO EN EL MUNDO**
- 58 **ZFLA: UN ESPACIO PARA LA COMPETITIVIDAD**
- 60 **CONOCIENDO EL MUNDO EMPRESARIAL**  
Entrevista a Pablo Tactuck, Director de la Oficina Nacional de Estadísticas
- 64 **INNOVACIÓN INDUSTRIAL: UN PROGRAMA EXITOSO**

- 66 **Expandiendo Fronteras Productivas**  
**AGRIFEED**
- 68 **Conozca un Gremio**  
**50 AÑOS DE ASONAHORES**  
Arturo Villanueva
- 72 **FUTURO ENERGÉTICO**  
Carlos Valiente

- 74 **En Otros Lares**  
**LAS ANTILLAS MAYORES NAVEGAN EN TIEMPOS DIFÍCILES**  
Roberto Despradel
- 78 **OPINAN LOS INDUSTRIALES**
- 79 **CIFRAS DE LA INDUSTRIA**
- 85 **NOTICIAS DE LA INDUSTRIA**

orgullosamente  
hecho en  
República  
Dominicana  
por más de  
60 años

EL DOMINICANO  
DE VERDAD

Country  
Club®

rico en alegría

Country Club elaborado por Bepensa Dominicana.  
Marca registrada de The Coca-Cola Company

# EL CAMINO

## *es la innovación*



### Ligia Bonetti Du-Breil

PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN DE INDUSTRIAS DE LA REPÚBLICA DOMINICANA

Vivimos en un país que exhibe una tasa de crecimiento promedio de un 5.1% desde el 1990 al 2011, muy por encima de la media latinoamericana de 3.2%. Sin embargo, se ha tratado de un crecimiento frágil, volátil, vulnerable, sustentado cada vez más en el consumo, el financiamiento y en las remesas provenientes del exterior. Un crecimiento sustentado en la producción de bienes no transables.

Un crecimiento que, paradójicamente, se ha dado junto a un proceso que podemos caracterizar como de “desindustrialización”. Digo esto porque según las cifras oficiales, durante ese mismo período el sector industrial en general pasó de representar el 34.3% del PIB en el 2000 al 25.6% en el 2012, y la manufactura local de modo particular pasó

de un 22.0% a un 18.5%, lo que se ha traducido en una reducción similar de las fuentes de empleos formales en nuestro sector.

Es por esta razón que la AIRD ha venido propugnando por un cambio de modelo económico que retome el crecimiento sostenido del sector manufacturero y de los demás sectores transables de la economía, a través del fomento de las exportaciones.

Sin embargo, cuando pensamos en nuestra oferta exportadora, cuando analizamos la complejidad de los mercados hacia los que nos estamos dirigiendo, la exigencia de los consumidores, la capacidad de nuestros competidores, la necesidad del conocimiento como palanca para mejorar la calidad de vida de los dominicanos, entonces nos damos cuenta de que nuestro aparato productivo nacional adolece de un conjunto de limitaciones que reducen su capacidad competitiva y nos damos cuenta, sobre todo, que nuestros productos y servicios deben contar cada día más con un mayor valor agregado que es lo mismo que decir que debe incrementarse la preparación de nuestros recursos humanos en una época dominada por el conocimiento y la tecnología. La clave entonces es la apuesta por la innovación, la investigación y desarrollo.

Si queremos ser competitivos, el mercado laboral requiere niveles más altos de destrezas de nuestra fuerza de trabajo y mayores programas de innovación en las empresas. Por ello se habla que, desde la óptica de educación superior, el triángulo de la competitividad tiene que ver con acceso a la tecnología, un excelente sistema de educación y capacidad de innovación.

Históricamente nuestro país ha tenido muy poca integración Universidad-Empresa, lo que es una dicotomía, pues son estas las generadoras del capital intelectual que necesitamos. En un mundo altamente cambiante y competitivo para lograr las metas establecidas por este sector se considera esencial en este momento fortalecer esta relación.

Hoy en día, cuando las comunicaciones y las nuevas tecnologías nos mantienen en un estado constante de cambio y novedosas creaciones, un país pequeño como República Dominicana no puede darse el lujo de que una buena idea no pueda convertirse en realidad. De ahí la importancia de que el país garantice el acceso a fondos para esas buenas ideas.

Con el pacto por la educación al que nos ha convocado el presidente Medina, nos abocamos a iniciar giros significativos en la educación primaria y secundaria dominicana. Ahí ha estado nuestro talón de Aquiles. Superemos nuestras debilidades y marchemos juntos de modo que el bienestar no sea privilegio, sino la conquista común de cualquier ciudadano dominicano, porque necesitamos de todos.

Ya hemos demostrado que somos capaces de sostener la economía sobre la base de la tradición. Ahora es necesario abocarse a la innovación si queremos cambiar lo que ya tenemos. Afirman que la palabra crisis significa oportunidad. Ojalá que así lo veamos y que sea el desafío para la transición a una sociedad innovadora, llena de deseos de cambio. Podemos decir que seremos una nación que avanzará venciendo todas las barreras, cuando dejemos de lado el miedo al cambio y asumamos la innovación como una pasión permanente.

# Innovación continua...

- Resinas para Pinturas y Recubrimientos
- Materias Primas Industriales
- Compuestos Termoplásticos
- Envases y Materiales de Empaques Industriales
- Servicios Logísticos



Calle N esquina L, Zona Industrial de Haina  
San Cristóbal, República Dominicana, Apartado Postal 21435  
T 809 542 2721 T 809 237 2701 F 809 957 2077  
[multiquimica.com](http://multiquimica.com)

# NUEVO EMPUJE DE LA INDUSTRIA: ENCADENAMIENTO PRODUCTIVO

Empresas y países se empeñan en establecer estrategias que le permitan lograr la mayor competitividad posible en mercados muy reñidos como los actuales. Una de estas estrategias que ha mostrado ser exitosa en naciones industrializadas es la de los encadenamientos productivos, entendidos estos como los vínculos que se establecen entre diversos sectores productivos, contando con políticas públicas que los faciliten y los fomenten.

En República Dominicana se hacen necesarios encadenamientos productivos de las industrias locales entre ellas mismas, con los distintos sectores productivos nacionales y con las empresas exportadoras e inversionistas extranjeros, los cuales fortalecen el camino de un desarrollo sostenible para todos.

A través de los enlaces sectoriales se logra el desarrollo de proveedores, emprendedores y PyMES suplidoras, se posibilita que las pequeñas y medianas industrias se inserten en el mercado internacional, se aumentan las exportaciones y el valor nacional de nuestras exportaciones, se eleva la calificación de la mano de obra nacional y se generan empleos formales y de calidad.

Los encadenamientos productivos requieren el cumplimiento de varios factores, entre ellos el desarrollo y especialización del capital humano, el financiamiento, la mejora de las capacidades competitivas de nuestras industrias y el fortalecimiento de la cultura de la confianza, muchos de estos factores pueden ser atendidos por servicios gubernamentales que, si son suplidos de forma articulada y estratégica, pueden sin lugar a dudas impulsar los encadenamientos para la producción y para la exportación.

La Asociación de Industrias, junto a la Asociación Dominicana de Zonas Francas (ADOZONA), en el Segundo Congreso de la Industria Dominicana, propuso la creación de una Gerencia Senior de Encadenamientos Productivos en el Centro de Desarrollo y Competitividad (PROINDUSTRIA), el fortalecimiento del Registro Industrial del Centro de Desarrollo y Competitividad, así como establecer como política de Estado las contrataciones y compras de la producción nacional.

Para mencionar sólo un ejemplo, la “Gerencia Encadenamientos Productivos” debería proveer servicios como asistencia técnica a las industrias locales, un banco de proveedores locales bien identificados, asesoría en servicios financieros, inteligencia comercial, así como una vinculación estratégica de la Dirección General de Compras y Contrataciones Públicas con las instituciones públicas orientadas al desarrollo de la industria.

Los encadenamientos productivos requieren una visión que abrace la sostenibilidad como una causa y el crecimiento como una pasión y, sobre todo, requiere que los empresarios asumamos que podemos ser competidores y a la vez cooperar entre nosotros en múltiples aspectos, que los gobiernos entiendan y asuman la voluntad política suficiente para fomentar y no para castigar la producción nacional.



CIRCE ALMÁNZAR  
MELGEN

EDITORA

## hechoenRD

### PRESIDENTE AIRD

Ligia Bonetti Du-Breil

### EDITORA

Circe Almánzar Melgen

### EQUIPO TÉCNICO

Milton Tejada Cruz  
Roberto Despradel  
Carlos Rodríguez Álvarez  
Ronny Salcedo Santana

### COORDINACIÓN TÉCNICA

Carolina Cueto Villamán  
ccueto@aird.org.do

### MERCADEO, VENTA Y DISTRIBUCIÓN

Gleny Mota Catedral  
gcatedral@aird.org.do

### DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN

Oswaldo D. Santana

### FOTOGRAFÍA

Carmen Suárez

### IMPRESIÓN

Amigo del Hogar

### COLABORADORES

Carlos Valiente  
Jorge Aguayo  
Frank Elías Rainieri  
Arturo Villanueva  
Jacqueline Malagón  
Alec Marión-Landais  
Amable Padilla  
PROINDUSTRIA  
Aguie Lendor  
Lynette Batista

Una publicación de la Asociación de Industrias de la República Dominicana, Inc. (AIRD)  
Av. Sarasota No. 20, Torre Empresarial AIRD,  
piso 12, La Julia

Tel. 809-472-0000  
www.hechoenrd.do

Año 3 - No. 5  
Noviembre, 2013.





**METALDOM**

Símbolo de Calidad





## JOSÉ MANUEL PALIZA: AUTÉNTICO Y TRANSPARENTE

José Manuel Paliza, es un gran ser humano, de corazón enorme, luchador incansable, empresario e industrial de toda una vida, defensor a ultranza de los principios éticos de justicia, transparencia, libertad y equidad, que definen y han marcado su trayectoria.

La historia de este destacado líder empresarial se desprende de los años 30, cuando su padre, de quien hereda sus genes de explorador y emprendedor, llega a las playas de República Dominicana como tantos otros inmigrantes a "hacer la América" y arranca un nuevo negocio de la industria del café: Café Paliza.

Ayer como hoy, un buen maestro puede hacer la diferencia. Don José Manuel Paliza recibió las primeras letras de un modo tan eficiente, que le fue posible concluir su bachillerato a los 15 años y apenas a los 19 entregarle con orgullo a su padre un título universitario de la universidad de Loyola, hoy Concordia en Montreal, Canadá, sin saber que hoy sería reconocido por el go-

bierno español y por la orden de Malta como caballero y embajador.

Por su pasión y convencimiento de que la industria dominicana debe expandir sus fronteras, a los 28 años funda Pisos de Granito Paliza, empresa de manufactura e instalación de pisos. Nueve años después pasa a ocupar posiciones gerenciales en el área de exportación en FERSAN, donde desarrolló personalmente, avión tras avión y barco tras barco, el mercado de exportación a todas las Antillas, países de Centroamérica, Suramérica y a lugares tan lejanos como Burma, Manaos en Brazil y países de la costa Occidental de Africa, en los cuales logró sembrar la marca dominicana.

Años más tarde pasa a ocupar la Vicepresidencia Ejecutiva de Inter-Química, desde donde fundó y desarrolló el Parque Industrial Madre Vieja para la producción y exportación de químicos. Desde 1998 desarrolla junto a su esposa nuevas empresas en áreas novedosas como generación

eléctrica, consultoría, logística y mercadeo de solventes y combustibles, incursionando recientemente en materiales de acero especializados para la industria.

## Paliza, sin embargo, no ha sido sólo un exitoso empresario y visionario de la apertura de mercados, sino que puede ser llamado UN ACTIVISTA POR LA INSTITUCIONALIDAD Y LA DEMOCRACIA.

Miembro fundador de la AEIH (1970). Presidente de la Asociación Dominicana de Exportadores (ADOEXPO), desde donde apoyó la aprobación de la Ley 69 de Incentivos a las Exportaciones. Ingresó a la directiva de la Asociación de Industrias de la República Dominicana (AIRD) en el 1982 y ocupa su presidencia en el 1992.

Ocupa la presidencia del CONEP en el período 1994-1996, en cuya gestión se celebró la Segunda Convención Empresarial, de la cual emanó la Agenda Empresarial en el año 1995, siendo clave en los programas de gobierno de los candidatos de las elecciones generales del 1996.

Paliza no se queda en los gremios empresariales o en sus industrias. Va más allá y busca articular al empresariado con la sociedad, especialmente con organizaciones de la sociedad civil y las organizaciones de trabajadores.

Los sindicatos coincidieron con muchos de sus planteamientos. El Grupo Acción por la Democracia, de la que fue

partícipe, logró articular todas las propuestas de la sociedad civil y José Manuel Paliza fue parte de esto.

En Junio del 1996 presentó, ante los candidatos a la segunda vuelta, las diez prioridades elaboradas por el Grupo de Acción por la Democracia (sindicatos, iglesias, representantes de municipios, empresarios, representantes de partidos políticos) y en dicho proceso electoral fue uno de los promotores del "Pacto por el Respeto a la Constitución y por la Gobernabilidad".

Hace 17 años, Paliza enunció en las siguientes frases sueños que hoy todavía parecen vigentes:

"Dijimos que era necesario adecentar e institucionalizar la justicia. Dijimos que no podríamos llegar al próximo milenio sin energía, pues su ausencia era el mayor freno al desarrollo de todos. Dijimos que nunca podríamos ser competitivos si el Estado no lo era y, que por ende, era necesaria la modernización y reestructuración del Estado. Dijimos, también, que el énfasis debía ponerse en la salud y en la capacitación y educación de todos para que pudiésemos contar con un recurso humano sano y capaz que pudiera impulsar el desarrollo nacional" (idem).

"El Gobierno que para el futuro soñamos los empresarios, y que pienso sueñan la mayoría si no todos los dominicanos. El gobierno del futuro... Un Gobierno que no se considere ni sea considerado por todos como el responsable de velar por el bienestar de todos los ciudadanos sino que fomente espacios para el desarrollo y crecimiento individuales de forma que todos podamos progresar a través del esfuerzo personal y de esa forma contribuir al esfuerzo colectivo. Menos paternalista al tiempo que más coordinador de esfuerzos. Soñé con un gobierno competitivo..."

## Hace apenas días José Manuel Paliza volvió a recordar a la sociedad sus pensamientos al hablar en el almuerzo con motivo del 51 Aniversario de la Asociación de Industrias de la República Dominicana (AIRD):

"Son otros tiempos, son tiempos de adecuarse, son tiempos de renovación. Son tiempos de apoyar la producción, la creación de empleos, son tiempos de flexibilizar las normas para con ello reducir la depreciación y otros costos fijos por unidad producida. Son tiempos de salir a buscar mercados y olvidarnos de nuestra tradicional insularidad, donde todo lo que llegue es bueno y lo que sale de la isla es malo como si estuviéramos en tiempos de la colonia".

"Dejémonos de discutir y pasemos a hacerlo colectivamente, pasemos a ser proactivos. Dejemos la pasividad y pasemos a la denuncia. La autoridad en todos sus estamentos

necesita el apoyo colectivo. Repudiamos y denunciemos lo venal, apoyemos a los que más apoyo necesitan de todos. A la Policía, al Poder Ejecutivo permanentemente para recuperar el país que volverá a ser de todos".

En definitiva José Manuel Paliza, es un dominicano que quiere y lucha para que sus hijos y nietos tengan lo que todos deseamos para los nuestros: un país libre, educado, desarrollista, ético y pacífico, en el que las generaciones por venir puedan seguir trabajando el presente y sembrando el futuro que se merecen los ciudadanos, todos, hombres y mujeres de bien.

LAS MÁS PEQUEÑAS  
PARTÍCULAS PUEDEN  
CONVERTIRSE EN EL  
MÁS GRANDE EJEMPLO  
DE DESARROLLO  
Y CRECIMIENTO  
DE UN PAÍS.

Brindamos apoyo a las gestiones empresariales de nuestros afiliados, con el propósito de impulsar la competitividad y el crecimiento sostenible del sector industrial de plásticos.

**NO HAY PALABRAS  
PARA UNA FRÍA  
BIEN FRÍA.**



EL CONSUMO DE ALCOHOL PERJUDICA LA SALUD.

# UN SEGMENTO NO TRADICIONAL: EL MOSAICO HIDRÁULICO DOMINICANO

INDUSTRIAS AGUAYO ESTABLECE “MARCA PAÍS” EN ESTADOS UNIDOS, SUECIA, PANAMÁ, PUERTO RICO Y JAMAICA

Por  
**Jorge  
Aguayo**

El mosaico hidráulico fue, durante muchos años, la principal solución pavimental interior para todo tipo de construcciones en República Dominicana. Este producto, de manufactura completamente artesanal, llegó a nuestro país a finales del siglo XIX en barcos procedentes de Europa como contrapeso en los mismos, de ahí que los principales puertos de la época, como el de Sánchez y San Pedro de Macorís, fueran los primeros lugares en que se popularizara el uso de este tipo de baldosa, que era ya de gran difusión y utilización en Europa.

No fue sino hasta 1897 cuando se instaló la primera fábrica de mosaicos hidráulicos en el país, propiedad del empresario catalán José Turull Vilanova, quien la bautizó con el nombre de “La Primera”. Este inicio no estuvo libre de tropiezos, pues llegó a atribuírsele al producto la incidencia de fiebres palúdicas, a tal extremo que el Ministro de Interior amenazó a Turull con expulsarlo del país si seguía promoviendo el uso del mosaico.

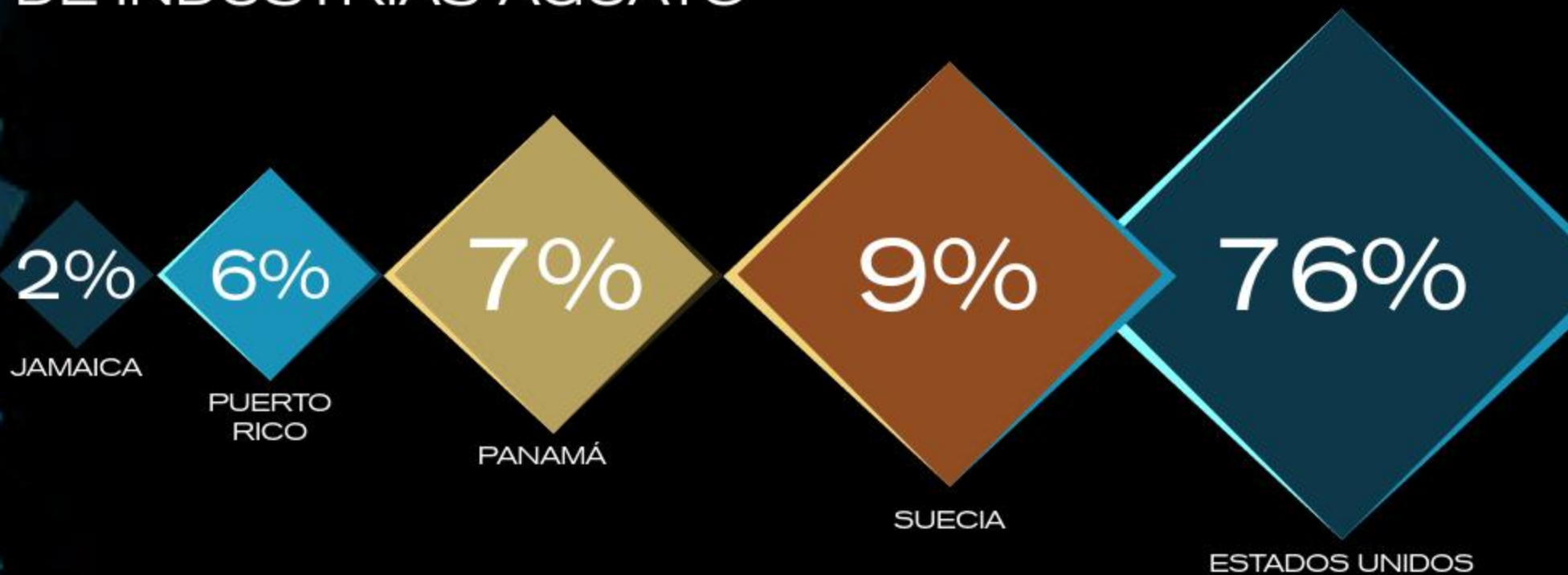
Muchas otras fábricas fueron instaladas en el país por inmigrantes españoles, y no fue sino hasta la década de 1920 en que la producción empieza a ser controlada por dominicanos, cuando en 1921 Juan Tomás Tavares Julia instaló una fábrica de mosaicos.

Mientras esto ocurría, la industria del mosaico se desarrollaba con gran éxito en países como México, Cuba y Puerto Rico, llegando este pavimento a convertirse en elemento esencial de la arquitectura caribeña de la época.

En el año 1945 Rafael Aguayo Ceara funda la “Fábrica de Mosaicos Aguayo” en Santiago de los Caballeros, que luego pasaría a llamarse “Industrias Aguayo de Construcción”. De todas las grandes fábricas de mosaico hidráulico del Caribe, esta es la única que aún existe.

En el año 2003 Industrias Aguayo apostó por la internacionalización del mosaico hidráulico dominicano, buscando abrirse espacio en mercados sumamente competitivos, como el americano y el europeo, que hasta la fecha estaban dominados por fabricantes de México y Marruecos, quienes controlaban por completo la distribución de dicho producto. En ese momento las exportaciones de mosaicos no superaban en 5% del total de las ventas de mosaicos de la empresa, concentrándose éstas únicamente en Puerto Rico y de manera específica en el sector turístico y en obras de restauración del Viejo San Juan.

## EXPORTACIONES DE INDUSTRIAS AGUAYO



Tras la participación en ferias internacionales la empresa entendió que debía de rediseñar algunas de las características del producto a fin de que pudiera competir en el mercado americano, que exigía piezas más ligeras, de menor espesor y con acabados diferentes. Luego de realizados estos ajustes se volvió a presentar el producto de la mano de un socio mayorista que asumiría la comercialización del mosaico hidráulico dominicano en el territorio norteamericano, apoyado por una agresiva campaña publicitaria en medios especializados de arquitectura y decoración auspiciada por Industrias Aguayo.

Mediante la implementación de esta estrategia la empresa logró establecer más de 150 distribuidores en todos los Estados Unidos que en la actualidad promueven y venden el mosaico hidráulico dominicano, logrando establecer la procedencia del mismo como una característica deseada y promocionada en el mercado.

Desde entonces hemos trabajado arduamente en estrechar los lazos con nuestros distribuidores, y en el año 2009 Industrias Aguayo adquirió en su totalidad a su socio mayorista en Estados Unidos, logrando de esta forma una mayor integración vertical y un mayor acercamiento con el cliente.

Una parte importante de la estrategia desarrollada ha sido la educación de los distribuidores en todo lo concerniente al mosaico, desde la manera en que se fabrica, hasta el procedimiento adecuado de instalación y mantenimiento.

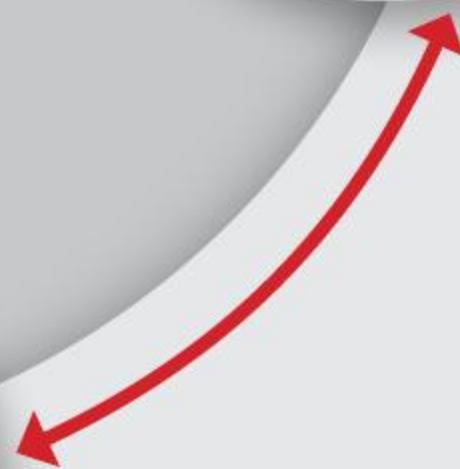
En diversas ocasiones Industrias Aguayo ha organizado tours de distribuidores internacionales a sus instalaciones en San Cristóbal a fin de complementar su proceso de educación y formación. Esta actividad incluye no sólo visita a la planta de producción, sino también talleres sobre el proceso de instalación, visitas a proyectos que han utilizado el mosaico de manera innovadora y encuentros con diseñadores y arquitectos dominicanos, quienes son capa-

ces de transmitir su visión sobre la utilización de este tipo de recubrimiento. Invariablemente, luego de esos tours, los distribuidores se convierten no sólo en embajadores de la marca, sino también de la República Dominicana.

Gracias a nuestra alianza con nuestros distribuidores, y a nuestro continuo afán de traer propuestas innovadoras en el uso del producto, el mosaico ha logrado un sitio a nivel internacional como un producto de vanguardia que ha ganado un espacio importante en el proceso de diseño y construcción de espacios, tanto comerciales como residenciales.

Hoy en día Industrias Aguayo ha logrado establecer no sólo su marca en el competitivo mercado de los recubrimientos y acabados en los Estados Unidos, Puerto Rico, Panamá, Jamaica y Suecia, sino que ha promocionado el producto como "Hecho en República Dominicana", asociando nuestra marca país con un nivel de calidad excepcional. La empresa ha desarrollado junto a numerosos clientes diversas líneas privadas de mosaicos, cada cual con su marca propia, pero todos con la marca país como elemento claramente visible y diferenciador: "Hecho a mano en República Dominicana".

Ha sido necesario aumentar en un 100% la capacidad productiva de la empresa. Las exportaciones representan el 73% del total de las ventas de este producto. Del total de exportaciones de mosaico hidráulico, las marcas privadas representan el 14%, monto que continuará en aumento pues la empresa se encuentra en proceso de cierre de nuevos contratos para líneas privadas.



## EL FUTURO ES MUY FÁCIL DE FABRICAR

*Hoy las zonas francas  
caminan hacia la diversidad,  
tecnificación y especialización,  
solo hay que seguirle los pasos.*

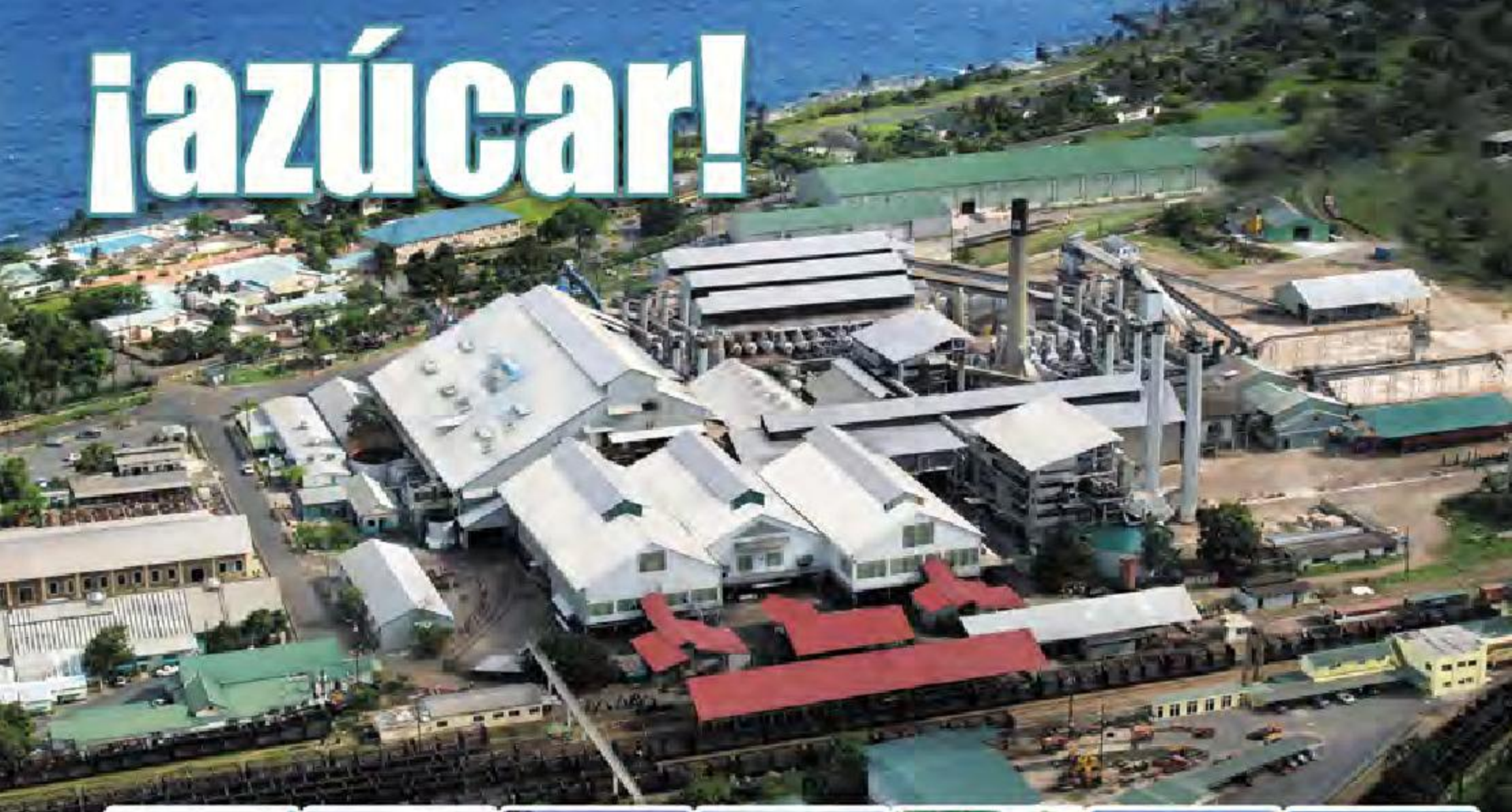


# ADOZONA

ASOCIACIÓN DOMINICANA  
DE ZONAS FRANCAS



# ¡azúcar!



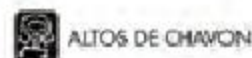
Mayor productor de azúcar de la República Dominicana. Puntuales en el desarrollo de la actividad agrícola y ganadera. Creadores de la primera Zonas Francas del país. Pioneros en la promoción del turismo nacional y en la concepción de bienes raíces turísticas. Impulsores en las vías de comunicación aérea y marítima con aeropuerto internacional y el único muelle turístico de calado profundo en la zona Este.

Gestores de planes comunitarios y programas de responsabilidad social para el bienestar de nuestros trabajadores.

Más de 25 mil empleados comprometidos con el desarrollo económico del país. Un siglo de trabajo y progreso en el pasado, presente y futuro de los Dominicanos.



Central Romana Corporation, Ltd.  
1912-2012





# UNA RESPUESTA CONTUNDENTE

La educación dominicana vive momentos de gloria. Por un lado, cobra cada vez más valor lo acordado de manera consensuada en la Estrategia Nacional de Desarrollo, hoy convertida en Ley. Nos impone retos, grandes desafíos y metas a cumplir. Los empresarios fuimos una parte importante en este consenso ya que el Consejo Económico y Social tenía a su cargo la socialización y la discusión con la sociedad civil y así se cumplió.

Concomitantemente con el nacimiento de la Estrategia Nacional de Desarrollo participamos en la llamada Cumbre de Fuerzas Vivas en la que se acordaron acciones tendentes a construir un mejor futuro para el país, haciendo de la gobernanza de la nación una responsabilidad que no solo atañe a los políticos, sino que nos compromete a todos.

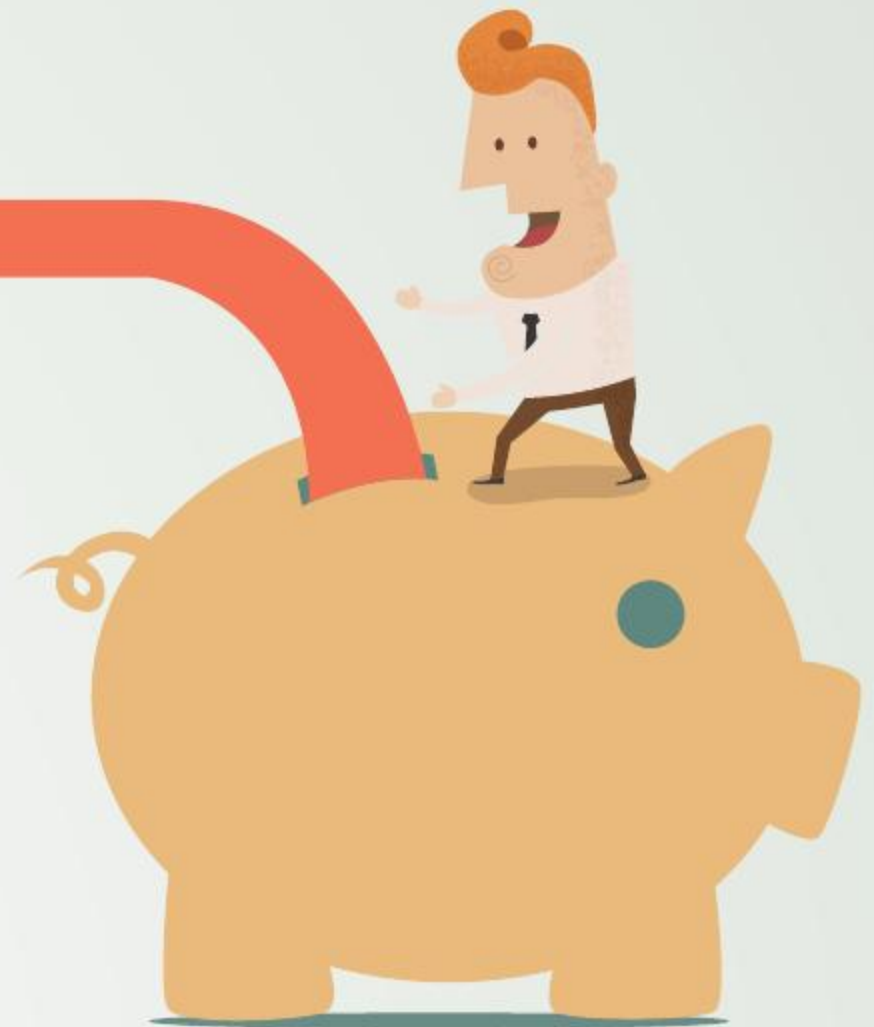
Por  
**Jacqueline  
Malagón**

Hoy estamos comprometidos como un solo cuerpo en la construcción de un Pacto Nacional para la Reforma Educativa que habrá de involucrar a todos los sectores de la vida nacional en la definición de qué queremos como educación de calidad, inclusiva y con equidad, para todos los niños y jóvenes dominicanos de hoy y del mañana. Nadie discute ni duda del valor de la educación en el desarrollo social y económico de nuestro pueblo. En la formación de ciudadanos responsables. Es un hecho que todos estamos comprometidos a ofrecer en todos los niveles de la educación, un servicio docente de excelencia que permita al más breve plazo, la reducción de la pobreza y alcanzar el bienestar para todos los dominicanos, lo que representa el progreso de la nación.

Pero ¿quiénes son los responsables de ofrecer esa educación de excelencia? ¿El estado? ¿El sector privado? ¿Las universidades? ¿El INFOTEP? ¿Los centros de formación de las asociaciones empresariales? La respuesta es muy sencilla: ¡TODOS! Lamentablemente, no todos están haciendo lo que se espera de ellos. Y no hablamos sólo de las debilidades que representa un egresado del bachillerato, ni de las deficiencias que acusan los profesionales universitarios... Hablamos de todos!

Estudios recientes reafirman las deficiencias del sistema como un todo. Hay centros buenos, más que buenos, excelentes. ¡Pero son demasiados pocos! Tenemos que reestructurar el sistema para que la mayoría ofrezca una formación académica o técnica de alta calidad. Y, permítanme darles un ejemplo.

Como producto de un estudio que hizo la AIRD en el año 2005, financiado por el BID a través del Consejo Nacional de Competitividad, se concluyó, al igual que ahora, que las deficiencias que presentan los recursos humanos que la industria requiere, al igual que el comercio y los servicios, apuntan a debilidades que las empresas tienen que encarar y corregir. La AIRD dio una respuesta contundente al tema del capital humano, hoy mejor conocido como capital intelectual de las empresas. Creó el IDECEM (Instituto Dominicano de Excelencia y Competitividad Empresarial) Sus talleres y seminarios han actualizado a miles de empleados provenientes de todos los sectores de la economía, corrigiendo sus deficiencias y haciéndolos altamente productivos. La mejora experimentada por las empresas que envían a sus empleados a capacitarse en el IDECEM, muestra un crecimen-



to en la productividad y en la competitividad y por ende multiplica sus dividendos. A eso le llamamos una respuesta contundente que se identifica claramente en los estudios de demanda de la fuerza laboral dominicana.

Solo por citar unos ejemplos, para los próximos meses el IDECEM, previa consulta a través de grupos focales que identifican sus necesidades de formación, estará ofreciendo cursos como:

- Elaboración de Planes de Negocio;
- Actualización sobre el Manejo del ITBIS;
- Técnicas y Estrategias para Negociar con Éxito y Cierre de Ventas;
- Auditor Interno Norma ISO 9001:2008;
- Atención y Servicio al Cliente con Calidad;
- Uso de las Impresoras Fiscales en su Negocio;
- Correcta Interpretación del Código Laboral de la República Dominicana;
- Finanzas Personal;
- Actualización en Impuesto sobre la Renta y las Retenciones;
- Manejo del Módulo de la TSS;
- Contabilidad para no Contadores;
- Análisis e Interpretación de Estados Financieros, y
- Gestión de Créditos y Cobros.

Estos son solos algunos ejemplos de lo que el IDECEM ofrece para darle la formación y capacitación que en la actualización de sus saberes necesita la empresa para tener éxito y ser más competitiva. Para ello cuenta principalmente con el Programa de Fortalecimiento de PYMES del Banco Popular y con el INFOTEP.

REAFIRMAMOS NUESTRO  
COMPROMISO.





RON  
RESERVA  
*Exclusiva*

LA EVOLUCIÓN ES  
EL RESULTADO  
DE ELEGIR  
LO MEJOR

LA EVOLUCIÓN  
DEL RON





# WASTE 2

Por  
**Frank Elías  
Rainieri**



# FUEL

## BÁVARO-PUNTA CANA TIENE SOLUCIONES PARA MANEJAR DESECHOS DEL TURISMO

El distrito municipal turístico de Bávaro-Verón-Punta Cana genera un impacto importante en materia de desperdicios sólidos y líquidos, como consecuencia de la actividad turística. La zona registra en su área residencial una producción media cada día de 1.8 Kilogramo por habitante de desechos sólidos municipales, el nivel más alto del país.

En un hotel “todo incluido”, con campo de golf y jardines, la producción de desechos sólidos diaria es de 3.2 kilogramos por habitante. En un establecimiento hotelero que carezca de jardines y del “todo incluido”, se producen cada día una media de 2.5 por habitante.

Para tener una idea dimensionada del fenómeno, un “todo incluido” de 1,000 habitaciones, con ocupación en un 80%, más 300 empleados, genera a diario más de seis toneladas de desechos sólidos, que van desde podas de árboles, plásticos, orgánicos, metales y otros. Esto significa que, al año, un hotel de esa naturaleza estaría produciendo 2,190 toneladas de desechos sólidos o 4.8 millones de libras.

Los desechos sólidos tienen la particularidad de que percolan o se filtran –al convertirse en materiales líquidos llamados lixiviados- y llegan hasta el manto freático (manto de agua subterránea que se localiza entre dos capas de materiales téreos). Tanto los desechos líquidos como sólidos producen biogás, que tiene alto contenido de metano y dióxido de carbono, dos de los principales gases de efecto invernadero que contribuyen con el calentamiento global.

Si en el caso del hotel que ponemos como ejemplo los desechos no son bien administrados, se escaparán aproximadamente 37, 230 toneladas de biogás al medio ambiente en un solo año.

200

GALONES DE ACEITE DE COCINAR  
A LA SEMANA PARA PRODUCIR...

20

...KILOVATIOS-HORA  
DE FORMA CONTÍNUA  
PARA MOVER...

2

...TONELADAS DE  
REFRIGERACIÓN

El impacto que generan los desechos sólidos y líquidos (grasas, aguas residuales, etc.), pueden ser disminuidos bajo el aprovechamiento de los desechos en forma de combustible, involucrando dos métodos: tratamiento mecánico biológico y la oxidación térmica.

**Tratamiento Mecánico Biológico:** Como sugiere su nombre, se toman los desechos y se pasan por métodos biológicos (bacterias, vermicultura, etc.) y luego mecánicos (molienda, secado, peletizado, etc). En este proceso, generalmente lo que se hace es desinfectar, depurar y densificar, lo que permite tener un combustible para su posterior aprovechamiento como biogás, RDF, biomasa, MRF y otros.

**Oxidación Térmica:** Este proceso se basa en la utilización de las leyes físicas y químicas para producir combustibles o energía. En el caso de los combustibles, por ejemplo con Pirólisis, es posible obtener Diesel no. 4 a partir de los plásticos y los neumáticos. A través de la gasificación se obtiene gas de síntesis para ser aprovechados en motores de combustión interna a través de la biomasa y el RDF.

### Solución en corto plazo

Actualmente, el Grupo Punta Cana tiene su lavandería PLS funcionando en base a biomasa, evitando de esa manera la utilización de combustibles fósiles.

Para diciembre de este año, en Bávaro-Punta Cana se estará procesando el 35% de los desechos de la zona para aprovecharlos por completo, a través de la empresa CARE Recycling. Esta compañía montará una máquina para producir, en una primera etapa, 50 toneladas de RDF y Biomasa diariamente, así como 700 galones de Diesel. El plan es que en menos de dos años la zona de Bávaro-Punta Cana sea virtualmente cero descargas.

En materia de desechos líquidos, actualmente se está en proceso de prueba para la cogeneración (producción energética de electricidad y calor) con aceites de las cocinas de la línea de restaurantes Wendy's en el área. Con este sistema se tomarán cerca de 200 galones de aceite a la semana, totalmente crudo y sin procesar, con los cuales se producirá 20 kilovatios-hora de forma continua y permitirá mover cerca de 2 toneladas de refrigeración, mediante chillers de absorción. Este novedoso sistema ayudará a bajar los costos de los restaurantes y a limpiar más las áreas de manera más rápida y eficiente.

### Tratamiento de aguas residuales

Las aguas residuales por lo general son manejadas en las mismas plantas de tratamiento de cada complejo hotelero, pero siempre hay cárcamos (fosas que se hacen en el suelo) retirados que deben de ser limpiados por empresas que manejan estos desechos.

Igualmente, el área urbana de la zona no tiene un sistema adecuado de alcantarillado, por lo que necesitamos manejar estos desechos de manera eficiente bajo dos métodos mecánico-biológicos: biodigestión y macrofitas.

**Biodigestión:** Se produce a través de un reactor o área aislada de oxígeno donde se desarrollan bacterias anaeróbicas. Este proceso biológico trae como producto la depuración del agua y un subproducto, el biogás, que despiden las mismas bacterias. Este biogás puede tener hasta un 55% de metano, el cual puede ser aprovechado en un motor de combustión interna, generar electricidad y/o calor. En el Grupo Punta Cana hay reactores que funcionan de manera anaeróbica, depurando las aguas de aeropuerto y todo el complejo.

**Macrofitas en flotación:** Las macrofitas son plantas maravillosas, que tienen grandes virtudes, como la inducción de oxígeno a través de sus raíces, puede subsistir en el agua, absorbe grandes cantidades de nitratos y es resistente a la metanogénesis. Los que nos da una planta, que si se logra poner a flote en una pileta de aguas residuales, depurará y mejorará la calidad del agua. Ya en esto se ha avanzado. Se montó un biofiltro de macrofitas en flotación, en una de las piletas de decantación de aguas residuales de Punta Cana y los resultados son maravillosos, sobre todo en los sólidos y en la presencia de olores en los alrededores del PTAR con cero consumo de energía eléctrica, ya que es un sistema totalmente biológico.

En resumen, es importante afrontar de manera responsable el manejo de los desechos, ya que forma parte de lo que es hacer turismo responsable. La industria turística debe de ser lo más rentable posible. La rentabilidad en todo el sector va de la mano con los costos de producción. En este país, que no tenemos combustibles fósiles, debemos de concentrarnos en depender lo menos posible de los mismos y abaratar nuestra producción. Hacerlo a través de WASTE 2 FUEL, como es conocido mundialmente, es lo más sensato. El 56% del aprovechamiento de los desechos del mundo se hace a través de los métodos citados en este artículo.

# LA CONDICIÓN DE USUARIO NO REGULADO DEL SISTEMA ELÉCTRICO PERMITE A GRANDES EMPRESAS MEJORAR SU COMPETITIVIDAD Y, ADEMÁS, FAVORECE EL LIBRE MERCADO

Actualmente 129 empresas cuentan con la autorización para el ejercicio de la condición de Usuarios no Regulados. Representan entre el 12 y 15% del consumo de energía y cerca del 25% de la energía cobrada. Superamos además los 200 megavatios de consumo eléctrico, lo que nos convierte en actores importantes en el mercado eléctrico dominicano.





70 AÑOS  
HACIENDO  
DE TU HOGAR  
UN MEJOR LUGAR  
PARA VIVIR.



Carretera de Mendoza No. 219, Sto. Dgo., R. D.  
Tel.: 809-594-8288 • Fax: 809-597-7177  
[www.lanacional.com.do](http://www.lanacional.com.do)





# Barómetro Financiero Industrial

El barómetro financiero industrial, una iniciativa de la Asociación de Industrias de la República Dominicana (AIRD), es un instrumento de análisis que surgió de las conclusiones del 2do Congreso de la Industria Dominicana con el fin de determinar las trabas de financiamiento y buscar sus respectivas soluciones.

Los principales objetivos del Barómetro Financiero Industrial:

- Identificar los problemas que están presentando las industrias para acceder a financiamiento.
  - Determinar las fuentes de financiamiento alternativo que están utilizando las industrias.
    - Establecer el tipo de financiamiento al que están teniendo acceso actualmente.
- Hacer un levantamiento de las necesidades futuras de financiamiento, entre otros.

La difusión de los resultados anuales de este barómetro permitirá a los agentes económicos y los hacedores de políticas públicas tener una idea clara del panorama que enfrenta el sector industrial dominicano y los principales obstáculos que impiden su crecimiento, para que de esta forma se logre avanzar hacia la formulación de propuestas y soluciones a los problemas de financiamiento del sector industrial dominicano.

La primera muestra de este barómetro fue recogida en los meses de agosto y septiembre, entre empresas de diferentes tamaños, a nivel nacional; las cuales se clasificaron en base a los parámetros establecidos en la Ley 488-08 sobre micro, pequeñas y medianas empresas. De las empresas participantes 27% correspondieron a microempresas, 24% a pequeñas empresas, 15% a medianas empresas y el 33% a grandes empresas.

Como resultado de la primera muestra se pudieron recoger informaciones de gran interés para el sector, entre las cuales se destacan las siguientes:

- 64% de las empresas encuestadas prefieren acudir a solicitar financiamiento a bancos comerciales, versus un 22% que prefieren otras fuentes de financiamiento.
- El 71% de las empresas afirmó haber tenido éxito en la consecución de un préstamo financiero en los últimos 12 meses.
- Dentro del tipo de garantías requeridas por las instituciones financieras a las empresas solicitantes, el 53% corresponde a garantías hipotecarias, 16% a garantía de activos corrientes, 11% a equipos y maquinarias, 7% a instrumentos financieros y un 13% a otros tipos de garantías.
- Las empresas encuestadas prefieren solicitar financiamiento en aquellas instituciones donde ya son clientes, el 44.4% afirmó que esto era así, mientras que el 28.89% admitieron que lo hacen donde los tipos de interés son mejores y un 12.2% donde se le ofrezcan mejores condiciones.

- Para el 70.8%, la línea de crédito demuestra ser el instrumento financiero de mayor preferencia entre las empresas encuestadas.
- El 85% de las empresas dieron respuesta afirmativa cuando se les consultó si necesitarían financiamiento dentro de los próximos 12 meses; a la vez, el 37.78% confirmaron que lo harían para aumentar sus operaciones, el 18.89% para financiar importaciones, un 7.78% para aumentar sus inversiones en activos corrientes, un 5.56% para fusiones y adquisiciones, un 3.33% para el desarrollo de actividades internacionales, un 2.2% para financiar Investigación, Desarrollo e innovación y sólo un 5.56% para aumentar las exportaciones. Un 18.9% lo destinará para otros fines.
- En cuanto al aspecto de comunicación de las entidades financieras, el 73% de las empresas afirmó haber oído o conocido sobre un programa especial de financiamiento para bienes de capital. No obstante, el 97% de las empresas asegura no haber accedido a dichos programas.
- Las empresas encuestadas afirman que el 44.44% de los programas especiales, que conocieron de entidades financieras para financiar bienes de capital, corresponde a ofertas de productos con bajas tasas y pagos flexibles, un 27.78% a préstamos con tasa preferencial, un 16.67% a préstamos para MIPYME y un 11.11% solo a productos de tasa fija.

Es evidente que, aunque la mayoría de las empresas han tenido éxito en el acceso a financiamiento, el mismo se ha logrado a través de las líneas de crédito; esto puede ser explicado por lo siguiente:

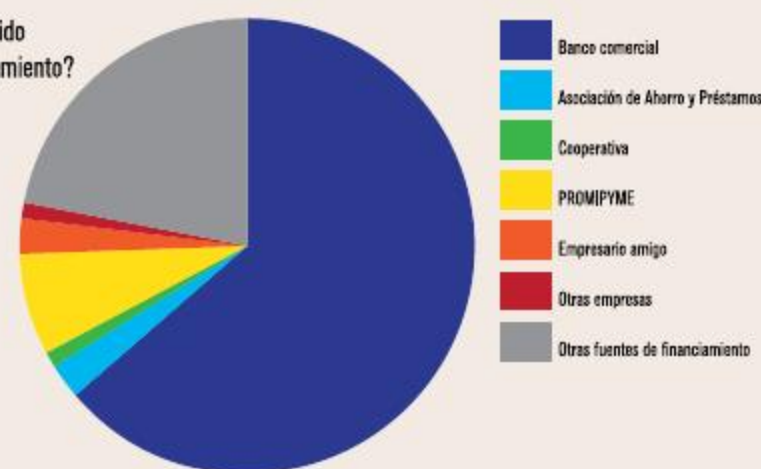
- Las líneas de crédito son un instrumento financiero de fácil acceso.
- Se trata de una cuenta bancaria de la que el cliente puede hacer uso hasta cierto límite.
- El cliente paga interés solamente por el dinero que retira de ella.

Esto, por igual, se puede explicar por la falta de promoción por parte de las entidades de intermediación financiera del resto de los instrumentos financieros que, por su naturaleza y destino, pueden ser más rentables para las empresas adquirentes.

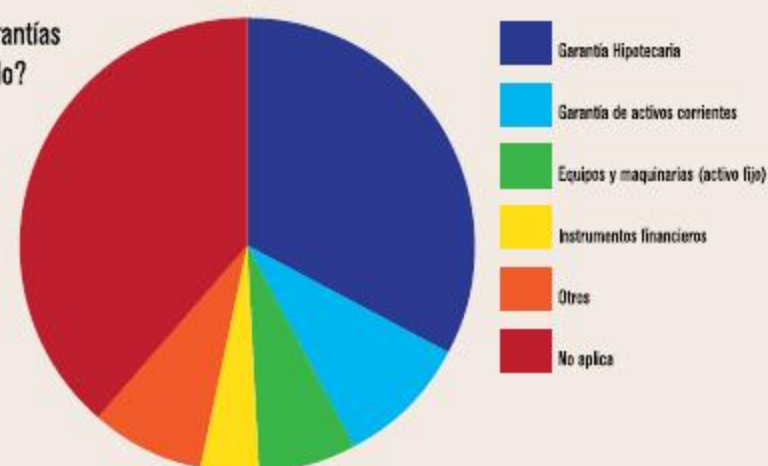
El leasing, para el arrendamiento y posterior adquisición de maquinarias y equipos, sería más adecuado que las líneas de crédito para las empresas, ya que sólo pagaría una baja cuota por el uso del equipo. Lo mismo sucede con el factoring, que soluciona las necesidades de flujo de caja, evitando así que las empresas asuman los riesgos crediticios y del tipo de cambio, y también se liberan de la gestión de cobranza. Sin embargo, los resultados del Barómetro del 2013 indican poco uso de estos instrumentos en el sector manufacturero.

Existe una marcada falta en la promoción de instrumentos y facilidades financieras dirigidos al sector empresarial, en contraste, la encuesta reveló un "bombardeo" de préstamos de largo corto y mediano plazo con tasa preferencial, que si bien son factibles para destinarlos a consumo, no son los más recomendables para financiar las operaciones de las empresas. Otro punto importante es que las empresas, al parecer, se limitan a los productos tradicionales que ofrece la banca y no se aventura en hacer solicitudes con requerimientos particulares/enfocados a sus verdaderas necesidades financieras.

¿A dónde ha acudido a solicitar financiamiento?



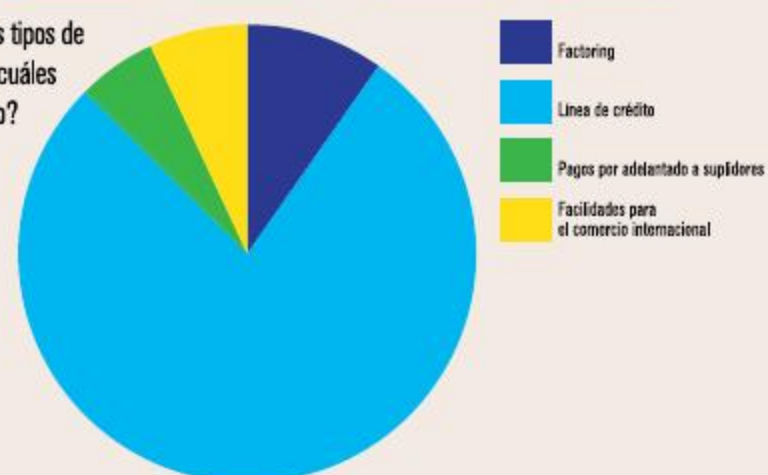
¿Qué tipo de garantías se le ha requerido?



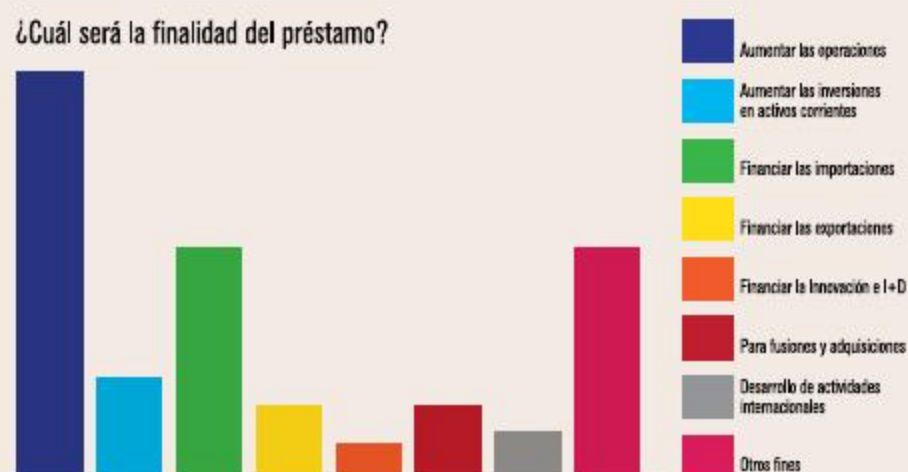
¿Cuáles fueron las razones para elegir la o las instituciones financieras para la solicitud del préstamo financiero?



¿De los siguientes tipos de financiamiento a cuáles usted ha accedido?



¿Cuál será la finalidad del préstamo?



# ASOCIATIVIDAD Y ENCADENAMIENTOS PRODUCTIVOS

COMO FORMA DE MEJORAR  
LA COMPETITIVIDAD DE LAS  
INDUSTRIAS



# CONTENIDO



**F**  
INDUSTRIALIZANDO  
EL CAMPO

**G**  
INTELIGENCIA DE  
MERCADO PARA  
EXPORTAR

**H**  
CACAO  
DOMINICANO:  
UNICO EN EL  
MUNDO

**I**  
ZFLA: UN  
ESPACIO PARA LA  
COMPETITIVIDAD

**J**  
CONOCIENDO  
EL MUNDO  
EMPRESARIAL

**K**  
INNOVACIÓN  
INDUSTRIAL:  
UN PROGRAMA  
EXITOSO



ENTREVISTA A LUIS RAMÓN RODRÍGUEZ,  
MINISTRO DE AGRICULTURA

## ASOCIATIVIDAD: EJE DEL IMPULSO AGROPECUARIO

*“En la cultura nacional y la psiquis empresarial existe un freno mental que dice: no podemos... pero hemos demostrado que podemos y en muchos casos estamos pudiendo y lo estamos haciendo muy bien”, expresa el Ministro de Agricultura.*

República Dominicana, como muchas naciones de América Latina, centró su aparato productivo en el cultivo agrícola y pecuario. Bienes primarios que eran destinados al mercado interno y algunos rubros para la exportación. Una economía cerrada, con barcos llevando el confite, la sobre mesa: azúcar, café, cacao y tabaco.

Esto ha estado cambiando y para hablarnos del proceso de transformación de la agropecuaria dominicana y sus expectativas, HechoenRD ha entrevistado al Ministro de Agricultura, Luis Ramón Rodríguez.

“Necesitamos relanzar el sector. Tanto el sector industrial como el agropecuario disfrutábamos de la protección que nos daba el Estado. Hoy día, con acuerdos de libre comercio, nunca hemos pensado de manera ofensiva, siempre estamos pensando y negociamos de manera defensiva, porque en la cultura nacional y la psiquis empresarial existe un freno mental que dice: no podemos... pero hemos demostrado que podemos y en muchos casos estamos pudiendo y lo estamos haciendo muy bien, a pesar de constreñimiento estructurales muy

fuertes que van desde una energía costosa, un código laboral que no favorece, la baja calidad de la mano de obra que tenemos, nuestra mano de obra no es muy eficiente, a veces resulta muy onerosa...”, expresa con mucha claridad.

Para Rodríguez dos ejes se articulan entre sí para recuperar competitividad del sector agropecuario: los encadenamientos productivos con la industria y la asociatividad. Se implican mutuamente en el caso de los cientos de miles de pequeños productores que se reparten por toda la geografía nacional.

“El encadenamiento entre la agropecuaria y la industria es claro en el caso de grandes empresas y productores de algunos rubros. Hoy día, de alguna manera, grandes empresas industriales dependen de la agricultura: plantas de procesamiento de tomate, de ron, de tabaco, la cerveza... Sin embargo, el sector agropecuario para seguir avanzando necesita ver hacia procesos asociativos que permitan una economía de escala. El ser minifundistas no nos permite los niveles de competitividad que requieren los acuerdos de libre comercio”, afirma como diagnóstico preliminar.



Explica que dos aspectos afectaron el desarrollo del sector agropecuario y del campo dominicano. Por un lado, lo que define como una política proteccionista hacia los consumidores urbanos mediante una política de control que no permitía que los productores disfrutaran de los altos precios en su momento. “La producción se fue manteniendo casi estancada ya que cuando el Estado interviene con una política de control de precios, reduce la inversión en el área controlada”, A esto se agrega que hubo un descenso en el financiamiento hacia la agroindustria. Hubo una época en que a la agroindustria se le limitó su financiamiento y eso impidió que se siguiesen expandiendo.

### La dirección en que se trabaja

En definitiva, según Rodríguez, el proteccionismo condujo a que los retos del libre comercio sean exageradamente grandes. “Desde el gobierno estamos trabajando en dos direcciones. Por un lado, estamos trabajando para modificar la estructura productiva de la agropecuaria nacional mediante la reconversión de cultivos de bajo valor y que requieren grandes extensiones para ser producidos de modo competi-

tivo, por cultivos como la fruta y los vegetales, tanto de invernadero como de cielo abierto, que son exportables y que tienen un alto valor. Por otro lado, también en el sector hay algunos productores, una banda no muy grande, de un 30% que son competitivos a nivel internacional. Estamos fortaleciendo la competitividad de esos productores”, indica el Ministro.

El cambio es también cultural. Un ejemplo de esto lo constituye el cultivo del arroz en el cual, según Rodríguez, se está trabajando para que los productores utilicen mejores tecnologías.

### El cacao, esfuerzo conjunto

Es necesario que la industria vuelva sus ojos hacia el origen de su materia prima. Tiene que haber esa sinergia. En ese sentido, un ejemplo lo ha constituido el hecho por la Asociación de Industrias de la República Dominicana con la formación del Clúster del cacao y sus derivados.



Luis Ramón Rodríguez lo indica de este modo: “La industria cacaoera nacional ha podido entender que ellos pueden competir como empresa, pero tienen que defenderse como industria. Y hemos salido gananciosos todos porque hoy día es mucho más fácil el diálogo abierto entre los productores y los procesadores, pero además hay una expansión de la siembra de cacao. El precio ha ido en aumento, también la producción ha ido aumentando, gracias a los estímulos que la industria ha estado dando a la producción”.

Afirma que este será un año record en exportación. “Estamos esperanzados que en cuatro o cinco años la producción pueda doblarse y podamos llegar a 100,000 toneladas de cacao exportado por año. Lo cual es importante para el país y para las zonas productivas”.

### La articulación con el turismo

Para Rodríguez no hay dudas: es posible una fuerte articulación con el sector turístico, pero el agro tiene un aspecto que resolver: la calidad de lo que oferta. “Uno de los problemas que tenemos con turismo es que la calidad de las cosas que estamos produciendo, y la manera de comercializar no nos ayuda a incrementar nuestra presencia en las zonas turísticas del país, a través de la oferta de bienes agroalimentarios a resort, hoteles y restaurantes”.

Ilustra esta realidad con una anécdota. Cuenta que fue a una empresa que prepara alimentos para vuelos. El responsable le enseñó una caja de tomates proveniente de Miami. “Cada caja con cincuenta tomates, todos del mismo color y del mismo tamaño. Mientras sacó de una nevera un huacal plástico con tomates dominicanos que compra localmente, y ahí había tomates pequeños, medianos y grandes, maduros, alcoholados y verdes”.

Calidad, empaque, clasificación, comercialización... son desafíos que tiene la agropecuaria en la tarea de un mayor encadenamiento con el sector turístico. Asegura que el Ministerio está trabajando y que este año “por primera vez” se vendió ajo A, B y C y se le puso un precio discriminatorio. “Es decir, que empezaremos a vender, a nivel nacional, productos como si fuéramos a exportarlo”, señala.

### Clave del encadenamiento: las exportaciones

Para el Ministro de Agricultura la única manera de hacer avanzar el sector agropecuario es a través del fomento de las exportaciones.

El financiamiento es pieza fundamental en esta visión. El potencial, a su entender, es mucho. Asegura que el 20% de la producción exportable termina en las calles dominicanas sin ningún valor (por ejemplo, productos orientales) porque no están procesados y no tienen la calidad suficiente para ser competitivos como productos primarios. “No califican para exportarse (por razones de forma o tamaño) y tú lo puedes procesar y lo puedes enviar al mercado internacional”.

Pone de ejemplo a la agroindustria MACAPI que hace guacamoles con los aguacates que no exporta. O el caso de La Famosa, que no pueden entrar a un mercado como el de Puerto Rico o el de la Costa Este de Estados Unidos con productos como el gandul con coco “simplemente porque la producción no es suficiente”.

Encadenar industria y agro, por lo tanto, se revela como un elemento clave en una estrategia de desarrollo sostenible. “Es necesario que exista un encadenamiento entre la producción y la industria, porque de otra manera no funciona. Vendiendo productos frescos los valores de venta son más bajos, y además siempre va a ver o un excedente o una parte que no es comercialmente viable hacerlo como producto fresco, que va a requerir de un procesamiento”, dice.

En cuanto al financiamiento, explica que el presidente Medina, desde que fue candidato había propuesto al país un sistema de financiamiento agropecuario de tres niveles. Un nivel que sería un banco de segundo piso, conformado por una reforma que se está trabajando para el Banco Nacional de la Vivienda y Fomento de la Producción. Un segundo nivel, una banca de primer piso, que es el Banco Agrícola de la República Dominicana, para lo cual el presidente en los primeros 16 meses de gobierno le va a inyectar 5,500 millones de pesos. Y un tercer nivel de financiamiento que son 2,000 millones que el Presidente ha dispuesto a través del FEDA, para aquellos pobres extremos que carecen de garantías de cualquier tipo, cuyo riesgo es mayor, pero que son gente que nadie las va a sacar de la pobreza sino es a través de ese apoyo financiero.

Pensando en este tercer nivel, Rodríguez concluye: “en la ruralidad se está trabajando para mejorar no sólo el sector agropecuario, sino la calidad de vida de gente que vive en las zonas rurales”.



# Apoyamos el trabajo

de nuestros productores con la más avanzada tecnología para impulsar el desarrollo agrícola del país, garantizar la seguridad alimenticia de nuestro pueblo y hacer crecer nuestras exportaciones.



Edificio FERSAN, Ave. John F. Kennedy #60 Apartado Postal 1405, Santo Domingo, República Dominicana, D.N.  
Código Postal 10125 / Ventas: 809-227-1818 | Fax de ventas: 809-562-6643 / Tienda FERSANITO: 809-227-1211  
Servicio al cliente: 809-227-1015 / División de Agroplásticos: 829-383-4973  
Llamadas desde el interior SIN CARGOS: 1-809-200-3495

[WWW.FERSAN.COM.DO](http://WWW.FERSAN.COM.DO)





# AGREGANDO **VALOR A LA** **AGRICULTURA**

EN LOS ÚLTIMOS CINCO AÑOS LA IMPORTANCIA RELATIVA DE LA AGROPECUARIA EN EL PRODUCTO INTERNO BRUTO DISMINUYÓ DE UN PROMEDIO DE 8.5% AL PIB QUE APORTÓ EN EL PERÍODO 2002-2007, A UN 7.5% EN EL PERÍODO 2008-2012.

Por  
**Ronny Sakedo**

Las demandas de las sociedades actuales han hecho necesario industrializar diversos rubros agropecuarios, transformando diversas materias primas provenientes de este sector en bienes totalmente diferentes, de mayor duración y más fácil de comercializar. La vinculación entre la agropecuaria y la industria constituye el instrumento más utilizado en el mundo para los encañamientos productivos y dotar de un mayor valor agregado local a los productos primarios.

En República Dominicana los primeros cimientos de valor añadido de la industria a la agricultura se establecieron en la época colonial con la industria azucarera. Este fue uno de nuestros productos estrella en producción y exportación. En 2012, se produjeron 107,266,488 quintales de caña de azúcar y se realizaron exportaciones de azúcar y derivados por valor de U\$200,781,600, lo que refleja el vigor que mantiene este segmento de la industria hasta nuestros días.

Un segundo producto derivado del valor añadido que se le da a la caña de azúcar, es el ron (se obtiene luego de un proceso de fermentación del jugo de la caña y la melaza del azúcar), del cual, desde finales del siglo XIX, República Dominicana es un importante productor y exportador. Las ventas locales de Ron para 2012 fueron de 4,480,000 cajas de 8.4 litros y se exportaron 2,600,000 cajas.

EN 2012, SE PRODUJERON **107,266,488** QUINTALES DE CAÑA DE AZÚCAR.

LA PRODUCCIÓN DE ARROZ EN 2012 ALCANZÓ LOS **11,236,595** QUINTALES.

EN 2012 LA PRODUCCIÓN LOCAL DE TOMATE ALCANZÓ LOS **5,300,000** QUINTALES.

LA PRODUCCIÓN LOCAL DE LECHE, PARA 2012, ASCENDIÓ A **573,430** LITROS.

Podemos destacar otros productos agropecuarios, que pasan por procesos de industrialización, y que se producen en grandes cantidades en la República Dominicana, como son: arroz, tomate industrial, leche y productos lácteos, harina, galletas y pastas alimenticias, aceites comestibles, condimentos, bebidas, entre muchos otros...

El arroz ha sido, en los últimos años, uno de los rubros no tradicionales de mayor producción, después del azúcar de caña y el banano. En 2012 su producción alcanzó los 11,236,595 quintales, su consumo local para 2012 fue de 11,139,085 quintales y las exportaciones alcanzaron cifras aproximadas de U\$26,000,000. República Dominicana exporta 4 tipos de arroz: arroz partido, arroz blanqueado, arroz descascarado y arroz con cáscara; siendo el de mayor volumen el arroz partido. El 75% de las exportaciones totales de arroz se destinan al vecino Haití, sobre todo, arroz partido y arroz blanqueado. La producción local de arroz para el periodo enero-agosto 2013 ronda los 6 millones de quintales.

El tomate industrial ha sido también un producto agrícola que, gracias al valor que le da el proceso industrial, se convierte en una de las hortalizas más populares para las industrias de conservas. En el 2012 la producción local alcanzó los 5,300,000 quintales, su volumen de producción en el periodo enero-agosto 2013 se acerca a los 3.3 millones de quintales.

Otro producto ganadero que, gracias a los procesos industriales a los que es sometido se puede consumir y conservar en variedades, es la leche. Es la base de numerosos productos lácteos, como la mantequilla, el queso, el yogur, entre otros. Es muy frecuente el empleo de los derivados de la leche en las industrias agroalimentarias, químicas y farmacéuticas en productos como la leche condensada, leche en polvo, caseína o lactosa.

La producción local de leche, para 2012, ascendió a 573,430 litros. Según datos del Ministerio de Agricultura, el país consume alrededor de 1,228,924 litros equivalentes de leche en forma de leche cruda, leche en polvo, leche UHT, quesos y otros productos lácteos de menor importancia. Este consumo es suplido por partes iguales de leche nacional y productos lácteos importados, principalmente leche en polvo. Por su parte, las exportaciones

Crecimiento de Sector Agropecuario, Industrial y PIB 2010-2013 [Datos Enero - Marzo 2013]



de derivados de lácteos (queso y otros) entre enero-marzo de 2013 alcanzaron un valor total de 197,622 kilogramos, unos U\$476,381.5

Existen otros importantes rubros agrícolas considerados bienes tradicionales de exportación, en los cuales interviene procesos de industrialización, tales como: el cacao, el café y el tabaco.

República Dominicana produce gran cantidad de cacao, tanto tradicional, como orgánico, en el 2012 la producción ascendió a 1,592,265 quintales, y se exportaron en total U\$178,000,000.

Otro producto tradicional, cuyo proceso se encuentra industrializado es el café. En el año 2012, se exportaron U\$11,000,000 de este producto, con una producción que ascendió a 595,440 quintales.

Por último, dentro de los productos tradicionales, está el tabaco. En el año 2012 se produjeron 200,000 quintales de tabaco, y se exportó un valor total de U\$35,735,455 de este rubro (tabaco en rama).

Si bien, el primer paso es la producción agrícola, de no ser por el valor añadido que ha brindado la industrialización de este proceso, hubiera sido imposible para estos productos satisfacer las demandas locales y competir en mercados internacionales, debido a las exigencias en cuanto a calidad, volumen y duración de los productos.



*Comprometidos  
con la competitividad y  
la innovación de la industria  
manufacturera dominicana...*

***¡Manos a la obra!***

**PROINDUSTRIA**

[www.proindustria.gov.do](http://www.proindustria.gov.do)



[www.aesdominicana.com.do](http://www.aesdominicana.com.do)



# COMPRAS CONJUNTAS

## UNA ALTERNATIVA PARA REDUCIR COSTOS



Por  
**Alec  
Marión**

Cuando el costo de la materia prima representa más de la mitad del costo total de los productos industriales, toda iniciativa que permita reducir dicho costo es de extrema importancia.

Las industrias invierten recursos en proyectos de investigación y desarrollo para mejorar el aprovechamiento o para sustituir materiales por otros de menor costo. Una alternativa que requiere poca o ninguna inversión para reducir los costos es la realización de compras conjuntas.

Las compras conjuntas se basan en el principio de reducción de precio por aumento de volumen. En lugar de negociar precios en base a un volumen reducido, se agrupan los volúmenes correspondientes a más de una empresa; el volumen agregado incrementa el poder de negociación y consecuentemente mejora el precio. La variación en precio depende de la naturaleza del mercado en cuestión. En un mercado en que el proveedor es único o en el que la cantidad de compradores es muy alta, el poder de negociación obtenido por agregación de volumen puede ser insignificante. Por otro lado, una reducción en precio puede parecer despreciable en términos proporcionales, pero puede conllevar grandes ahorros si corresponden a compras de alto valor.

El concepto de compras conjuntas no es nuevo y precede a la revolución industrial, ya que se practica desde las primeras asociaciones gremiales, en las que los artesanos de un mismo sector negociaban en grupo los precios de sus insumos. Desde sus inicios, las industrias han hecho uso de las compras conjuntas para alcanzar importantes ahorros ya sea por ser parte de grupos empresariales, corporaciones multinacionales, franquicias comerciales, y más recientemente por integrarse en clusters industriales.



Las compras conjuntas constituyen la iniciativa de mayor atractivo para las empresas que desean unirse a un clúster industrial. Aunque no requiere de inversiones significativas, la realización de compras conjuntas puede presentar ciertos retos que no siempre pueden ser vencidos. Uno de los retos más fácilmente identificables es la coordinación en el tiempo. Para realizar una compra conjunta es necesario que todos los compradores realicen las compras a la vez, pero cada empresa tiene su ciclo propio de compras, y responde a diferentes niveles de disponibilidad. Otro reto que se identifica inmediatamente es la comunicación entre los compradores. Por necesidad, la compra conjunta requiere que los compradores mantengan la comunicación entre sí, o al menos con un negociador central para poder negociar como conjunto. Por último, el reto que suele pasar desapercibido suele ser el más difícil de vencer, la confianza entre los compradores. La participación en compras conjuntas implica que cada comprador debe confiar en que los volúmenes de compra que revela sean mantenidos en confidencia, confiar en que los demás compradores cumplirán con los compromisos asumidos con el proveedor y confiar en que vale la pena seguir el proceso de compra conjunta.

Afortunadamente, la compra conjunta no sólo permite abaratar el costo de insumos materiales sino que también pueden mejorar los costos de servicios. Más aún, las compras con-

juntas de servicios pueden hacer asequibles iniciativas que serían incosteables para una empresa individual. Actividades esenciales como capacitación puede ser muy costosas para una empresa si sólo se requiere ofrecer a un grupo reducido de sus empleados. Los costos unitarios de logística y facilidades se reducen cuando se amplía el grupo de participantes haciendo de la capacitación conjunta un beneficio colectivo. Los beneficios obtenidos por la compra conjunta de servicios puntuales constituyen una forma de bajo riesgo para crear confianza entre los miembros.

Ejemplos de resultados obtenidos en compras conjuntas en los clusters industriales dominicanos de Belleza, Cacao y Plástico han sido las compras de 2,500 toneladas de resinas plásticas resultando en ahorros que superan los US\$50,000, la realización de capacitación técnica para elevar el rendimiento entre productores de cacao, la distribución conjunta entre industrias de productos de belleza, la realización del 1er. Diplomado en Procesamiento de Polímeros de la República Dominicana, el desarrollo del manual de calidad de cacao, las capacitaciones y asistencias técnicas para el desarrollo de planes de exportación en los sectores de belleza y plástico, y otras compras conjuntas de productos y servicios que han representado más que ahorros, un incremento en la competitividad de la industria dominicana.



# PROINDUSTRIA: LA ARTICULACIÓN PRODUCTIVA, POLÍTICAS DE LARGO PLAZO

Es necesario evaluar, definir las lecciones aprendidas, sostener esfuerzos de largo aliento para la eficiencia de los encadenamientos productivos

Por  
**Aguie Lendor y  
Lynette Batista**

En los últimos años se ha identificado un creciente interés de los gobiernos de América Latina en impulsar políticas para fomentar los encadenamientos productivos. Estos se asumen como instrumento que contribuyen a mejorar el desempeño de las Pymes y a crear un ambiente de negocios dinámico. Además, logran que las acciones gubernamentales de apoyo sean más eficientes.

Estas iniciativas para fomentar los encadenamientos productivos están orientadas a facilitar la construcción de ventajas competitivas que surgen de las interrelaciones creadas y desarrolladas entre las empresas y las instituciones.

Los instrumentos e iniciativas vinculadas a promoverlos y sus modalidades de intervención, reciben el nombre de "políticas de articulación productivas", las cuales promueven la cooperación de las empresas entre sí y la colaboración de ellas con las instituciones de apoyo.

La experiencia positiva de los distritos industriales en Europa, especialmente en Italia, en la década de los años 70 creó un marco conceptual para estas políticas. A diferencia de lo sucedido en la experiencia europea, donde siempre se ha subrayado el rasgo de la espontaneidad de los agentes e instituciones en el surgimiento y la conformación de los aglomerados productivos, en América Latina el sector público ha jugado un papel de liderazgo central, haciéndose cargo de estimularlos y financiarlos, al menos parcialmente.

En Latinoamérica en los últimos 20 años se ha aumentado el número de iniciativas en políticas de articulación productiva basadas en el desarrollo de clústeres y aglomeramientos productivos en torno a cadenas de valor sectoriales o territoriales, con fuerte presencia de Pymes.

Estas iniciativas no siempre se encuentran en políticas estructuradas dentro de las estrategias gubernamentales, sino que responden más bien a estrategias de desarrollo productivo en los países de la región; por lo que la experiencia en Latinoamérica ha tomado una enorme variedad de instrumentos y conceptos. Se utilizan las palabras: clúster, aglomeramientos productivos, empresas tractoras, programa de proveedores, integración vertical u horizontal, de acuerdo al instrumento que se utilice. Sin embargo, en todas las iniciativas prevalece el interés en el aumento de la competitividad de las empresas y el desarrollo de ventajas basadas en la aproximación territorial de las empresas.

El papel de las Instituciones del Estado es clave para que las políticas de articulación productiva tengan continuidad y permitan un apoyo a largo plazo. Los instrumentos de fomento a los encadenamientos productivos tienen





múltiples impactos ya que no sólo están dirigidos a atender a un grupo de empresas, sino que propician un fortalecimiento de diversos factores que ayudan al desarrollo económico y social. Se crean nuevos procesos público-privados, se ayuda al desarrollo de proveedores locales, se estimula la innovación, etc.

Sin embargo, existe en la región una escasa coordinación entre los distintos programas e instrumentos, reflejando la falta de una visión integral y de largo plazo de las políticas. Esto lleva en muchos casos a la duplicación de esfuerzos, a la pérdida de sinergias potenciales entre distintos programas y a la poca continuidad a lo largo del tiempo de muchas intervenciones. Un hallazgo importante, que hemos notado es que hay una carencia de mecanismos de evaluación de las políticas tomadas.

Esto ha llevado a la repetición, hasta la reiteración, de experiencias sin la correspondiente evaluación y, sobre todo, sin generar un aprendizaje que permita el rediseño y la adaptación, y con fuertes costos de transacción para las empresas que desean informarse e incluso a esos programas.

En el caso de los programas e instrumentos eficientes y novedosos, existe una clara dificultad para ampliar la cantidad de empresas beneficiarias de los mismos. Esto se debe, en parte, a la escasez de recursos, tanto humanos como financieros, que caracteriza a muchas de las instituciones de fomento, pero también a que numerosas intervenciones se han basado en una lógica de subsidio a la demanda, suponiendo erróneamente que las empresas potencialmente beneficiarias tienen capacidades similares para responder a los estímulos del mercado.

## ¿Qué se necesita para lograr un encadenamiento efectivo?

Instituciones fuertes – articulando programas que duren más de un período de gobierno.

Parte importante de las pymes requiere de un menú de instrumentos de apoyo más complejo y sofisticado que los incentivos financieros básicos o servicios no financieros de tipo horizontal. Tanto sus agendas tecnológicas, productivas y de negocios como los obstáculos que enfrentan para ampliar sus mercados, mejorar su productividad y crecer, están centrados en el desarrollo de nuevas ventajas que les permitan a las firmas operar en mercados de creciente internacionalización y presión competitiva sin necesidad de recurrir a apoyos espurios y transitorios, que por sus implicaciones fiscales y discriminatorias son difíciles de sostener en el mediano plazo.

Es necesario aclarar que las diversas iniciativas que se pueden agrupar bajo el nombre genérico de articulación productiva, no son simples ni fáciles de implementar y que deben ser diseñadas con una perspectiva de mediano y largo plazo, que requieren no sólo de recursos económicos y humanos, sino también de un proceso sostenido de construcción institucional y de articulación entre diferentes agentes.

Formular una agenda integrada de desarrollo productivo que articule las políticas industriales, tecnológicas y de apoyo a las PYMES.

En fin, las políticas de articulación productiva constituyen un camino que recorre el sector empresarial en América Latina. Muchos resultados se encuentran todavía inéditos.

---

Este artículo es un resumen basado en la investigación "Mejores Prácticas Latinoamericanas de Encadenamiento Productivo", preparado por las consultoras Lynette Batista y Aguié Lendor para PROINDUSTRIA.

# DESARROLLO DE PROVEEDORES EN EL MARCO DE LA RSE



Por  
**Carlos  
Rodríguez  
Álvarez**

Hoy en día existe una gran sensibilidad social que se ve en las acciones que emprenden miles de personas a través de diferentes medios. Esto explica porque la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se ha convertido en prioridad para los líderes de negocios en todo el mundo.

Sin embargo, si las empresas analizaran sus perspectivas de responsabilidad social empresarial con los mismos marcos de referencia que orientan sus decisiones de negocio, descubrirían que la RSE puede ser mucho más que un costo, que una restricción o que una obra de caridad. Podría ser una fuente de oportunidades, innovación y ventaja competitiva.

No siempre la construcción de la RSE logra su propósito. A veces se queda a medio camino, sencillamente en relaciones públicas y actividades filantrópicas desvinculadas de la estrategia de la empresa. Sin embargo, esta no es una excusa para entender lo vital que resulta para las empresas asumir explícitamente estrategias de RSE.

Generalmente, los partidarios de la RSE han presentado cuatro razones para sustentarla: obligación moral, sostenibilidad, licencia para operar y reputación.

- La obligación moral apela a que las empresas tienen la obligación de ser buenos ciudadanos y deben "hacer lo correcto".
- La sostenibilidad destaca la gestión ambiental y de la comunidad.
- La noción de la licencia para operar deriva del hecho de que toda empresa necesita un permiso tácito o explícito de los gobiernos, las comunidades y otros numerosos grupos de interés para hacer negocios.
- Finalmente, la reputación es utilizada por muchas empresas para justificar las iniciativas de RSE sobre la base de que van a mejorar la imagen de una empresa, fortalecer su marca, subir la moral e incluso aumentar el valor de sus acciones.

***"El objetivo o norte fundamental, que debe orientar la RSE es que presente una oportunidad de crear valores compartidos, es decir, un beneficio significativo para la sociedad, que también resulte valioso para el negocio."***

Michael Porter



La dificultad con las razones antes mencionadas es que las empresas, en esta óptica, suelen colocarse a la defensiva muchas veces embarcada en campañas de relaciones públicas que no tienen fin y con ningún beneficio estratégico para el negocio ni que contribuyen a su competitividad.

Lamentablemente las principales escuelas de pensamiento adolecen de la misma debilidad: centran la acción a partir de la tensión entre empresa y sociedad en lugar de su interdependencia. Se desarrollan entonces acciones que no guardan ningún vínculo con la estrategia y las operaciones de la empresa o de los lugares en los que opera. Fracasa en ayudar a la empresa a identificar, priorizar y abordar problemas sociales que importan o aquellos en los que puede tener mayor impacto y beneficio para ella. El resultado termina siendo muchas veces una mezcla de acciones de RSE y filantrópicas normalmente descoordinadas y desconectadas de la estrategia de la empresa.

Y es aquí que entra el desarrollo de proveedores y de clientes.

Las corporaciones exitosas necesitan una sociedad sana. La educación, la salud y la igualdad de oportunidad son esenciales para una fuerza de trabajo productiva. Productos seguros y condiciones de trabajo no sólo atraen clientes, sino que reducen los costos internos de accidentes.

La utilización eficiente de la tierra, del agua, de la energía y de otros recursos naturales hace que los negocios sean más rentables. Un buen gobierno, el imperio de la ley y los derechos de propiedad son esenciales para la eficiencia y la innovación. Las normas reguladoras protegen tanto a los consumidores como a las empresas. En última instancia, una sociedad sana crea expansión de la demanda para los negocios, ya que se satisfacen más necesidades humanas y las aspiraciones de los ciudadanos y ciudadanas crecen.

El contexto competitivo de una empresa se puede dividir en cuatro grandes áreas: primero, la cantidad y calidad de los recursos disponibles para el negocio – los recursos humanos o la infraestructura de transporte por ejemplo; en segundo lugar, las reglas y los incentivos que rigen la competencia, tales como las políticas que protegen la propiedad intelectual, la transparencia, luchan contra la corrupción y fomentan la inversión; en tercer lugar, el tamaño y la sofisticación de la demanda local, influenciado por cosas tales como las normas de calidad de los productos y de seguridad, los derechos del consumidor y la equidad en las compras gubernamentales; y en cuarto lugar, la disponibilidad local de apoyo de industrias, como proveedores de servicios y fabricantes de maquinarias, entre otros. Todos y cada uno de estos aspectos del contexto competitivo pueden representar oportunidades para diferentes iniciativas de RSE.



## RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA ESTRATÉGICA

Para cualquier empresa, la estrategia debe ir más allá de las mejores prácticas. Se trata de elegir un posicionamiento único, de hacer las cosas de manera diferente a los competidores con el objetivo de reducir costos y suplir mejor las necesidades de los clientes. Estos principios aplican a la relación que tiene una empresa con la sociedad.

Cuando se ve la RSE de manera estratégica las empresas hacen inversiones en aspectos sociales que fortalecen la competitividad de éstas. El éxito de una compañía y de la comunidad se refuerzan mutuamente. Por ende, cuanto más estrecha sea la vinculación de una cuestión social con el negocio de la empresa, mayor es la oportunidad de apalancar los recursos y capacidades de la empresa para beneficiar a la sociedad.

Microsoft, por ejemplo, a través de su programa Working Connections se ha aliado con la Asociación Americana de Community Colleges, para formar personas en tecnologías de información transformando el pensum, equipando las aulas con equipos de última tecnología y actualizando a los profesores.

Nestlé por su parte, trabaja directamente con pequeños agricultores en países en vía de desarrollo para mejorar la calidad de los productos básicos, como la leche, el café y el cacao, de los que depende gran parte de su negocio global. Un ejemplo de esto fue en 1962 cuando Nestlé entró a la India. La compañía se encontró que la pobreza en la región de Moga era grave, las personas vivían sin electricidad, sin transporte, sin teléfonos y sin atención médica. Los agricultores tenían menos de cinco hectáreas de tierra mal irrigada y estériles, y además carecían de refrigeración, de transporte, o de cualquier forma para comprobar la calidad de la leche. Resultado: la leche se contaminaba o diluía frecuentemente. Era necesario desarrollar la cadena de valor de manera que se generaran beneficios para la región así como para Nestlé. La compañía construyó centros de acopio refrigerados en cada ciudad y enviaba sus camiones a recoger la leche con expertos en nutrición, agronomía y calidad para dar asistencia técnica a los ganaderos y cuidar de los animales. Además, impartían capacitación mensual. Cuando la fábrica de leche de Nestlé abrió,

sólo 180 agricultores locales suministraban leche. Hoy, compra leche a más de 75,000 agricultores de la región, recogiendo dos veces al día en más de 650 lecherías de los diferentes pueblos. La tasa de mortalidad de los terneros se ha reducido en un 75% y la producción de leche se ha incrementado 50 veces. Y como la calidad mejoró, Nestlé ha sido capaz de pagar un precio mayor a los agricultores que los establecidos por el gobierno, además los pagos quincenales constantes han permitido a los microempresarios obtener crédito. Moga, hoy en día, tiene un significativo mayor estándar de vida que otras regiones importantes del entorno. El noventa por ciento de los hogares tiene electricidad y la mayoría tiene teléfonos. Todos los pueblos tienen escuelas primarias y muchos ya cuentan con escuelas secundarias. Con el aumento del poder de compra de los ciudadanos y ciudadanas también se ha ampliado en gran medida el mercado para los productos de Nestlé y por ende, se ha afianzado su futuro económico.

El desarrollo de proveedores permite a las empresas aumentar las ventas; reducir costos; aumentar las exportaciones; obtener insumos con calidad, oportunidad y precio competitivo; disminuir el capital empleado; fortalecer su posición competitiva en el mercado e instalar un eficiente sistema de evaluación y certificación de proveedores. Otro de los principales beneficios que pueden obtener las empresas es desarrollar clústeres con grupos de proveedores y clientes para incrementar la capacidad de producción, el conocimiento técnico, la calidad así como reforzar las infraestructuras y los canales de distribución, entre otras.

Los miles de millones de dólares que se gastan en RSE y en filantropía corporativa mundialmente generarían mucho más beneficios para los negocios y la sociedad si consistentemente se invierten en desarrollar la cadena de valor de las empresas. Las organizaciones que toman decisiones correctas y desarrollan iniciativas enfocadas, proactivas, socialmente integradas y sobre todo alineadas con sus estrategias centrales se distanciarán del resto. Cuando se mira de manera estratégica, la responsabilidad social de las empresas puede convertirse en una fuente de progreso social tremenda, ya que la empresa aplica sus considerables recursos, experiencia y conocimientos a las actividades que benefician a la sociedad.

# COMPARTIR ES ENTREGARSE

En Grupo SID estamos comprometidos con el desarrollo de nuestra sociedad, creciendo junto a la familia dominicana.





# INDUSTRIALIZANDO EL CAMPO

**MACAPI ES UN  
EJEMPLO DE LA  
ARTICULACIÓN ENTRE  
AGRO E INDUSTRIA**

EN 1990 ERAN COMERCIANTES Y HOMBRES DEL AGRO. "COMENZAMOS COMO UNA COMERCIALIZADORA, Y NOS PREGUNTAMOS CÓMO PODERLE SACAR UN MAYOR VALOR A LA PRODUCCIÓN", NOS INDICA MANUEL CASTILLO, PADRE. ASÍ SE VIERON ENVUELTOS CON UN FRUTO Y EL PROCESO COMPLETO EN TORNO AL MISMO. EL AGUACATE HAAS.

“Un producto que tiene calidad, pero que está destinado al mercado externo. Pequeño y con calidad. Nos vimos entrando entonces a la producción de Guacamole desde hace unos seis años”, expresa Manuel Castillo, hijo.

El aguacate Hass tiene una prolongada estación de cosecha, factor que unido a su gran calidad, ha permitido aumentar su consumo a nivel mundial. Su contenido de aceite variando en la medida en que va estando apto para ser cosechado. Se inicia su recolección cuando el fruto aporta, aproximadamente, un 9% de aceite, pudiendo alcanzar hasta un 22%. Su contenido de agua es bajo comparado con otras variedades, oscilando entre un 60 y 70 %. Contiene 12 de las 13 vitaminas existentes, siendo alto su contenido del complejo B y E. Estas cualidades, además de su sabor, lo hacen apetecible y demandado en casi todos los mercados.

Tanto el fruto como su semilla son relativamente pequeños con un calibre que va desde 200 a 300 gramos. La piel es algo coriácea, rugosa, de color verde que se va tornando al color negro cuando está madura, momento en que está apta para el consumo.

“Constantemente estamos expandiéndonos. Exportamos unas 5,000 toneladas métricas de aguacates de producción propia, pero tenemos un conjunto de productores asociados. En aguacates frescos hemos crecido un 20 a un 25% anual y en esa proporción crece el guacamole”, expresa Manuel Castillo, hijo. Las exportaciones alcanzan más de 8,000 toneladas métricas de la fruta que son vendidas en Francia, España, Inglaterra, Estados Unidos...

En cuanto al guacamole, explican que se expenden en el mercado local, bajo la marca Guacamole MACAPI, y están llegando al mercado de restaurantes y foods service en Estados Unidos, señala Castillo hijo. Sus fincas se encuentran ubicadas en San José de Ocoa y Elías Piña.

**HRD:** Cuál es su visión de la articulación entre agro e industria?

Actualmente las distancias en términos de tiempo de transporte y comunicación se hacen más pequeñas, los cambios tecnológicos son cada día más acelerados, y los bienes de producción y de consumo fluyen a través de las fronteras en cuestión de horas. Por ejemplo, un contenedor de habichuelas producidas en EUA llega a RD en 72 horas, un contenedor de aguacates producidos en RD llega a EUA en tres días y a Europa en 10 días, es como si las fronteras no existiesen. En este contexto los productores agropecuarios en la República estamos obligados a ser ágiles, ya que tenemos que competir con los mejores del mundo.

En el Grupo Macapi consideramos que nuestra competencia real hoy en día no son los otros productores dominicanos, nuestra real competencia está afuera, a grandes distancias físicas, pero a escasas horas de nosotros. Nuestra experiencia nos indica que para que la agricultura dominicana sea competitiva se hace necesario, imprescindible, darle valor agregado a la producción y contar con mecanismos ágiles de comercialización.

En este entorno un agricultor pequeño o mediano no puede hacerlo solo, por eso la necesidad de conectarse a la cadena productiva compuesta por los proveedores de tecnologías e insumos de producción, a las agroindustrias y estas a su vez, a los mercados mayoristas y minoristas del mundo. El mercado local para los productos agropecuarios es muy limitado, debido a la poca población con poder adquisitivo. Los productores necesitan ampliar su mercado, especialmente en el caso de productos perecederos. Por eso la necesidad de encadenarse con el mercado internacional a través de la agroindustria.



**HRD:** Cuál considera que es la clave de su éxito agroindustrial y clave para la agroindustria en general.

A nuestro entender la clave del éxito de la agroindustria está en producir productos de calidad mundial a precios competitivos y, en la inserción de los mismos en los grandes mercados mundiales de manera ágil y sostenible en el tiempo. Esto es fácil decirlo, pero requiere de mucho esfuerzo, aprendizaje e inversión en tecnologías, recursos humanos e inteligencia de mercado.

**HRD:** Cómo visualizan el vínculo entre productores locales del agro y la industria.

Como lo expresábamos más arriba, los productores agropecuarios locales necesitan conectarse con los mercados internacionales, para lo cual se hace imprescindible su encadenamiento con la industria. Existe un gran mercado para productos terminados con calidad, inocuidad y en volúmenes adecuados. Además se requiere ser competitivo y ágil en la comercialización. La toma de decisión para saber donde y cuando vender tiene que hacerse con mucha rapidez, los mercados no te esperan, los precios cambian todas las semanas y casi todos los días. Una limitante que tienen la gran mayoría de las fincas dominicanas es que no están certificadas y por tanto su producción no es fácil de colocarla en las cadenas de supermercados de Europa y Estados Unidos.

MACAPI ha realizado inversiones importantes en adquirir tecnologías de punta para poder competir en los mercados internacionales. Gracias a Dios lo hemos logrado tanto con los aguacates y con los mangos, frescos y procesados. Nuestros productos y nuestras marcas se han posicionado en los mercados de Estados Unidos de América, de Europa y de Canadá por su calidad. Hemos llegado hasta estos mercados, pero para mantenernos competitivos se requiere que continuamente hagamos inversiones en nuevas tecnologías y afinemos nuestros procesos.

En términos general, el Grupo Macapi se mantiene realizando las inversiones en su desarrollo tecnológico como vía de ser competitiva en un mundo globalizado.

Las empresas mantienen una política de capacitación continua de sus recursos humanos, como vía de aumentar la productividad por persona. Para ello, se contratan espe-



cialistas externos y envía sus técnicos al exterior a cursos cortos, ferias internacionales y viajes de observación e intercambio de experiencias.

El trabajo, el rendimiento, la responsabilidad y la lealtad son valores que guían el ascenso y reconocimiento del personal del Grupo MACAPI. Don Manuel de Jesús Castillo Pimentel y doña Maritza Lora de Castillo, apoyados por sus hijos, Altagracia, Manuel de Jesús, Antonio, Sabrina y Priscilla han construido una empresa que es líder en la producción y exportación de aguacates en la República Dominicana.

**HRD:** Qué vínculos mantienen con los productores a los cuales compran su producción de aguacates?

Nosotros mantenemos unos vínculos muy estrechos con los productores de aguacates y mangos para la exportación. Les brindamos a todos los pequeños y medianos productores de estos bienes nuestros conocimientos, nuestra asistencia técnica y nuestra capacidad de comercialización. Nos empeñamos en lograr la transformación de sus fincas hacia estadios tecnológicos más altos.

Igualmente lo hacemos con los pequeños y medianos productores de habichuelas, cebolla o maíz del valle de San Juan de la Maguana, a quienes les damos asistencia técnica, en ocasiones financiamiento y le compramos sus productos a los mejores precios del mercado.

**HRD:** Sus retos, desafíos, metas...

Estamos empeñados en aumentar nuestra capacidad de producción de aguacates tanto en Ocoa como en Elías Piña y San Juan de la Maguana. Esperamos quintuplicar nuestra

producción en el transcurso de los próximos diez años. En ese sentido tenemos planes específicos para invertir más de veinte millones de dólares en equipos de procesamiento, sistema de riego, reservorios y plantaciones.

Nuestras principales limitantes son los altos costos de los combustibles, la deficiencia en el suministro de la energía eléctrica y la falta de buenas carreteras secundarias para transportar los productos del campo a las carreteras principales.

Nuestro desafío es mantener la calidad de nuestros productos y controlar los costos de producción y de procesamiento de manera que podamos ser competitivos en el mercado internacional. Para ello tenemos que mantener un buen sistema de inteligencia de mercado y contar siempre con los recursos humanos adecuados.

Para el caso de los productores relacionados y asociados de aguacates, mangos y granos, sus grandes limitantes son la falta de formación e instrucción y la falta de financiamiento de largo plazo para adquirir tecnologías que les permitan producir con eficiencia y calidad. Para el caso de los productores de granos, una limitante adicional es que en muchas ocasiones las políticas gubernamentales en el manejo de las importaciones penalizan la producción nacional para favorecer a algunos importadores. Cambiar esto constituye un gran reto para los gobiernos.

Actualmente ha habido una gran mejoría en el manejo de estas políticas, esperamos que se continúe de esa manera, independientemente de quienes estén al frente de la administración pública.





# Mejor prevenir y no lamentar.

## ¡El peligro comienza desde adentro!

Usted que está a punto de reclutar nuevo personal o tiene ya empleados existentes, desde personal de servicio doméstico, hasta los más altos ejecutivos en la empresa.

Gran parte de los delitos son cometidos con ayuda intencional o inintencional por personas allegadas a nosotros laboralmente; si no los cometen ellos mismos, encontramos por lo general que pasan información a los malhechores.

**¿Puede Ud. permitirse absolver nuevos empleados sin haber diagnosticado su nivel de confiabilidad personal y profesional?**

La única solución posible es la evaluación previa de las personas, las herramientas a su disposición son el polígrafo y pruebas de integridad personal/laboral.

G. Goldstein & Asociados es una compañía que ofrece: Evaluaciones Poligráficas, Asesoría en Seguridad, Prevención de Delitos e Investigación de Ilícitos.

Para más información consulte nuestra página web:

[www.ggconsultores.net](http://www.ggconsultores.net)



**GOLDSTEIN+ASOCIADOS**  
*asesores de seguridad y poligrafistas*

**Teléfono: (809) 544-0886**

**E-mail: [goldstein@ggoldstein.com.do](mailto:goldstein@ggoldstein.com.do)**

CERTIFICADOS Y RECONOCIDOS POR LA ASOCIACION AMERICANA Y LATINO AMERICANA DE POLIGRAFISTAS (APA - ALP) Y LA ORGANIZACION INTERNACIONAL DE PROFESIONALES DE SEGURIDAD ( ASIS ).





Harina Blanquita,  
la harina con la que se cocina  
el sabor dominicano.

Síguenos en:   



corporación  
multi inversiones



# Energía para el país



**CESPM**

Compañía de Electricidad  
de San Pedro de Macorís

Una de las centrales termoeléctricas más grandes del país, operando en estricto cumplimiento de los requerimientos medioambientales nacionales e internacionales.



**CESPM**

Compañía de Electricidad  
de San Pedro de Macorís

# INTELIGENCIA DE MERCADO PARA EXPORTAR

LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS NO DEBE SER SOLO UN EJERCICIO ACADÉMICO DE HECHOS Y CIFRAS REUNIDAS. UN BUEN ESTUDIO IMPLICA INVESTIGAR LO QUE REALMENTE IMPULSA UN MERCADO Y CÓMO SACAR EL MÁXIMO PARTIDO DE ÉL.

Por  
**Amable Padilla**



---

La “Inteligencia de Mercados” permite a las compañías obtener información usando las fuentes existentes para entender qué está pasando en él, cuáles son las tendencias y cuál el potencial para un producto o servicio.

El proceso de selección de mercados permite al exportador internacionalizar su empresa de forma exitosa mediante una verdadera estrategia que se traduzca en resultados efectivos.

Los beneficios obtenidos por las empresas que se abocan a realizar la investigación e inteligencia adecuada de los mercados a los cuales pueden dirigir sus exportaciones, les ayudará considerablemente a mejorar la competitividad de las industrias exportadoras.

La industria dominicana debe realizar cambios estructurales para poder competir en los mercados internacionales. La globalización conlleva definir claramente qué sectores y productos pueden responder más rápidamente a los mercados y qué oportunidades se presentan. Estos sectores deben aprender a cómo organizarse mejor y cómo sacar provecho a las interrelaciones con sus suplidores y clientes locales e internacionales. La realización de la correcta inteligencia de mercado se traducirá en mejoras en el nivel de exportaciones de la industria doméstica, mejoras de los salarios a través de toda la cadena de valor y una mayor sostenibilidad a la industria.

Como todos sabemos, los encadenamientos de los diferentes entes productivos son un instrumento esencial para impulsar la competitividad de las industrias en nuestro país, por lo que constituyen junto con el incremento de las exportaciones, uno de los ejes estratégicos de la Política Industrial Dominicana.

El comercio internacional implica el tránsito de bienes entre diferentes regiones del mundo, por ello la Organización Mundial de Aduanas – OMA- implementó en 1973 la clasificación arancelaria como un sistema universal de designación de mercancías para facilitar los intercambios comerciales a nivel internacional, otorgando un código numérico único de 10 dígitos a cada producto comerciable.

En este contexto de mercados internacionales, la inteligencia de mercados, se llevará a cabo mediante la recopilación y análisis de información cualitativa y cuantitativa. En la actualidad el internet es una herramienta muy útil en la investigación, ya que facilita el acceso a la información, disminuye los tiempos, anula las distancias y los costos de transportación, cabe mencionar que para tener una mayor certeza sobre la información que se maneja, se recomienda que esta provenga de fuentes oficiales o de empresas que tengan un reconocimiento mundial.

El objeto de la información cuantitativa es determinar el tamaño del mercado en términos económicos y demográficos; y las posibilidades económicas de los consumidores, determinar la oferta exportable, el tamaño, la dinámica de crecimiento, las tendencias de mediano plazo y

la composición de la competencia. ¿Qué informaciones debemos considerar? Condiciones de acceso, información de comercio exterior, información socio económica, canales de distribución logística, entre otras.

La recopilación de esta información suele ser sencilla y le ayuda a entender cómo funciona un mercado. El elemento más valioso de la inteligencia de mercados en el exterior es toda la información acerca de “el sentir del mismo”. ¿De qué manera su producto o servicio puede entrar y competir en el entorno en el que va a hacer negocio?

Además, también se podrán visualizar los precios internacionales a los que se exporta el producto y mediante la comparación del precio de exportación que maneja la empresa y el internacional, se podrá saber si la empresa en cuestión es competitiva en el comercio exterior.

Por otra parte, la investigación de mercados permitirá conocer las tendencias así como los gustos, preferencias, ubicación, clase social, educación y ocupación del consumidor. Saber el tratamiento arancelario y no arancelario que recibe el producto de origen en el país de destino.

Una vez identificados los países que demandan el producto, los precios, los gustos y preferencias de los consumidores, se podrá identificar el nicho de mercado que le corresponde al producto en cuestión y así buscar satisfacer la demanda de los consumidores, mediante las adecuaciones necesarias que necesite el producto de acuerdo a los gustos de esta población en específico. En conclusión, podrá determinarse el tipo de producto que debe fabricarse o venderse, en base a las necesidades manifestadas por los consumidores, durante la investigación de mercados.

En síntesis, una herramienta esencial para la toma de decisiones y acciones correctas, disminuir el tiempo y tener un mayor éxito en el comercio internacional, o de exportación es la investigación de mercados.

Para concluir, hemos de señalar que el éxito de una política centrada en el fomento de las exportaciones, a través de los enlaces y encadenamientos sectoriales, se logra con el desarrollo de esos potenciales mercados exportables. Esto abre posibilidades para que las pequeñas, medianas y grandes industrias se inserten en el mercado internacional, aumenten las exportaciones y el valor nacional de nuestras exportaciones, se eleve la calificación de la mano de obra nacional y se generen empleos formales y de calidad.



# ✓ CACAO DOMINICANO: ÚNICO EN EL MUNDO

Recientemente la Asociación de Industrias de la República Dominicana (AIRD), el Cluster Dominicano de Cacao y sus derivados y la Oficina Nacional de Propiedad Industrial (ONAPI), con el apoyo financiero del Consejo Nacional de Competitividad (CNC) y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), culminaron el proceso de construcción de un sello de indicación geográfica para el cacao dominicano, que abre nuevas posibilidades tanto al agro como a la industria nacional.

Las indicaciones geográficas (IG) identifican un producto como originario de un territorio determinado, cuando la calidad, la reputación u otras características apreciadas se pueden atribuir a su origen geográfico.

Las indicaciones geográficas son, además, derechos de propiedad intelectual que permiten la protección de nombres de productos considerados únicos por su procedencia territorial, así como a un procedimiento de elaboración tradicional concretamente establecido.

### La IG como herramienta comercial

Esta indicación geográfica está llamada a jugar un papel importante en el desarrollo sostenible y a contribuir a dinamizar económica, social y culturalmente el cultivo del cacao en República Dominicana, beneficiando a más de 30,000 productores rurales, con un importante valor agregado a su producción.

Crea nuevas y mejores posibilidades para el cacao dominicano en los mercados internacionales,

pero también abre puertas para que desde la industria local podamos colocar productos semielaborados y terminados con un valor agregado importante, con un "hecho en RD" que ha de llenarnos de orgullo, satisfacción y una mayor rentabilidad.

Es, por lo tanto, una herramienta comercial que nos permitirá –sea como producto primario o producto industrial– incrementar el valor de nuestras exportaciones al facilitar el diferenciarnos e identificarnos claramente en el conjunto de ofertas que existen en los mercados internacionales.

Los consumidores eligen constantemente y son especialmente sensibles a características de productos que se compran en el campo agroalimentario, por lo cual la existencia de una marca de calidad, como lo es este sello de indicación geográfica, favorece las relaciones productor-consumidor y por tanto, las ventas.

Al ser un "puente" entre los productores y los consumidores, la indicación geográfica contribuye a establecer relaciones más duraderas, a fidelizar mercados, a expandirse hacia nuevos nichos... Por lo tanto, la IG es, para los consumidores, un "garante" de la calidad que esperan. Se trata, en una palabra, de un elemento clave en la reputación del cacao dominicano y esa reputación ha de mantenerse.

En cualquier estrategia comercial la diferenciación es un valor clave, papel que juegan muy bien las IG bien promovidas y mantenidas. Otras ventajas son: la protección contra imitaciones, fraudes y otros usos indebidos, la confianza en el producto, la seguridad.

Es, además, una propiedad colectiva de todos los productores en tanto cumplan con las especificaciones requeridas.

### Una relación de largo plazo

El hecho de que destaque ventajas de la IG no ha de llevarnos a pensar que se trata de algo mágico, sino que se requiere trabajo, esfuerzo mancomunado de productores y del Gobierno y de instancias como el Clúster Dominicano del Cacao, la Comisión Nacional del Cacao que es la instancia reguladora de esta Indicación Geográfica, el Departamento de Cacao del Ministerio de Agricultura que ha de velar por fomentar la asistencia técnica que permita al cacao conservar y fortalecer las características que lo definen...

No se trata de un acto que ha de calar en los consumidores como por generación espontánea, sino que se nos ha dado una herramienta, pero ahora es que hay que trabajar duro para que tenga valor internacional, aprovechando el espacio que ya hemos ganado.

Es un reto para el sector y para el gobierno dominicano el ejercer una protección efectiva de esta indicación geográfica, apoyando su desarrollo, reforzando los beneficios de esta certificación, difundiéndola con orgullo como la mejor del mundo...

Deberá reforzarse la asistencia técnica, pues no basta que el cacao provenga de Sánchez, Monte Plata, Hato Mayor, San Francisco de Macorís u otra demarcación, sino que deberá reunir las características que definen esta IG.

Con la IG del cacao dominicano el nexo entre agricultura e industria también se ve fortalecido, así como el nexo entre industria y desarrollo rural dominicano, pero es una alianza de largo plazo y ese debe ser el compromiso.



# EPICOR

## La Solución más Visionaria y Completa

### Plataforma Tecnológica de Última Generación

## Soluciones de Software de Negocios

Epicor ofrece soluciones de software empresarial para las industrias de manufactura, distribución, venta al detalle y servicios. Ofrece una amplia gama de soluciones puntuales, desde **CRM**, **SCM** y más.

Deje que Epicor inspire la innovación en su empresa. Explore las **soluciones de software** de una empresa de software ERP que ofrece un solo punto de responsabilidad para un rápido retorno de la inversión y un bajo costo total de propiedad.



**EPICOR**  
Business Inspired™

**Softnig**  
Línea de Software Indusnig



[www.epicor.com](http://www.epicor.com)

Ave. San Cristobal #2, Ens. La Fe, Apartado Postal 372, Santo Domingo, Rep. Dom., Tel. 809-565-5518 ext. 240, Fax 809-541-6380

Email: [softnig@indusnig.com.do](mailto:softnig@indusnig.com.do) [www.indusnig.com.do](http://www.indusnig.com.do)



# EL EMPUJE QUE TU EMPRESA NECESITA

Ven aprovecha esta oportunidad  
De poner a rodar tu negocio  
Con cualquiera de estas 6 marcas

MÁS DE

**1204**

**EMPRESAS  
DEL PAÍS**

CONFÍAN EN NOSOTROS



  
**GONOW  
WAY CARGO VAN  
US\$ 9,990**



 **SHINERAY**  
DESDE  
US\$ 10,900

**¡ÚNICA EN SU CATEGORÍA!**  
Garantía 5 años o 100,000 km  
De bumper a bumper  
**TURBO DIESEL**



  
**RANGER XLT  
US\$ 46,990**

**GARANTÍA 3 AÑOS/  
100,000KM**



 **MAZDA**  
**BT-50  
US\$ 29,990**

**K2700/1.CAB  
US\$ 18,550**

**K2700/2.CAB  
US\$ 25,300**



 **K2700**

**JAC HFC 1020  
DESDE  
US\$ 18,550**



 **JAC  
MOTORS**



**ECO  
MOTORS**  
FILIAL GRUPO VIAMAR

Av. John F. Kennedy esq. Máximo Gómez #90 | Tel.: 809 565 3111 | [www.grupoviamar.com](http://www.grupoviamar.com)

Precio en US\$ es pagadero en RD\$ a la tasa de cambio vigente al momento de su compra e incluye todos los impuestos de ley a la fecha. Los modelos ilustrados pudieran diferir de los modelos disponibles en especificaciones y accesorios. Solicite en Grupo Viamar o Dealers autorizados una cotización para mayor exactitud del modelo de su interés.

**GRUPO  
VIAMAR**

Y DEALERS AUTORIZADOS  
Noviembre 2013 Hecho en RD 57

# ZFLA



## UN ESPACIO PARA LA COMPETITIVIDAD

UNA "BURBUJA" EN DONDE LAS EMPRESAS QUE SE INSTALAN ENCUENTRAN TODO LO QUE NECESITAN

LA ZONA FRANCA INDUSTRIAL LAS AMÉRICAS ES DEFINIDA COMO UNA "BURBUJA" DE PAÍS DESARROLLADO EN EL SENTIDO DE QUE LAS EMPRESAS QUE SE INSTALAN EN ESTE PARQUE CUENTAN CON TODOS LOS SERVICIOS QUE REQUIEREN PARA PRODUCIR CON EFICIENCIA, SER COMPETITIVOS, SIN QUE HAYA INCERTIDUMBRES DE ALGÚN TIPO. "SOMOS UN AMORTIGUADOR ENTRE LOS REQUERIMIENTOS QUE TIENEN LAS INVERSIONES QUE QUIEREN REALIZARSE EN REPÚBLICA DOMINICANA Y LAS REALIDADES", SEÑALA LUIS MANUEL PELLERANO, PRESIDENTE DEL PARQUE ZONA FRANCA INDUSTRIAL LAS AMÉRICA (ZFLA).

Por **Milton Tejada C.** Claudia Pellerano, Gerente de Mercadeo y Relaciones Industriales, explica que el parque, creado en el año 1990, abarca un millón de metros cuadrados, tiene ubicada 24 empresas y actualmente genera 12,800 empleos directos y más de 135 millones de pesos mensuales sólo en salarios.

En el recorrido de HechoenRD por el parque fue evidente que se expanden. Al menos dos nuevas naves son construidas para nuevas empresas (y disponen de mucho más terreno para expandirse).

En ese sentido, la ZFLA dispone de servicios requeridos por los inversionistas, para que las deficiencias propias del contexto dominicano no sean transmitidas a los clientes de la zona, que son las empresas. "Debemos ser capaces, por nuestra estructura, de brindarles soporte. Hablamos de agua, de energía eléctrica (somos usuarios no regulados), telecomunicaciones, paisajismo, edificaciones, infraestructura vial, recolección de basura, dispensario médico, estación de bomberos, una cocina industrial, procesos de reclutamiento de los recursos humanos que se requieren a todos los niveles, una estación de Aduanas... así como otros servicios que requieren el parque y las empresas", expresa el presidente de la ZFLA.

La estación de bomberos, por ejemplo, permite responder en corto tiempo cualquier emergencia que los requiera. “Los primero cinco minutos son vitales en un conato de incendio”, afirma Claudia Pellerano.

Llama la atención el hecho de que el Parque centraliza, de acuerdo con las empresas, el reclutamiento de los recursos humanos. En ese departamento trabajan nueve psicólogas a tiempo completo. Esto les permite, en primer lugar, reclutar los trabajadores y empleados que requieren realmente las empresas, pero también permite ubicar un trabajador en un puesto más cercano al perfil con el que llega. “Si una empresa, por ejemplo, tiene que reducir el personal, esta unidad facilita que parte de los queden cesantes sean ubicados”, explica Claudia Pellerano.

Los miles de trabajadores de las zonas francas dominicanas, incluyendo la ZFLA, acceden a tecnologías nuevas y les permite, mediante una curva de aprendizaje, apropiarse de las mismas.

Claudia Pellerano expresa que se siembra una cultura productiva, con estándares internacionales y que la curva de aprendizaje es rápida dada la adaptabilidad del dominicano.

### RSC, un ambiente satisfactorio e impacto social

“Ofrecer nuestros talentos y capacidades a favor de la solución de problemas de terceros que ellos, por si mismos, no podrían lograr”, es una breve definición de Responsabilidad Social Corporativa que hacen los Pellerano.

Esto se manifiesta hacia adentro en múltiples procesos y acciones. Por ejemplo, el parque ZFLA ha impulsado una cooperativa para los empleados y trabajadores. Hoy esta iniciativa tiene cerca de 11 mil socios (funciona con unos 20 empleados y tiene unos 300 millones de pesos de capital). “La mayor parte de los empleados no tiene capacidad de acceder a un mecanismo formal de crédito. Con la cooperativa creamos cultura de ahorro, pero también se les ofrece una solución que no está disponible para ellos. La mayor parte de los préstamos van a vivienda, a educación, a algunas emergencias”, explica Claudia Pellerano.

Al hablar de la Unidad Médica, explica que lograron que la Unidad Médica que funciona en el Parque sea pagada por la Tesorería de la Seguridad Social. “No es sólo Centro de Atención Primaria, sino que hay también algunos servicios ambulatorios. Las embarazadas van ahí, los nueve meses, cualquier emergencia se les remite en una ambulancia. Lo disfrutan los empleados y sus familias”. La negociación con los operadores incluye a los empleados y a sus familiares. Entre los servicios especializados se encuentran oftalmólogos, urólogos, ginecólogos...

## QUIÉNES ESTÁN HOY EN ZFLA

### DISPOSITIVOS MÉDICOS

B. Braun  
Cardinal Health  
OSCOR  
Remington Medical  
Carefusion

### CONFECCIONES

Dominican Wolverine  
Wacoal  
Gildan  
Hanes Brands

### MODELO -INYECCIÓN

Plainfield Precision  
TCK  
Caribbean Custom Mold

### LOGÍSTICA

FASTENAL  
International Logistics Solutions  
COPAC  
O. Mustad & Son  
Pacific Global

### ELS

### OTROS SECTORES

Rockwell Automation  
BIOGEN  
EIS  
Jacmel  
KIO-Networks

También las empresas se comprometieron a que tiempo de sus abogados fuera puesto a disposición de los empleados y dependientes para que pudiesen regularizar su situación en el registro civil (hijos sin actas de nacimiento). Una persona sin “documentos” se les dificulta acceder a los servicios y reclamar derechos. “Por eso es que decimos que la responsabilidad social va más allá de la filantropía de donar dinero”, indica Claudia Pellerano.

La cocina industrial prepara alimentos para casi todas las empresas del parque (es gestionada por contrato, lo cual les permite mantener la vigilancia para que la calidad siempre sea la esperada).

Se empeñan, como empresa gestora, en apoyo al sector educativo. En ese sentido apadrinan algunas escuelas, entre ellas tres cercanas. “No mandamos un cheque, mandamos a nuestros ingenieros”, señala Claudia Pellerano. Estos profesionales realizan los estudios correspondientes para dar respuestas a las necesidades específicas.

Apoyan los operativos de “Operación Sonrisa”, ONG internacional cuyo capítulo dominicano se dedica a ayudar, a través de cirugías reconstructivas gratuitas, a pacientes de escasos recursos con malformaciones como labio y/o paladar hendido.

### Una estrategia de éxito

Pellerano explica que las empresas que operan en las zonas francas constituyen una especie de “líneas de alto cambio”. Muy versátiles para responder con rapidez a las demandas de sus clientes.

En ese sentido, las empresas de la ZFLA constituyen un ejemplo de la estrategia definida por la Asociación de Industrias de la República Dominicana en cuanto a competir en “rapidez y flexibilidad”.

ZFLA, un parque que es una burbuja para los inversionistas, pero que es sin embargo una puerta abierta de entrada para generar empleos en República Dominicana y para impactar como compromiso social al país.

# CONOCIENDO EL MUNDO EMPRESARIAL

**ENTREVISTA A PABLO TACTUK,  
DIRECTOR DE LA OFICINA NACIONAL  
DE ESTADÍSTICAS.**

“El que no investiga, no tiene derecho a opinar”, expresa una frase que indica que a la base de la validez del conocimiento económico y social se encuentra la investigación. Conocer las empresas supone investigar ese segmento en múltiples aspectos. Y este es uno de los propósitos de la Oficina Nacional de Estadística. HechoenRD entrevistó a Pablo Tactuk, director de la ONE, que se hizo acompañar de Luis Madera.

**HR:** ¿Qué aporta la ONE al conocimiento de los sectores productivos?

**Pablo Tactuc (PT):** Desde 2009, la ONE viene implementando un sistema continuo de producción de estadísticas empresariales, lo que ha permitido a la sociedad ampliar su conocimiento sobre los sectores económicos que interactúan en nuestra economía.

Dentro de los productos, se encuentra el Directorio de Empresas y Establecimientos (DEE) el cual es un registro exhaustivo de todas las empresas formales que laboran en territorio dominicano, caracterizándolo por: actividad económica, cantidad de empleados, ubicación geográfica (Indica que sirve para la planificación y como base para la selección de las muestras de todas las encuestas económicas nacionales que se llevan a cabo).

**“La calidad, oportunidad, relevancia y actualización de las estadísticas, dependen, directamente, del nivel de respuesta oportuna y completa que provean las empresas en los levantamientos de información”**  
**Pablo Tactuk, director de la ONE.**

Otro instrumento es la Encuesta Nacional de Actividad Económica (ENAE), la única encuesta de alcance nacional que permite medir la situación actual y evolución de los sectores productivos nacionales, al investigar sobre las características estructurales y financieras de las empresas (ingresos, gastos, empleo y remuneraciones, formación de capital, acceso a TIC y financiamiento). Se ofrece información de los sectores de Minas y Canteras, Industria Manufacturera, Electricidad, Gas y Agua, Construcción, Comercio, Transporte y Almacenamiento, Hoteles y Restaurantes y Comunicaciones.

**HR:** Se plantean ustedes algún otro esfuerzo en torno al sector empresarial en estos momentos?

**PT:** Claro que sí. En curso se encuentran dos operaciones de carácter coyuntural, como es el Índice de Precios al Productor (IPP), así como la Encuesta de Ciclo Económico.

El IPP es una investigación mensual que hacen los países sobre los precios, en los lugares de producción, de los principales productos elaborados en territorio nacional. Debe ser la herramienta de ajuste de precios por excelencia de las Cuentas Nacionales y las estadísticas nacionales de producción.

El otro esfuerzo es la Encuesta de Ciclo Económico. Vivimos un entorno de cambios rápidos en la economía, los tomadores de decisión necesitan indicadores cada vez más rápidos para poder planificar efectivamente. Este esfuerzo vendría a llenar esa necesidad de información de corto plazo sobre los sectores productivos. Es una encuesta pequeña sobre volumen de producción, remuneraciones y ventas, trimestrales, que permitirá tener idea clara de la evolución trimestral de la actividad económica nacional.

**HR:** Y la economía como totalidad, incluyendo aspectos como el sector informal...

**PT:** Nos planteamos llevar a cabo por primera vez en el país el Primer Censo Económico Nacional (CEN). Por primera vez se podrá conocer, con carácter de exhaustividad, la cantidad de negocios que existen en el país, incluyendo el sector informal de la economía. Sería un recorrido nacional que levantará información, de todos los sectores económicos, sobre actividad económica, cantidad de empleados, ubicación geográfica, así como ingresos, costos, remuneraciones, entre otras informaciones.

Esta actividad cuenta, desde ya, con el apoyo del Ministerio de Industria y Comercio, que requiere de esta información para que los planes de apoyo a los micro y pequeños empresarios puedan ser lo más efectivos y focalizados posible.

**HR:** Háblenos del vínculo del trabajo de la ONE con sectores económicos específicos, como turismo, industria, agropecuaria, enlaces entre estos...

**PT:** La ONE tiene mucha fe en el desarrollo de alianzas estratégicas entre el Estado y el sector privado. Mantenemos acuerdos de colaboración para mejorar o aumentar la producción de información, con ACOPROVI, para la realización del Índice de Costos Directos de Construcción de Viviendas (ICDV) y ASONAHORES y AIRD, para el apoyo a la ENAE y la realización de estudios a profundidad sobre los encadenamientos productivos entre los sectores Industria y Turismo.

Estos acuerdos nos permiten datos sobre la economía formal (empleo, ubicación geográfica, exportaciones e importaciones, establecimientos, etc. Para el sector agropecuario, por ejemplo, se produce información anual sobre variables como áreas sembradas y cosechadas y volumen consolidado de producción de principales rubros agropecuarios.

**HR:** Retos y desafíos

**PT:** Tenemos por delante los retos del Censo Agropecuario y del Censo Económico. Entre los desafíos más importantes podemos mencionar la realización de la Encuesta de Ciclo Económico, así como incluir los sectores de educación, salud y actividades de apoyo a la empresa en la ENAE. También es un desafío el producir información económica desagregada a nivel sub-nacional.



**Pablo Tactuc**  
Director de la Oficina Nacional  
de Estadística

**No hay que tener temor  
Como todo lo que  
investiga y publica la  
ONE, la información  
suministrada estará  
protegida por el  
Secreto Estadístico  
consignado en la Ley  
5096 sobre Estadísticas  
y Censos Nacionales,  
que no permite  
dar información  
individualizada, sólo  
agregada en forma de  
estadística.**

### **Las estadísticas en la toma de decisiones públicas y privadas**

“El desarrollo de operaciones estadísticas que desembocan en una base de datos con potencial de proveer información útil para la toma de decisiones es un elemento de importancia capital de cara a la planificación efectiva tanto de las instituciones estatales como las del sector privado”, indica el director de la ONE.

Señala que las estadísticas se tornan clave para que los planes y políticas sean exitosos, bien enfocados y con un uso eficiente de los recursos escasos de la población. “Esto, inevitablemente, redundará en un impulso al desarrollo de los sectores productivos”, afirma.

“Por ejemplo, la ENAE contiene información sobre acceso y principales obstáculos enfrentados por los empresarios para la obtención de financiamiento. Si el gobierno quiere, como ahora, apoyar las MIPYME con financiamiento a bajo costo, contar con esta información le permite saber hacia dónde, por cuál vía y mediante cuáles canales de promoción es más conveniente encaminar la política”, indica Tactuc.

En el caso del sector empresarial, Tactuc asegura que sus decisiones de negocios mejorarían “al contar con información pública de calidad y, prácticamente, sin costos”. Un ejemplo es el Directorio de Empresas y Establecimientos. “Esto, para una empresa que esté tomando la decisión de hacia dónde le conviene más expandirse es muy valioso, dado que puede tener una idea de dónde hay menos oferta de los productos que comercializa o dónde es más eficiente encontrar la mano de obra necesaria. Si además, esta información la complementa con la proveniente de nuestras encuestas socioeconómicas de hogares, puede conocer la dimensión y características del posible mercado de consumidores de cada zona del país”, asegura.

### **Un llamado al sector empresarial**

Para Tactuc es muy importante que todos los actores sociales y, entre ellos, el empresariado, conozcan y utilicen la información con que cuenta el país mediante la ONE y el Sistema Estadístico Nacional.

Sin embargo, además de usuarios, los empresarios juegan el papel de informantes clave del sistema, el cual es muy importante.

“Si las empresas no responden a las visitas y llamadas para el DEE, el Censo Económico y las encuestas, no es posible contar con todo este valioso recurso de información que hemos comentado. La calidad, oportunidad, relevancia y actualización de las estadísticas, dependen, directamente, del nivel de respuesta oportuna y completa que provean las empresas en los levantamientos de información”, señala.

Es un axioma muy simple: “la calidad de la estadística agregada comienza con la calidad de la información que se le entra al sistema. Si entra mala información, no hay programa estadístico que permita obtener buenas estadísticas económicas que reflejen la verdadera realidad de nuestro mercado”.

Indica que la ONE está convencida de que el éxito de sus operaciones descansa, en gran medida, en las alianzas como las mencionadas anteriormente con la AIRD, ASONAHORES y ACOPROVI.

“En este sentido, por favor, abran la puerta a los encuestadores identificados de la ENAE, del IPP y del DEE y, el año que viene a los empadronadores del Primer Censo Económico Nacional”, concluye.

# Nuestro compromiso es **PROMOVER EL DESARROLLO.**

El trabajo que hoy realizamos está destinado a impulsar la calidad de vida de los dominicanos. Que las comunidades que rodean el proyecto puedan disfrutar de un crecimiento sostenible, aún después de finalizada nuestra gestión minera, es nuestro mayor legado.



Empleo rotacional

  
**BARRICK**  
PUEBLO VIEJO



# INNOVACIÓN INDUSTRIAL: **UN PROGRAMA EXITOSO**

El programa de Innovación Industrial Compitiendo en Flexibilidad y Rapidez impulsado por la Asociación de Industrias de la República Dominicana (AIRD) desde el año 2008 ha llegado a su fin en octubre de 2013.





Este proyecto, que sirvió para constituir tres clústeres en las áreas de productos plásticos, productos de belleza y cacao y sus derivados, es un ejemplo de lo que es posible lograr si existe esa articulación entre el sector público y privado, a lo cual se suma el apoyo de un organismo internacional como lo es el BID-FOMIN.

El reto mayor, para la AIRD, lo ha sido el incremento de las exportaciones en condiciones competitivas. Los clústeres son una herramienta ideal para implementar una estrategia que permita a las empresas su internacionalización, la colocación de sus productos en los mercados internacionales. Son procesos que requieren que las empresas, la administración pública y el resto de los agentes avancen cada día más hacia mayores niveles de cooperación.

La capacidad de actuar juntos, coordinándose o complementándose, permite a las empresas incidir en el entorno y lograr ventajas competitivas que aquellas que trabajan de manera aislada no pueden acceder. Además, competidores tradicionales se convierten en cooperantes entre sí, de cara a objetivos y procesos.

El proyecto de Innovación Industrial ha permitido, sobre todo, unidad. La unidad que hemos llamado asociatividad, cooperación y confianza entre las empresas, sin dejar de ser competidores.

En el caso del sector de productos plásticos, existen dos ejemplos de lo que ha significado la unidad, la asociatividad. Por un lado, en conjunto han participado en un rico proceso de capacitación en un sector de constante innovación y, por el otro, han formado una organización, la Asociación Dominicana de Industrias del Plástico -ADIPLAST, que representa y defiende los intereses del sector.

En el clúster de cacao, los eslabones de la cadena fortalecieron su unidad en una visión de ganar-ganar que centró mucho en el primer eslabón, el de los productores, con la conciencia de todos de que una cadena es tan fuerte como su eslabón más débil y que es ahí, con los productores, en donde se requiere ahora hacer más esfuerzos, sin descuidar los temas de la comercialización y la industrialización, sobre todo generando nuevos productos. Ha sido un compromiso con la calidad y la productividad.

En el sector de productos de belleza, asociatividad significó que pequeñas y grandes empresas se acercaron a procesos conjuntos, que un conjunto de ellas busca una marca que les distinga, que avancen hacia cada vez mayor calidad.

El proyecto contribuyó en áreas como desarrollo de productos, estrategia de proveedores, mejora de procesos, internacionalización, mejoras tecnológicas, incremento de capacidades de los recursos humanos de las empresas... entre otras que consideramos clave para la instauración de una cultura exportadora.

Estos clústeres tienen vida propia, independientemente del programa, aunque se deberá seguir trabajando en su sostenibilidad financiera para garantizar su permanencia y desarrollo.

Se han tendido puentes entre empresas y entre sectores, se han sentado en la misma mesa competidores que alguna vez pensaron que no era posible, han pensado juntos, han compartido información y capacitación e incluso vislumbran la posibilidad de negocios conjuntos en un futuro no muy lejano. Es un resultado de este proyecto. En síntesis, confianza y capacidad de trabajo conjunto son dos de los logros intangibles importantes del proyecto.

Aunque las industrias de estos segmentos productivos fueron el núcleo del proyecto, el mismo no hubiese sido posible sin el apoyo de otras instituciones, empezando por el propio BID-FOMIN y siguiendo por el Consejo Nacional de Competitividad (CNC) que confiaron en la Asociación de Industrias como ejecutora del más grande proyecto de apoyo al sector privado que haya tenido dicho organismo en el país.

Gracias a este programa, ya tenemos la certeza como país de que los clústeres son una herramienta de éxito y competitividad para las empresas. Lo que ha quedado demostrado por el crecimiento de las exportaciones, pues en los últimos cuatro años, el sector de plástico creció 76%, el de belleza un 45% acumulado y finalmente cacao creció un 13%. Por encima del promedio de crecimiento de las exportaciones de otros segmentos de la industria local.

Exportar, se trate de grandes, medianas o pequeñas empresas, es el camino para hacer crecer a nuestra industrias y eso se puede lograr a través de los clústeres.



# AGRIFEED

## EXPLORANDO LOS MERCADOS DEL CARIBE

Las exportaciones forman parte de la identidad de una empresa cuando esta sostiene ventas al exterior por períodos prolongados, se expande en los mercados a los que accede ganando preferencia entre los consumidores y sus ejecutivos se muestran apasionados por el próximo embarque. Entonces puede afirmarse, con seguridad, “es una empresa exportadora”. Este es el caso de Agrifeed.

Mario Cabrera, presidente, y Rodrigo Vitiénes, vicepresidente, indican que se trata de perseverancia. Es lo que ha permitido que la empresa exporte, en los últimos nueve años, un promedio de 25.9% de su producción. En el 2012-2013 las exportaciones significaron el 40% del total de su producción. Este resultado del 2013 fue posible gracias a un acuerdo logrado con Venezuela, aprovechando el acuerdo de Petrocaribe. “Sólo el mes pasado enviamos un total de 350 contenedores a este destino. Esto fue una lucha, dos años buscando ese acuerdo, hasta lograrlo”, expresa Vitiénes.

Otro ejemplo de perseverancia fue el convenio logrado para exportar hacia Cuba. “Pensábamos que se trataba de exportar uno o dos años, que iba a ser temporal, y ya te-

nemos 15 años”, explica Rodrigo, quien afirma que hay mucha satisfacción en los clientes.

Además de Cuba y Venezuela, exportan a otras islas del Caribe como Curazao y Aruba.

En sus proyectos se encuentra uno que constituye un desafío: vender alimentos a Puerto Rico y a la zona Suroeste de Estados Unidos. “Estamos completando todas las certificaciones para cumplir con todas las normas que se requieren en Estados Unidos, una vez que completemos, comenzamos”, precisa Vitiénes.

Agrifeed ha ganado en tres ocasiones el reconocimiento otorgado por la Asociación Dominicana de Exportadores (ADOEXPO) al Agroexportador del año. Es, además, una industria “enlazada”. Adquire localmente afrecho, salvado de arroz, sorgo. “Le compramos a Maicera, a César Iglesias, al grupo Molinos Modernos

Se enfoca en la producción de alimentos balanceados para todo tipo de animales, tales como aves, caballos, ganado, cerdos, alimento para perros... Sin embargo, Agrifeed complementa su oferta al mercado con importaciones para un segmento muy selecto. “Fabricamos muy buen alimento para mascotas, pero hay otros que prefieren una marca importada”, explica Mario Cabrera.

Año Fiscal	Cantidad TM Total	Cantidad TM Local	Cantidad TM Exportación	Participación Exportaciones
2005	32,464	31,501	963	3%
2006	35,983	35,178	805	2%
2007	59,528	40,782	18,746	31%
2008	58,733	40,017	18,716	32%
2009	52,526	41,125	11,401	22%
2010	63,580	44,544	19,036	30%
2011	56,410	40,059	16,351	29%
2012	55,619	46,853	8,766	16%
2013	88,520	53,072	35,448	40%
<b>Total</b>	<b>503,363</b>	<b>306,452</b>	<b>130,232</b>	<b>25.90%</b>

### Las marcas que producen son Nutrex, dedicada a la exportación y Alicam

En el mercado interno, venden directamente a los granjeros, a mayoristas de alimentos para animales, supermercados, tiendas veterinarias y hasta colmados. “Hay un cambio importante en la cultura de la gente. Antes alimentaban a sus mascotas con sobras, pero sobre todo a nivel urbano compran alimentos para sus mascotas caninas”, señala Cabrera.

¿Es rentable para un granjero adquirir alimentos procesados industrialmente? ¿No sería más conveniente que el granjero mismo hiciese su procesamiento y mezclas? Para Cabrera y Vitienes el alimento balanceado parece más caro inicialmente, “pero cuando uno cría pollos y llega al peso deseado tres días antes, el ahorro se está viendo. Se nota un mayor rendimiento, vendemos calidad y rendimiento”.

Aseguran que muchos han hecho la prueba de intentar abaratar costos produciendo sus propios alimentos, pero los resultados han hecho que retornen de nuevo como clientes a Agrifeed.

### También hay condicionantes

En una industria exportadora que depende de importaciones de materias primas, las condiciones del mercado internacional también afectan. Hace unos años se dispararon los precios de algunos insumos que utilizan, tales como la soya y el maíz. “Nosotros compramos a futuro y podemos mitigar. Nos afecta más el consumo de combustible, la electricidad, el GLP, aunque tenemos un proyecto de utilizar nuestra propia energía”, indica, afirmando que están acudiendo al uso de biomasa.

Otra condicionante tiene que ver con el transporte en el Caribe. Cabrera indica que “hay que aprender a vivir con lo que hay y programarte para ello, igual para la exportación para Haití”.

Vitienes señala que “para Venezuela y Cuba podemos contratar un barco entero, pero en los casos de las islas menores a veces se complica, tenemos clientes que no pueden llenar un contenedor de 20 y no lo queremos perder, entonces hay que ser creativos”. Explica que una vez tuvieron que llenar un contenedor con otros productos, como cervezas, pilones, etc. “para completar la exportación”.

### Cuatro consejos de Don Mario Cabrera y Rodrigo Vitienes

**Primer consejo.** Estudiar el proyecto, en qué te vas a involucrar. Y ser persistente. No aceptes un no como respuestas. Cuando uno cree en algo, siempre hay una forma de lograrlo.

**Segundo consejo.** Nos indica que es necesario cultivar relaciones. Este es un país en donde muchas cosas se resuelven con relaciones y se pueden impulsar alianzas y negocios porque hay relaciones previas.

**Tercer consejo.** Tener buenos asesores. Vitienes señala que, como joven, sabe que hay que buscar el consejo de aquellos que tienen más experiencia. Escucha a los técnicos y gente que tienen en la empresa.

**Cuarto consejo.** Mantén la ética. No debemos hacer nada contra las normas y reglas. “Don Ernesto nos inculcó la rectitud. Hemos perdido muchas oportunidades. Tenemos 89 años gracias a la ética y a los valores con los que hemos vivido como empresa”, señala Cabrera.



# 50 AÑOS DE ASONAHORES

En el año 1962 un grupo de visionarios se reunieron en torno a la idea de formar una asociación sin fines de lucro que representara a los hoteles y restaurantes de República Dominicana. Así se funda el 18 de Junio de 1962 la ASOCIACION NACIONAL DE HOTELES Y RESTAURANTES .

Por  
**Arturo  
Villanueva**

Desde sus inicios asumió el liderazgo del sector turístico privado, actuando ante los organismos públicos y vinculando a este sector con otras organizaciones privadas, y concientizando a la sociedad sobre la importancia que tiene el turismo en el quehacer económico y social del país, así como la principalía del sector hotelero y gastronómico como estructura de servicio y apoyo del turismo.

ASONAHORES ha seguido la evolución del turismo. Ha transformado sus estructuras para acomodarla a los cambios en el sector hotelero y gastronómico y en todo el sector turismo. Inicialmente, la Asociación se centró en los hoteles y restaurantes de Santo Domingo que representaban el grueso del sector. Los años 80 trajeron cambios y el turismo se hizo presente en la Costa Norte y Este y surgieron organizaciones hoteleras regionales. Esto impulsó la evolución de la organización que se convirtió en una federación, acogiendo como miembro a las entidades regionales.

A estas organizaciones se les asignó un puesto en la Junta de Directores y se estableció una división del trabajo mediante la cual ASONAHORES, como ente nacional, se ocupaba de los asuntos globales del sector, y las regionales de las cuestiones particulares de la zona, siempre coordinando sus acciones a través de ASONAHORES y con su apoyo.

En el año 2010, como parte de su evolución, ASONAHORES, y de acuerdo a la demanda de sus miembros y otras entidades ligadas al turismo, introduce un cambio en sus estatutos para convertirse en asociación de hoteles y turismo y acoger en su membresía a todas las organizaciones representativas de los diferentes segmentos del turismo, que se habían creado y puedan crearse como resultado del desarrollo del sector.

Este cambio estatutario y organizacional confirma su condición de entidad empresarial cúpula del sector privado turístico, estableciendo en sus estatutos como objetivo el "promover, defender y desarrollar los intereses y bienestar de la industria hotelera, gastronómica y turística en general", y modificando así su denominación a la ASOCIACION DE HOTELES Y TURISMO DE LA REPUBLICA DOMINICANA, aunque sin cambiar su acrónimo para seguirse identificando como ASONAHORES.

En la actualidad su membresía incluye socios individuales, con un total de 124 hoteles que representan 47,066 habitaciones, representando estas el 80% de la planta habitacional del país y asociaciones representadas en su Junta de Directores, que son la Asociación de Hoteles de Santo Domingo, la Asociación de Hoteles de Boca Chica, la Asocia-

ción de Hoteles de Juan Dolio, La Asociación de Hoteles de La Romana Bayahibe, La Asociación de Hoteles y Proyectos Turísticos del Este Profundo, La Asociación de Hoteles y Restaurantes de Sosua y Cabarete, La Asociación de Hoteles, Restaurantes y Empresas Turísticas del Norte, La Asociación de Hoteles de Santiago, La Asociación de Hoteles de Barahona, La Asociación de Hoteles de Playa Dorada, La Asociación de Hoteles y Empresas Turísticas de Samaná, La Asociación Dominicana de Restaurantes y la Asociación Dominicana de Establecimientos de Comida Rápida. Además, en adición de las dos organizaciones de restaurantes citadas, tienen membresía individual 29 restaurantes. Existe un capítulo de Miembros Aliados conformado por más de 225 empresas que suministran bienes o servicios a los establecimientos hoteleros, gastronómicos y otras empresas turísticas.

Para cumplir sus objetivos estatutarios ha sido participante y propulsora de publicaciones y organiza las dos exposiciones más importantes para el sector turístico. La Exposición Comercial que este año tuvo su Vigésimo Séptima XXVII edición que ofrece una plataforma a empresas suplidoras del sector dándoles la oportunidad de mostrar sus productos. La otra actividad es el Dominican Annual Tourism Exchange (DATE), que es la feria de comercialización del producto turístico dominicano en la que se dan cita las empresas turísticas con sus ofertas y las agencias y turoperadores internacionales interesadas en el producto turístico de la República Dominicana.

ASONAHORES, en sus 50 años ha participado activamente en los temas de interés para el sector, propulsando continuamente decisiones, acciones y legislaciones que impulsan el desarrollo económico de la industria turística, aumentando la generación de empleos y la educación y capacitación de los distintos actores que brindan una sonrisa a quienes nos visitan.

ASONAHORES representa al sector turismo en organismos públicos como la Comisión Aeroportuaria, el Instituto de Formación Técnico Profesional (INFO-TEP), la Junta de Aeronáutica Civil y el Consejo de Fomento del Turismo (CONFOTUR); y también en entidades del sector privado como el Consejo Nacional de la Empresa Privada, CONEP, el Consejo Técnico, que administra los recursos del Fondo del Bienestar Social de los Trabajadores Hoteleros y Gastronómicos, la Asociación de Hoteles y Turismo del Caribe (CHTA), de la Asociación Internacional de Hoteles y Restaurantes (IH&RA) y la Asociación Interamericana de Hoteles y Restaurantes (AIHR). A su vez, en busca de beneficios y mejorías no solo para la industria turística, sino para la República Dominicana, ha sido signataria de distintos acuerdos de cooperación con instituciones internacionales, como es el caso del acuerdo firmado con UNICEF para llevar la bandera y acción en contra del abuso y explotación sexual comercial de los niños, niñas y adolescentes en nuestro país.

### PRINCIPALES SERVICIOS Y BENEFICIOS

- Representación de sus miembros ante los poderes públicos.
- Consultas sobre aspectos legales y regulaciones que afectan el sector hotelero y gastronómico.
- Desarrolla y promueve campañas de imagen y presencia del sector hotelero y gastronómico a nivel nacional e internacional.
- Asesoría sobre legislación comercial, laboral, turística y general.
- Fuente de información y documentación sobre turismo, legislación y otros aspectos de interés comercial.
- Programas de capacitación.
- Boletín informativo.
- Acceso a la base de datos de la asociación.
- Asistencia en la captación de Recursos Humanos, mediante la publicación de posiciones vacantes en los hoteles y empresas miembros.
- Participación en charlas y conferencias.
- Derecho a participar en todos nuestros eventos (Exposición Comercial, DATE, DRVP, WELCOME Punta Cana)
- Canal para la participación en Congresos y Ferias Internacionales de Turismo.
- Intercambio con Asociaciones fratermas internacionales.
- Tramitación de membresía a otras entidades internacionales como la CHTA, IH&RA y AIHR.

### SERVICIOS INFORMATIVOS

- Boletín Noticias ASONAHORES: la Asociación envía el boletín electrónico informativo "FLASH" con noticias institucionales de interés, a toda su membresía, totalmente gratis.
- Indicadores Básicos del Sector Turismo: ASONAHORES es la única institución empresarial nacional que dispone de un informe estadístico mensual para todos sus miembros. Con un departamento dando servicio permanente en el área de estadística.
- ASONAHORES sirve de vehículo informativo para el sector cuando las circunstancias lo ameritan, ya sea para un evento de interés nacional o del sector turístico.
- Estadísticas seleccionadas del Sector Turismo: ASONAHORES prepara una publicación anual de estadísticas contentiva de informaciones sobre el sector hotelero y turístico en general.
- Dominican Republic Vacation Planner (DRVP): es la guía oficial de ASONAHORES realizada a través del Consejo de Promoción Turística (CPT), para promover en el exterior los atractivos turísticos de nuestro país y los hoteles miembros.



## REPÚBLICA DOMINICANA

“Año por el Fortalecimiento del Estado Social Democrático de Derecho”

### SUPERINTENDENCIA DE SALUD Y RIESGOS LABORALES

La SISALRIL se fortalece con la conjugación de un Sistema de Gestión basado en las normas internacionales de calidad ISO 9001:2008, y de seguridad de la información ISO 27001:2005.

Nuestro Sistema de Gestión está sustentado en una política que integra los siguientes pilares:

Mostramos transparencia en nuestras acciones.

Damos respuesta oportuna y satisfactoria.

Garantizamos la provisión de la tecnología.

Procuramos la mejora continua de nuestros procesos.

Contamos con la competencia de nuestros recursos humanos

Cumplimos con los compromisos que nos dictan las leyes y otras normativas.

#### Contamos con:

Oficina de Libre Acceso a la Información Pública

Sistema 311 de Atención Ciudadana

Oficina de Atención al Usuario

Carta Compromiso al Ciudadano



Tu protección es nuestra misión

---

# NUESTRA NATURALEZA ES RICA

---

GRACIAS POR CONFIAR EN NOSOTROS  
Y POR AYUDARNOS A CONSTRUIR  
UNA VIDA MÁS RICA PARA TODOS.



# FUTURO, ENERGÉTICO

Por  
**Carlos  
Valiente**

29 Agosto 2013  
Condición en la  
que Escribe

El tema energético representa uno de los pilares del desarrollo de nuestro país. El Gobierno ha presentado lo que ha llamado “Plan integral del sector eléctrico” bajo la responsabilidad de la CDEEE. Es un plan que considera como una propuesta de solución definitiva de la crisis que sufre el sector. Las actividades y procesos que se presentan en esta propuesta deben de ser presentados como cualquier solución altamente efectiva, es decir, un compromiso de ejecución, una información clara y de acceso público y sobre todo una declaración de lo que sería la factibilidad y recuperación de la inversión en el sector eléctrico.

Nuestro sector eléctrico posee muchos aspectos que requieren monitoreo constante, ya que sin su mejoría seguiríamos careciendo de un sistema de gestión económicamente eficiente. Además, el pretender mantener un sistema de subsidio promoviendo el consumo no es sostenible en el tiempo, por tal razón debemos de incentivar el control de pérdidas con la medición y gestión.

Las medidas de este plan integral deben tener unos objetivos calendarizados, que permitan ir estableciendo sus avances. Esta ruta crítica de las actividades debe ser supervisada por todos los agentes del sector, así como por los grupos de opinión que incidan en el sector.

En términos de inversión nuestro sector eléctrico requiere, según los organismos competentes, una inversión sobre los \$2500 MMUSD. Este paquete incluye todos los eslabones de la cadena de valor de la industria eléctrica: generación, transmisión, distribución y el usuario final, donde cada quien tiene que realizar su aporte y compromiso para que este plan integral tenga los resultados esperados.

El éxito de este plan integral debe de estar basado en la estrategia planteada por la CDEEE de recuperación financiera de las EDEs. La transparencia y veracidad de la información suministrada por los agentes del sector y el acceso a esta información, jugará un papel especial en la mejora de la credibilidad del sector a nivel internacional, con tal de ser atractivo a posibles inversionistas.

El reforzar la tele medición, medición y la gestión puntual de los usuarios representa un control y reducción de pérdidas y aumento de la cobranza, mejorando el flujo de caja de las EDEs. El servicio al cliente debe de mejorarse, el captar los usuarios que no tienen relación comercial con la empresa distribuidora, una campaña integral contra el robo de energía, entre otras, deben asegurar una transformación de las EDEs que perdure en el tiempo. Para poder cumplir con las metas

del plan de reducción de pérdidas el gobierno dominicano deberá de proveer los recursos financieros que permitan reducir esta brecha.

Para poder enfrentar el robo y conociendo las experiencias que existen en el país, debe de existir una propuesta e implementación de empresas comercializadoras las cuales se encargarían de gestionar pérdidas en los circuitos, siendo empresas privadas que deben de dejar beneficio en base a la reducción de pérdidas.

El sector intermedio de transmisión presenta un Plan de Expansión a mediano plazo, el cual tiene objetivos técnicos y nivel de retorno económico que deben de ser apoyados dentro del marco de un pacto eléctrico.





## “LA VISIÓN MÁS COMPLETA DE UN PACTO ELÉCTRICO IMPLICA MEJORAR TODA LA CADENA DE VALOR”

Esto con el fin de tener un sistema gestionado eficientemente que busque la mejora continua de su infraestructura.

Para lo que es el sector de generación, hay que crear las condiciones de lo que es un cambio de la matriz, optimizando a tecnologías que impacten de manera positiva al desplazamiento del precio marginal del sector eléctrico con varios modelos de inversiones: pública, privada y mixta con un total de 1700 MW que supliría el déficit del sistema, siendo de igual manera relevante para este desarrollo debe de existir un plan continuo dinámico de crecimiento y actualización que garantice anticipación al cambio de la demanda.

La integración de sistemas aislados al SENI, como es el caso de las cadenas hoteleras, mejorarían la competitividad del sector turismo y además reducirían el costo de abastecimiento de dicha demanda.

Incentivar la participación de usuarios no regulados en el mercado eléctrico mayorista dotará al mismo de un mayor nivel de competencia y por lo tanto una mayor dinámica la operación del mercado.

Los usuarios industriales representan una parte importante en el sistema eléctrico nacional ya que su demanda, aporte y participación activa en el sector los coloca en un pacto eléctrico integral como actores relevantes que pueden aportar a un proceso transparente y objetivo que permita la sostenibilidad y desarrollo de la industria eléctrica. La sociedad dominicana será la principal beneficiaria de este desenvolvimiento óptimo.



# LAS ANTILLAS MAYORES NAVEGAN EN TIEMPOS DIFÍCILES

## ECONOMÍAS EN PERIODOS DE TRANSICIÓN Y DESENFUQUES

Por  
**Roberto Despradel**

Los Estados Unidos son nuestro principal mercado de exportación, el 47% del total exportado tiene como destino este bloque continental. Ahora bien, nuestro segundo mercado de importancia recae en la Región del Caribe. Al sumar las islas del caribe, Haití e incluimos a Puerto Rico, abarcan el 25% de todo lo que exportamos. No solo dependemos de lo que suceda en el norte, también nos afecta el desempeño de nuestros vecinos; con 31 millones de habitantes representan nuestro mercado natural, el grueso concentrándose en las Antillas Mayores: Haití, Puerto Rico, Jamaica y Cuba. Lamentablemente el panorama es gris, yendo más allá de la mera coyuntura; el caribe está pasando por un momento de desenfoque.

En Cuba aún no queda claro el esquema ni la velocidad de la transición hacia una economía de mercado. Dependen del oxígeno que aporta Venezuela. Su economía luego de la crisis financiera mundial, crece apenas un 1.5% anual y sus exportaciones dependen de productos primarios como el azúcar, el níquel, el tabaco, el café, pescados y cítricos. Un potencial comprador de nuestros productos, pero las condiciones actuales no son las más propicias.

En Jamaica se aprecia desde lejos que ha perdido su rumbo. No ha podido realizar exitosamente la transición de una economía dependiente del azúcar y la minería, a una de servicios y de productos agroindustriales de mayor valor agregado. Se encuentra sobre endeudada; 55 centavos de cada dólar de su presupuesto se destinan al pago de la deuda. La relación deuda y PBI supera el 100%. La violencia está destruyendo el espíritu empresarial jamaicano. Cada semana se registran reportes de asesinatos. Su sector privado es el primero en señalar la correlación entre la tasa de desempleo de los jóvenes y el aumento de la criminalidad. Con una economía tres años estancada, se torna difícil pronosticar cuáles serán los motores para su crecimiento.

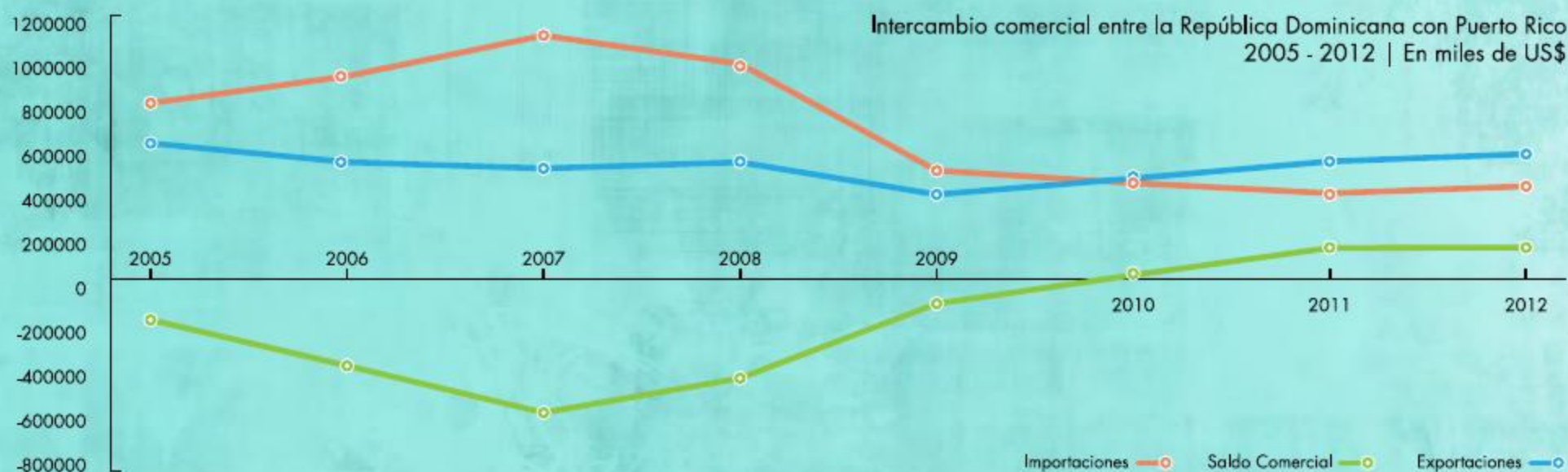


Para Puerto Rico el panorama es similarmente complicado. Desde el 2007 ha tenido crecimientos anuales negativos. Está sufriendo una importante crisis en su sistema de pensiones. La deuda aumenta y la población está en declive, con aumentos en la pobreza y la criminalidad. Puerto Rico recientemente se ha concentrado en desarrollar el sector de servicios, otorgando importantes incentivos fiscales, pero esta transición toma tiempo y la coyuntura internacional no ayuda.

Luego de Haití, Puerto Rico es nuestro segundo mercado de importancia en el Caribe, exportamos en el 2012 un total de US\$570 millones. Mientras en el 2004, fecha en que firmamos el DR-CAFTA, teníamos un déficit comercial con Puerto Rico de US\$200 millones, en la actualidad contamos con un superávit de US\$150 millones. Le vendemos más de lo que le compramos. Sin embargo, en términos de volumen estamos por debajo de los niveles alcanzados en el 2005. Nuestras exportaciones no han crecido, más bien se han diversificado. Lo que si se aprecia es una drástica contracción de las ventas de Puerto Rico hacia nuestro país, reduciéndose a la mitad.

Muchos factores entran en juego para explicar estos cambios, pero todos giran a que Puerto Rico ha dejado de ser un centro de producción de bienes, enfocándose a ser una economía exportadora de servicios. Durante esta transición los puertorriqueños no han querido bajar sus estándares de vida. Esto lo han podido manejar en cierta forma, pero al costo de un sorprende aumento en su deuda pública.

Puerto Rico ha acumulado una deuda de \$70 billones en bonos municipales. Su deuda por habitante es similar a la ciudad de Detroit la cual recientemente se declaró en bancarrota. Hasta hace poco Puerto Rico era una inversión atractiva para sus bonos municipales, con buenos rendimientos libre de impuestos. Pero todo tiene su límite. Este verano se ha ido secando el apetito de deuda puertorriqueña, incrementándose sus tasas de interés. Sus bonos están a un escaño de ser clasificados como bonos basura. Sus rendimientos rondan el 9.4%, cifra más del doble que los bonos dominicanos de similar vencimiento (4.5%). Con una población de apenas 3.7 millones, esto equivale a una deuda por habitante, incluyendo niños y mujeres, de US\$23,000.



Las actuales autoridades están tomando fuertes medidas en el área fiscal, aumentado los precios de servicios públicos, colocando nuevos impuestos y mejorando el cumplimiento, pero los niveles de deuda ya son demasiados altos, con el agravante de que no queda del todo claro cuáles son los sectores económicos que servirán de empuje para dinamizar la economía y hacer frente a estos retos.

Su transición de una economía basada en bienes a una de servicios no se mueve con la fluidez que requieren sus necesidades, reflejándose en una creciente emigración y una baja en las exportaciones.

En lo que respecta a Haití, nuestro principal mercado de exportación en la región y segundo a nivel mundial, luego del terremoto la situación siguiendo altamente precaria. Dependiente de la ayuda internacional y de las remesas. Su economía está creciendo, pero su sustento se basa en las donaciones, y estas irán disminuyendo con el pasar del tiempo. Haití trató hace dos décadas de convertirse en el Hong Kong del Caribe, pero la fragilidad política no los ayudó. Ahora vuelven con un nuevo intento. El Parque Industrial de Caracol al norte de Haití, fondeado con asistencia internacional, y con expectativas de crear 60,000 empleos directos es una apuesta a la manufactura ligera de exportación. Aún es prematuro vislumbrar cual será el modelo de desarrollo que seguirá Haití y muchos menos predecir su desempeño, pero mantenemos los dedos cruzados. Es muy probable que sea aquí, durante los próximos años, donde concentramos nuestra atención en términos de política comercial, diseñando mecanismo que ayuden a facilitar y formalizar el comercio.

Mientras Haití tiene prácticamente la misma población que nuestro país, su economía medida en términos del PBI es apenas un 13% del tamaño de la dominicana.

Así como la economía internacional se ha convertido cada vez más interdependiente e interconectada, de la misma manera se han venido entretejiendo las economías haitianas y dominicanas. Varias empresas extranjeras principalmente en el área textil han desarrollado millonarias inversiones teniendo como objetivo colocar las telas en Haití para de allí realizar las prendas de vestir y exportarlas principalmente al mercado de los Estados Unidos.

Cientos de empresas manufactureras y agrícolas dominicanas exportan sus productos a Haití. Suplimos muchos de los insumos que las industrias haitianas demandan. Empresarios dominicanos ya se han acercado a sus homólogos haitianos, y han creado asociaciones para producir y/o distribuir productos allá. Nuestras empresas constructoras están bien colocadas y tienen un potencial enorme. Nuestro comercio con Haití ha llegado a un punto donde crecerá en la medida que crezca su economía, por ende es para el mejor provecho mutuo que Haití encarrile su rumbo de crecimiento.

En este turbulento mar caribeño hemos sido buenos navegadores. Tenemos debilidades y grandes retos, pero hemos mantenido el enfoque. En el marcador del desempeño económico estamos en la delantera de nuestros vecinos en estos últimos años.

Sin embargo, de mantenerse el actual entorno regional, el caribe no se perfila como el motor de crecimiento para nuestras exportaciones futuras. Puerto Rico, Jamaica, Cuba y Haití, se encuentran encauzados en un pedregoso camino de transiciones económicas, buscando reenfocarse bajo la sombrilla de un mundo globalizado.

Esto debe llevarnos a reflexionar, pues representan la cuarta parte de todas nuestras exportaciones. Cuando las barbas de los vecinos arden, es hora de poner las nuestras en remojo.

Como país hemos apostado a la apertura de mercado y a sus reglas de juego. Hemos ido adecuándonos, pero también hemos venido acumulando déficits importantes en nuestras cuentas externas y en nuestras finanzas públicas.

Si algo nos enseñan nuestros vecinos en que no podemos ser pasivos en términos de políticas públicas en lo que respecta a nuestros sectores productivos. Debemos seguir fomentando políticas industriales activas que asistan a motorizar nuestros sectores primarios, enfocándonos en la productividad, para generar empleos de calidad y divisas vía las exportaciones. Las realidades de nuestros vecinos nos deben empujar a ser más agresivos en la colocación de nuestros productos en la región y en otros mercados, pues como bien nos enseña Puerto Rico, no podemos depender meramente en los sectores de servicios como columna de apoyo para el crecimiento y el desarrollo.



ENERGÍA QUE POTENCIA EL DESARROLLO



# PM4DO



## PHILIP MORRIS DOMINICANA

Ayudamos a seguir mejorando

Reconstrucción de 22 viviendas, letrinas, construcción de un acueducto y capacitación social, 2012.



Construcción de 38 viviendas en Villa Armonía VI, 2008.

Realizado junto a:



## OPINAN LOS INDUSTRIALES

### FELIPE VICINI

PRESIDENTE EJECUTIVO DEL GRUPO VICINI

Fragmento del discurso de Felipe Vicini, presidente ejecutivo del Grupo Vicini, en el primer picazo de Pinewood Indomina Studios

*"Si se logra asociar turismo con el desarrollo de la cinematografía y la producción televisiva lograremos atraer celebridades a la República Dominicana, celebridades que invertirán la adquisición de un segundo hogar en nuestro país y se convertirán en difusores internacionales de las bondades de la República Dominicana y por tanto nuestro país se transforma en un centro de atracción mundial de lo mejor que el género humano puede producir que es creatividad, imaginación, que es una industria que mueve emociones a nivel internacional"*

*... "de manera que esta combinación del Grupo Vicini, Indomina y Pinewood significa calidad, significa desarrollar una industria del entretenimiento, una industria de la cultura, una industria que vinculada al turismo está destinada a transformar la imagen internacional de la República Dominicana"*

### LINA GARCÍA

PRESIDENTA DE AIREN

Fragmento del discurso de Lina García, presidenta de AIREN, durante el lanzamiento del Programa de Fortalecimiento Empresarial PYME

*"La Pymes no solo representan un gran aporte al PIB, también incluyen hermosas historias de vida y desarrollo personal y familiar. En nuestros contactos directos con muchas Pymes de la región, hemos encontrado historias de éxito que nacieron con una idea, con pocos recursos económicos, pero con la determinación de un hombre, una mujer o una pareja emprendedora, que enfocó toda su energía en convertir su idea en empresa"*

*"... es necesario y urgente que cada subsector o grupo de empresarios dedicados a actividades relacionadas superen la dificultad que implica la falta de una visión compartida y objetivos definidos. Es la única manera de alcanzar permanencia y crecimiento sostenido"*

### MANUEL DIEZ CABRAL

PRESIDENTE DEL CONEP

Fragmento del discurso de Manuel Diez Cabral, presidente del CONEP, en la apertura del Índice Socio-Económico

*"Son muchos los retos que juntos debemos emprender, y en el marco de los 50 años del CONEP, reafirmamos nuestro compromiso de seguir aportando a nuestro querido país, de la mano con los diversos sectores de la sociedad, todo cuanto esté al alcance del sector empresarial para lograr un mejor presente y futuro de la sociedad dominicana"*

### LIGIA BONETTI

PRESIDENTE AIRD

Fragmento del discurso de Ligia Bonetti, presidente de la AIRD, en el Desayuno Temático "Importancia de la Investigación, Desarrollo e Innovación (I+D+I) para la industria dominicana y adaptación curricular al sector industrial"

*"Llamo a los empresarios a vivir o seguir viviendo de un modo permanente en una cultura de innovación. No tengamos miedo al cambio, a la innovación. La innovación no sólo es un programa, un plan, una estrategia, es también una actitud permanente de todo empresario que vea más allá del año presente, que vea el futuro suyo y de su empresa"*

### MANUEL ESTRELLA

PRESIDENTE DEL GRUPO ESTRELLA

Fragmento del discurso de Manuel Estrella, presidente del Grupo Estrella, durante la inauguración de Cemento Panam

*"Este proyecto es una demostración de que el modelo implementado desde la revolución industrial, ha sido gramáticamente cambiado por la industria moderna. En la industria de hoy, el componente ambiental y el componente social son tan importantes como el componente económico. Esta es la industria del futuro, porque es el único modelo que garantiza el desarrollo sostenible para todas las partes involucradas"*

### AQUILES BERMÚDEZ

PRESIDENTE DE ADOZONA

Fragmento del discurso de Aquiles Bermúdez, presidente de ADOZONA, durante la inauguración de Expo Cibao 2013.

*"En medio de los grandes desafíos y oportunidades que tenemos como país y reconociendo nuestro pequeño mercado interno, debemos de promover y desarrollar las exportaciones. Para lograrlo debemos de hacer cambios disruptivos a través de acciones contundentes y vía pactos nacionales, como los propuestos pactos eléctricos, del empleo y de educación, para poder y lograr ser un país más competitivo"*

*"El reto más importante que tiene la República Dominicana hoy día es la creación de empleos formales que permitan principalmente a los jóvenes dominicanos ocuparse y promover el desarrollo social y económico de nuestro país"*

### CARLOS EMILIO GONZÁLEZ

PRESIDENTE DE ADOCEM

Fragmento del discurso de Carlos Emilio González, presidente de ADOCEM, durante la juramentación de la nueva Junta Directiva ADOCEM 2013-2014

*"Continuar produciendo el cemento que nuestro país necesita para su desarrollo, sólo podemos lograrlo a través de un trabajo articulado entre el Estado y los demás sectores productivos nacionales que como el nuestro, han demostrado tener la capacidad de invertir, de generar empleos, asumir riesgos y de dinamizar otros sectores que están íntimamente encadenados a nuestra industria"*

---

# CIFRAS

DE LA INDUSTRIA

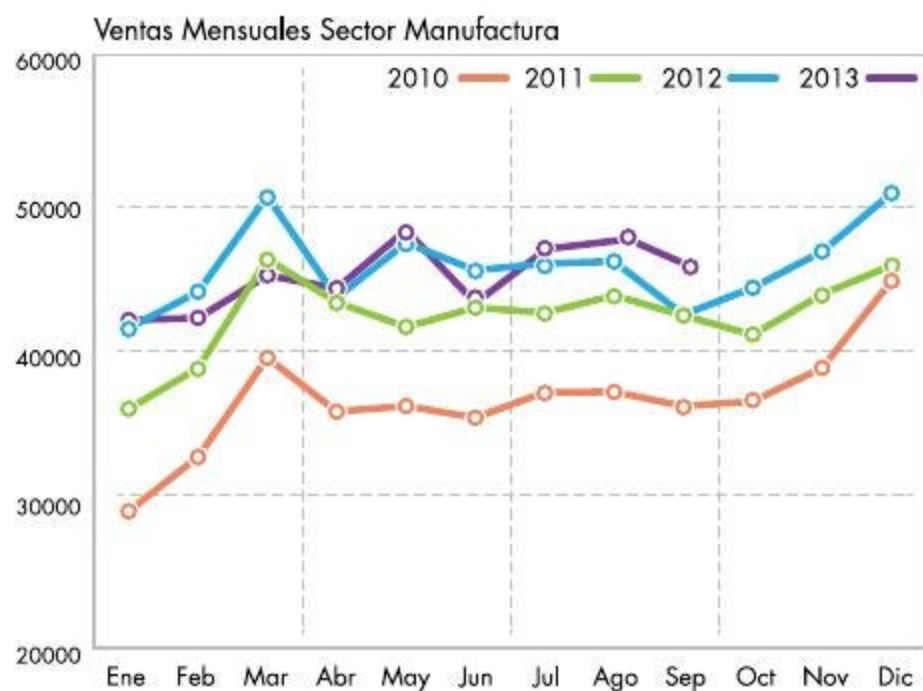
---

## CIFRAS DE LA INDUSTRIA

### VENTAS TOTALES REPORTADAS A LA DGII POR SECTORES - EN MILLONES DE RD\$

Actividad Económica	Enero-Sep.	Variación Ene-Sep. 2012	
	2013	Abs.	%
<b>Agropecuaria</b>	40,934	-655	-1.6
<b>Servicios</b>	1,346,448	47,216	3.6
<b>Industrias</b>	503,272	8,683	1.8
<b>Construcción</b>	53,551	-25,333	-32.1
<b>Explotación de Minas y Canteras</b>	41,809	33,725	417.2
<b>Manufactura</b>	407,912	291	0.1
Refinación del Petróleo	88,582	-2,867	-3.1
Otras Industrias Manufactureras	62,482	263	0.4
Bebidas	49,060	2,939	6.4
Industrias Básicas de Hierro Y Acero	18,350	-959	-5.0
Azúcar	17,203	-1,741	-9.2
Procesamiento de Carne	17,554	1,081	6.6
Aceites y Grasas de Origen Vegetal y Animal	16,013	-811	-4.8
Cemento, Cal y Yeso	15,442	-1,118	-6.7
Sustancias Químicas	16,576	1,499	9.9
Productos Farmaceuticos	16,146	2,275	16.4
Plástico	15,146	-78	-0.5
Productos de Molinería	12,760	198	1.6
Jabones y Detergentes	11,966	904	8.2
Productos Lácteos	9,220	-766	-7.7
Edición, Grabación, Impresión	10,529	-457	-4.2
Productos de Madera, Papel y Carton	7,807	677	9.5
Productos de Tabaco	7,546	204	2.8
Productos de Panadería	3,993	-19	-0.5
Productos Textiles y Prendas de Vestir	4,406	-376	-7.9
Cacao, Chocolate y Confitería	2,907	-134	-4.4
Muebles y Colchones	2,981	-314	-9.5
Productos de Cerámicas	1,076	-44	-3.9
Productos de Vidrio	166	-68	-29.0
<b>Total</b>	<b>1,890,655</b>	<b>55,244</b>	<b>3.0</b>

Incluye ventas nacionales y exportaciones. Fuente: Elaborado por DASA en base a datos de la DGII.



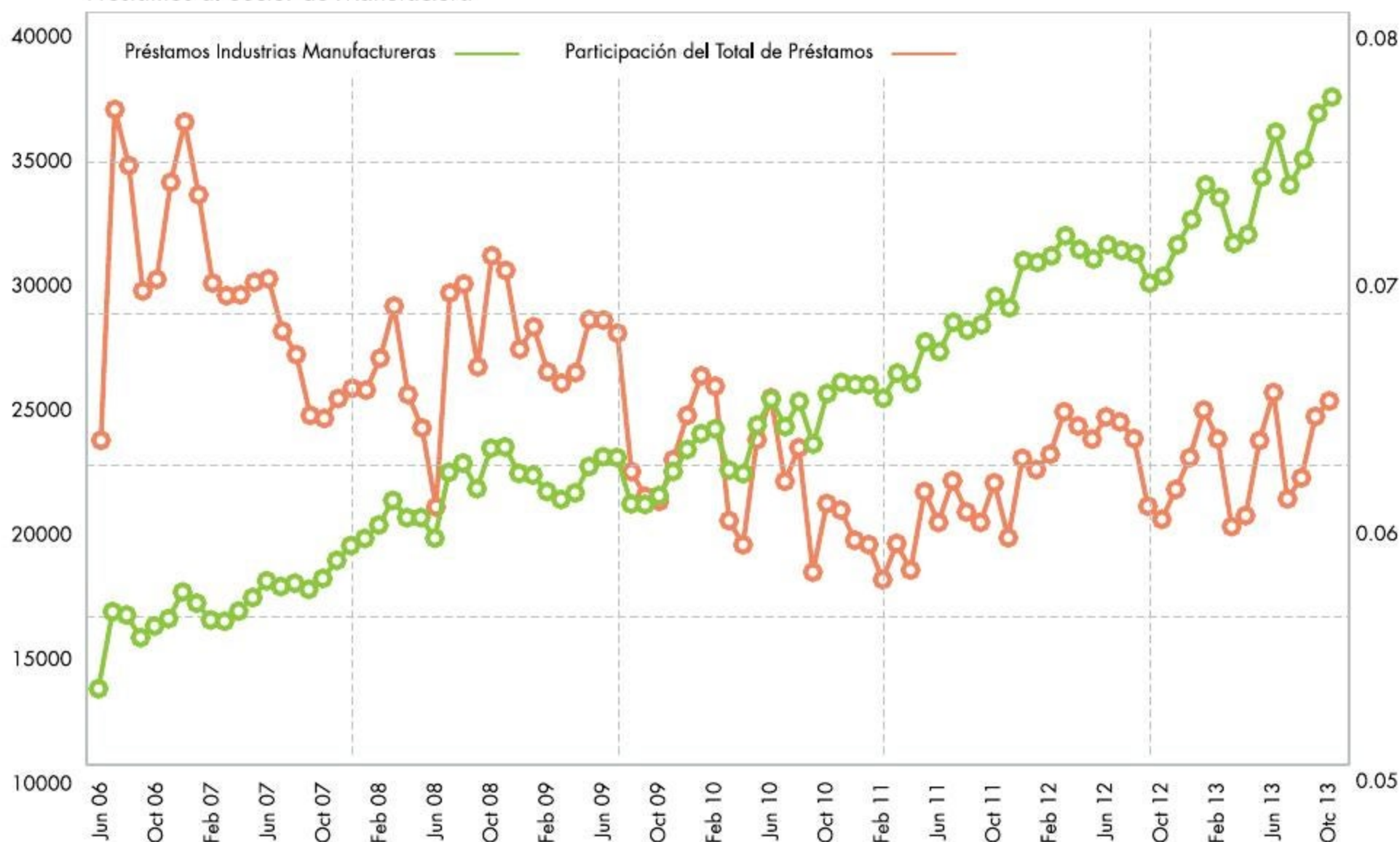


**CARTERA DE CRÉDITO POR DESTINO ECONÓMICO - EN MILLONES DE RD\$**

Actividad Económica	Octubre 2012	Octubre 2013	Variación	
			Abs.	%
Agricultura, Silvicultura y Pesca	23,538	32,009	8,471	36.0
Explotación de Minas y Canteras	1,099	9,215	8,117	738.9
Industrias Manufactureras	29,771	36,961	7,190	24.2
Electricidad, Gas y Agua	5,841	6,585	744	12.7
Construcción	36,771	42,236	5,466	14.9
Comercio al Por Mayor y al Por Menor	99,432	114,958	15,526	15.6
Hoteles y Restaurantes	18,374	23,736	5,362	29.2
Transporte, Almacén y Comunicación	7,889	8,435	545	6.9
Servicios Inmobiliarios, Empresariales y de Alquiler	15,770	14,156	(1,614)	(10.2)
Adquisición de Viviendas	93,739	103,091	9,352	10.0
Servicios Comunitarios, Sociales y Personales	11,104	10,586	(518)	(4.7)
Microempresas	11,531	12,195	663	5.8
Préstamos de Consumo	122,230	138,708	16,478	13.5
Tarjetas de Crédito	29,906	28,661	(1,245)	(4.2)
Otros Préstamos de Consumo	92,324	110,047	17,723	19.2
Resto de Otras Actividades	19,332	17,922	(1,410)	(7.3)
<b>TOTAL</b>	<b>496,420</b>	<b>570,792</b>	<b>74,371</b>	<b>15.0</b>
Consumo de Bienes y Servicios	93,816	109,402	15,587	16.6
Compra y Remodelación de Viviendas	57,049	63,777	6,728	11.8
<b>TOTAL</b>	<b>417,927</b>	<b>528,091</b>	<b>110,164</b>	<b>26.4</b>

Fuente: Superintendencia de Bancos. Fuente: Elaborado por DASA en base a datos de la Superintendencia de Bancos y del Banco Central.

Préstamos al Sector de Manufactura



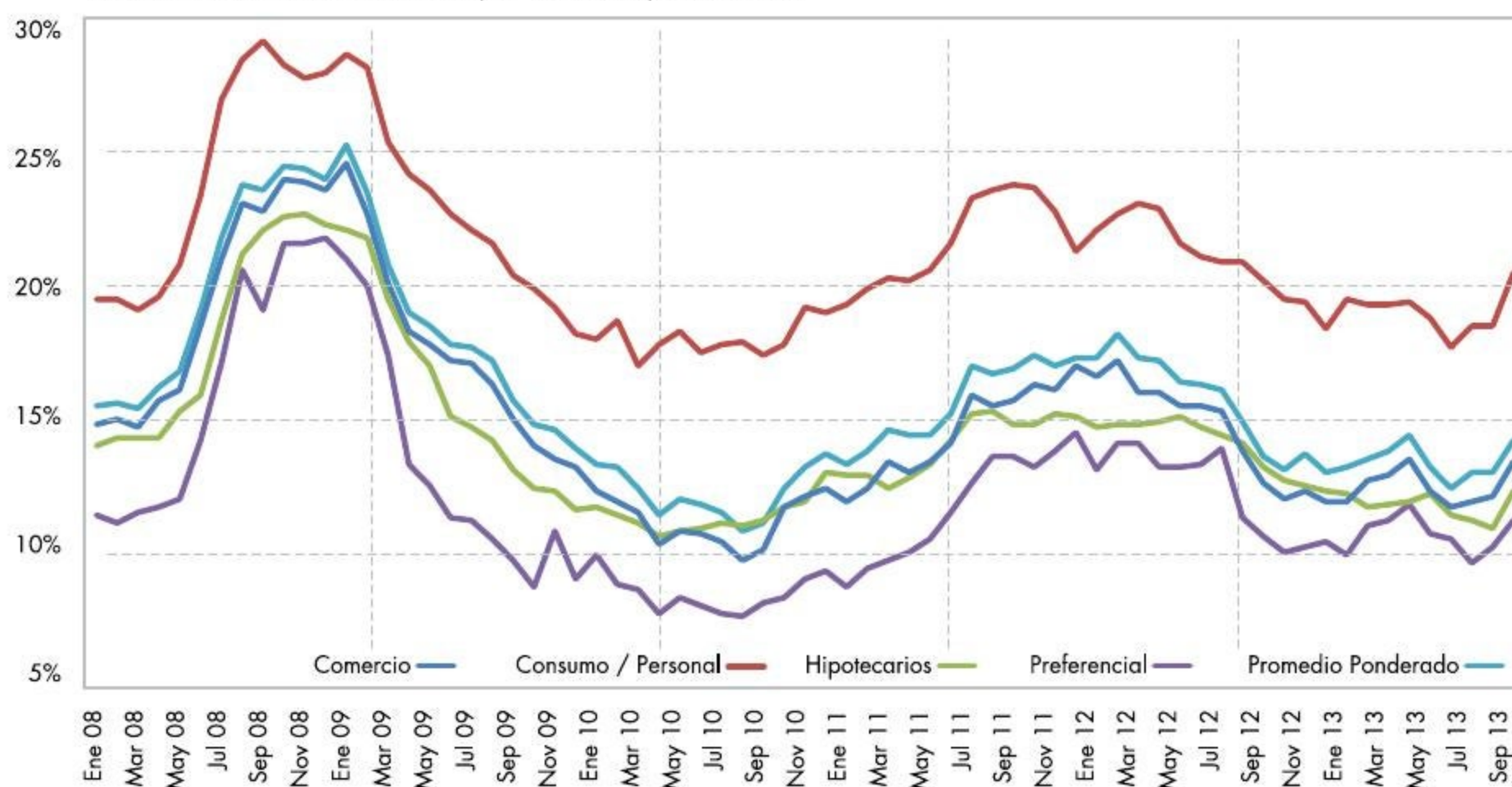
# CIFRAS DE LA INDUSTRIA

## PRINCIPALES GENERADORES DE DIVISAS - EN MILLONES DE US\$

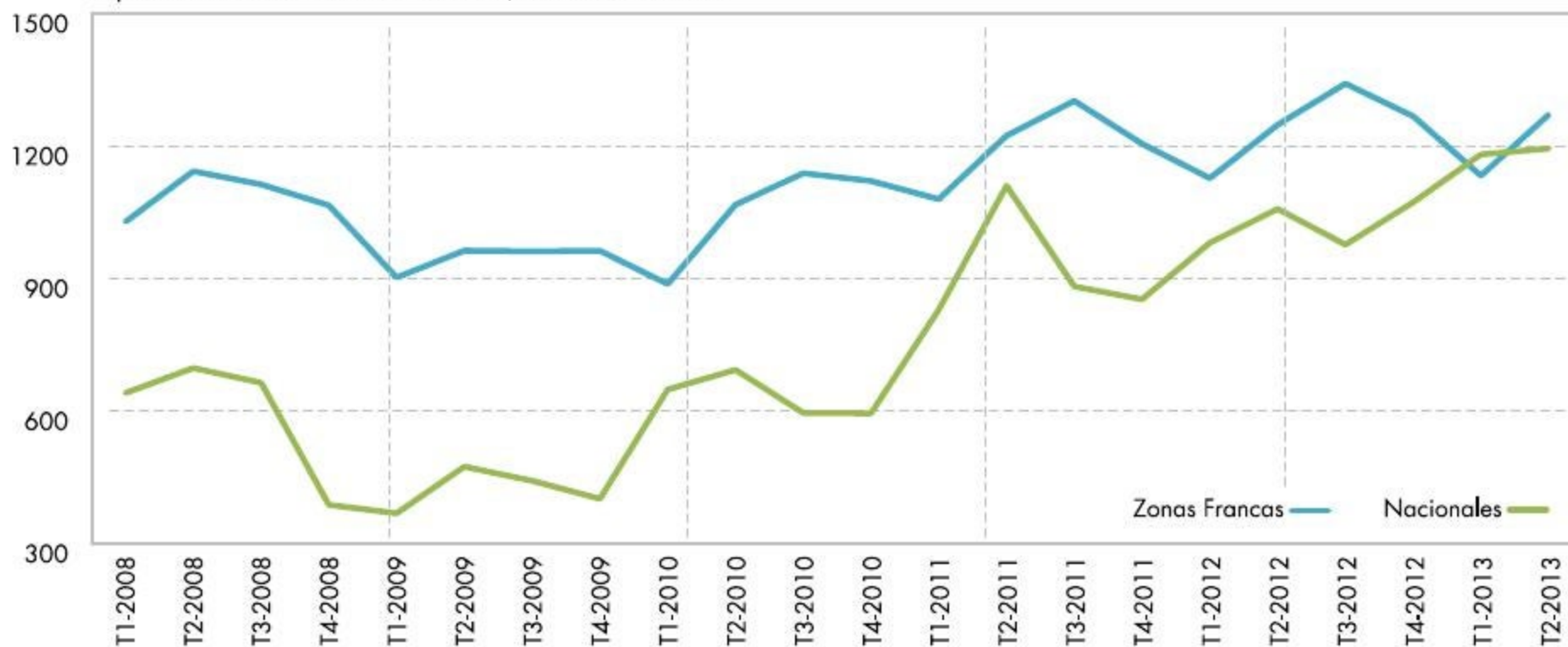
Concepto	Enero - Junio		Variación	
	2012	2013	Abs.	%
<b>En la Cuenta Corriente</b>				
Exportaciones Nacionales	2,040	2,377	337	16.5
Exportaciones Zonas Francas Netas	985	918	-67	-6.8
Ingreso por Turismo	2,553	2,637	84	3.3
Remesas	1,544	1,557	13	0.8
<b>Subtotal</b>	<b>7,122</b>	<b>7,488</b>	<b>366</b>	<b>5.1</b>
Inversión Extranjera	2,288	799	-1,489	-65.1
<b>TOTAL</b>	<b>9,410</b>	<b>8,287</b>	<b>-1,123</b>	<b>-11.9</b>

Fuente: Banco Central de la República Dominicana

Tasas de Interés Activa de Bancos Múltiples | 2008 - Septiembre 2013



Exportaciones Mensuales Dominicanas | 2008 - Junio 2013



Fuente: Elaborado por DASA en base a datos del Banco Central.

**EXPORTACIÓN DE REPÚBLICA DOMINICANA A ESTADOS UNIDOS - EN MILLONES DE US\$**

Productos	A Agosto 2012	A Agosto 2013	Variación	
			Absoluta	%
Aparatos Médicos	430	462	32	7.4
Tabaco	265	322	57	21.5
Máquinas, equipos eléctricos	304	308	4	1.3
Prendas de vestir	505	517	12	2.4
Joyería y Piedras Preciosas	293	241	-52	-17.7
Calzados	151	174	23	15.2
Plásticos	97	103	6	6.2
Azúcar	156	65	-91	-58.3
Fundición, hierro y acero	46	45	-1	-2.2
Cacao y sus preparaciones	66	43	-23	-34.8
Resto	605	513	-92	-15.2
<b>Total</b>	<b>2,918</b>	<b>2,793</b>	<b>-125</b>	<b>-4.3</b>

Fuente: USITC

**EXPORTACIÓN DE REPÚBLICA DOMINICANA A LA UNIÓN EUROPEA - EN MILLONES DE EUROS (€)**

Productos	A Julio 2012	A Julio 2013	Variación	
			Abs.	%
Frutas	137.8	136.3	-1.4	-1.0
Equipos médicos	42.2	49.5	7.3	17.4
Cacao	42.5	42.9	0.5	1.1
Bebidas	38.1	33.4	-4.7	-12.4
Tabaco	20.1	27.3	7.2	35.9
Productos farmacéuticos	30.7	23.4	-7.3	-23.9
Azúcar	0.0	23.2	23.2	102,903.1
Fundición, Hierro y Acero	13.4	22.5	9.1	68.4
Calzados	18.9	14.3	-4.6	-24.5
Prendas de vestir	12.7	10.1	-2.6	-20.5
Químicos Orgánicos	9.4	8.7	-0.7	-7.8
Resto	95.8	109.7	13.9	14.5
<b>Total</b>	<b>461.6</b>	<b>501.4</b>	<b>39.8</b>	<b>8.6</b>

Fuente: Eurostat

# CIFRAS DE LA INDUSTRIA

## ESTADÍSTICAS DE LAS EDES | ENERO - ABRIL 2012

Concepto	Ene-Agosto 2012	Ene-Agosto 2013	Var. %
<b>Cantidad de Clientes Facturados a Agosto</b>			
<b>Total</b>	<b>1,697,343</b>	<b>1,834,612</b>	<b>8.1</b>
Edenorte	623,394	694,477	11.4
Edesur	517,895	546,716	5.6
Edeeste	556,054	593,419	6.7
<b>Compra de Energía</b>			
Compra Energía (GWh)	7,616	7,824	2.7
Precio Medio Compra Energía (USCent/kWh)	17.9	16.8	-6.3
Factura por Compra de Energía (MMUS\$)	1,363	1,312	-3.7
<b>Venta de Energía</b>			
Energía Facturada (GWh)	4,866	5,175	6.34
Precio Medio Venta Energía (USCent/kWh)	20.9	19.5	-6.66
Factura por Venta de Energía (MMUS\$)	1,016	1,008	-0.80
Cobros (MMUS\$)	950	967	1.76

Fuente: CDEEE

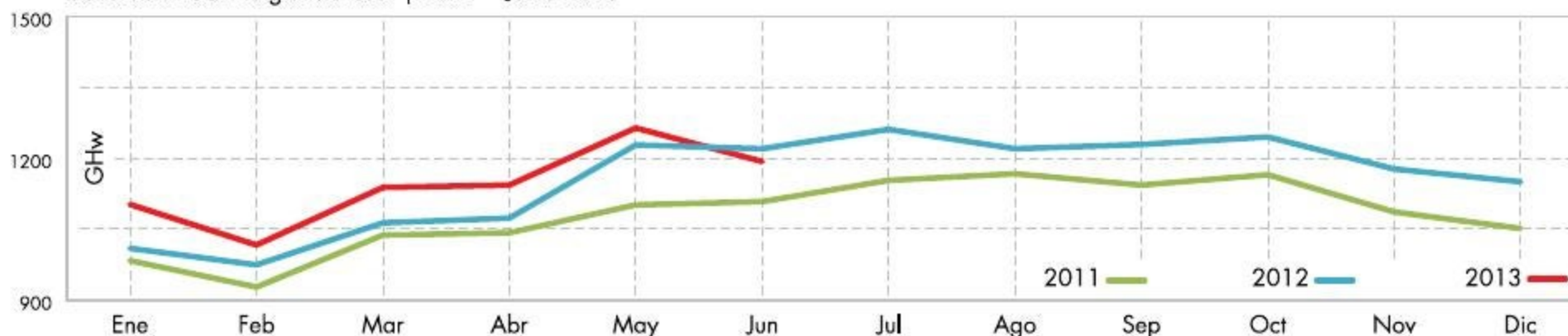
## INDICADORES DE GESTIÓN COMERCIAL | JUNIO 2013

Concepto	Valor	Índice Recuperación Efectivo (CRI) (%)	63.5%
<b>Pérdidas (%)</b>	<b>33.9%</b>	<b>Edenorte</b>	<b>62.0%</b>
Edenorte	36.0%	Edesur	67.5%
Edesur	29.5%	Edeeste	60.3%
Edeeste	36.8%	Disponibilidad Servicio (%)	82.6%
<b>Cobranzas (%)</b>	<b>95.9%</b>	<b>Edenorte</b>	<b>84.6%</b>
Edenorte	96.8%	Edesur	81.7%
Edesur	95.8%	Edeeste	81.5%
Edeeste	95.3%	Edeeste	79.6%

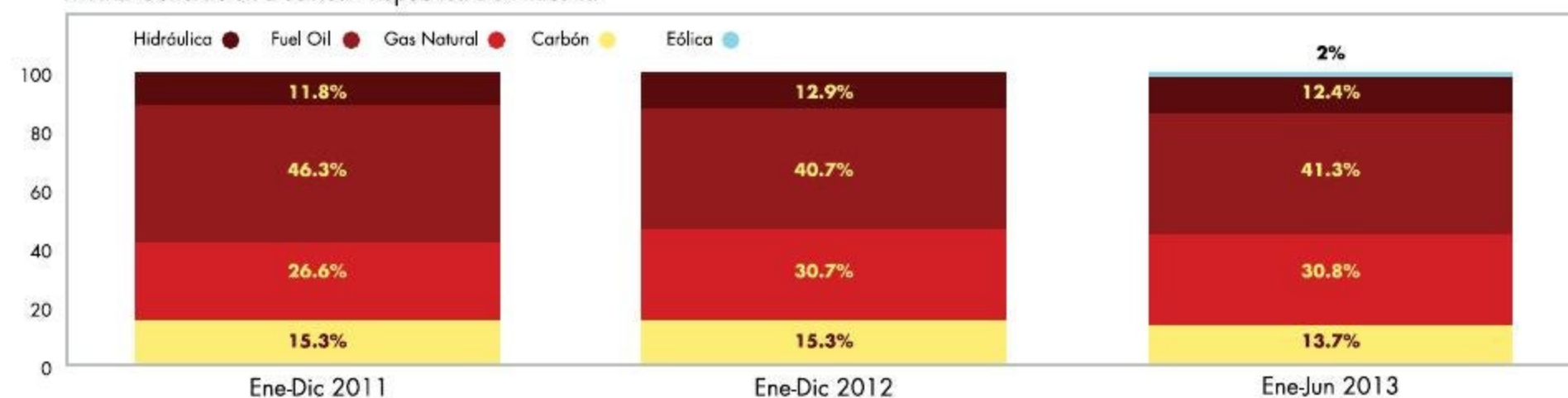
Fuente: CDEEE

Fuente: CDEEE

Generación de Energía Mensual | 2011 - Junio 2013



Matriz Generación Eléctrica - República Dominicana



# NOTICIAS DE LA INDUSTRIA



## INDUSTRIALES Y REPRESENTANTES DEL SECTOR GUBERNAMENTAL SE REÚNEN EN TORNO A LA SITUACIÓN DEL COMERCIO BILATERAL REPÚBLICA DOMINICANA - HAITÍ

La AIRD, conjuntamente con la Cámara de Comercio y Producción de Santo Domingo (CCPSD), la Asociación Dominicana de Zonas Francas (ADOZONA) y la Asociación Dominicana de Exportadores (ADOEXPO), sostuvo un encuentro para tratar el tema de las barreras no arancelarias al comercio a diversos productos dominicanos implementadas recientemente por el gobierno de Haití.

En esta reunión participaron como invitados funcionarios de los ministerios de Relaciones Exteriores y de Industria y Comercio, del Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana (CEI-RD), de la Comisión Reguladora de Prácticas Desleales en el Comercio y Medidas de Salvaguardias, del Centro de Desarrollo y Competitividad Industrial (PROINDUSTRIA) y del Consejo Nacional de Zonas Francas de Exportación.

Se avanzó en identificar posibles soluciones ante las constantes barreras no arancelarias colocadas a productos dominicanos por el Gobierno haitiano.

## RESULTADOS 8VA. ENCUESTA DE COYUNTURA INDUSTRIAL: SEGUNDO TRIMESTRE 2013

En el mes de julio, la AIRD presentó públicamente los resultados de la Octava Encuesta de Coyuntura Industrial, en la cual fueron reveladas como las más relevantes restricciones que afectaron la producción industrial en el segundo trimestre del presente año, por orden de importancia: 1) Costos y suministros de energía eléctrica. 2) Bajo nivel de actividad económica, 3) Carga tributaria, 4) Poder adquisitivo de los consumidores.



## AIRD REALIZA DESAYUNOS TEMÁTICOS CON MINISTROS DE TRABAJO, MEDIO AMBIENTE Y EDUCACIÓN SUPERIOR

En este período, la AIRD llevó a cabo una serie de desayunos temáticos, con la presencia de reconocidas personalidades en calidad de oradores invitados, tratando importantes temas de interés para el sector industrial dominicano.

El primer desayuno temático contó con la presencia, en calidad de oradora invitada, de la Ministra de Trabajo, Lic. Maritza Hernández, quien disertó sobre las "Trabas y desafíos para incrementar el empleo formal en la República Dominicana".

Con el tema: "Nuevas Prácticas Ambientales e Importancia de la Producción Sostenible", fue realizada una nueva edición de nuestros desayunos temáticos, con la participación del Ministro de Medio Ambiente y Recursos Naturales, Dr. Bautista Rojas Gómez, en calidad de orador invitado.

Es el mes de septiembre, fue realizado el desayuno temático con la participación de la Ministra Ligia Amada Melo de Cardona, quien disertó sobre la "Importancia de la Investigación, Desarrollo e Innovación (I+D+I) para la industria dominicana y adaptación curricular al sector industrial".



## AIRD ENTREGA PREMIO GEORGE ARZENO BRUGAL AL PERIODISMO SOBRE LA INDUSTRIA NACIONAL

La Asociación de Industrias de la República Dominicana (AIRD) entregó el pasado mes de junio el Premio George Arzeno Brugal al Periodismo sobre la Industria Nacional, en cuya oportunidad fueron galardonadas las periodistas Cándida Acosta, del Listín Diario en la categoría Prensa Escrita y Angela Sánchez Martínez, de Teleantillas, en la categoría Televisión.

En el marco de este evento, fue otorgado un reconocimiento a la trayectoria y aportes al periodismo económico e industrial al periodista Alex Jiménez, por su permanente esfuerzo por tratar los temas de la industria nacional desde una óptica de su defensa.

El jurado estuvo compuesto por Elena Viyella de Paliza, José Del Castillo, Rolando Guzmán, Fabio Herrera Roa, Mario Cabrera, Fernando Ferrán y Carlos Despradel.

# NOTICIAS DE LA INDUSTRIA



## COMITÉ EJECUTIVO AIRD RECIBE A NUEVA REPRESENTANTE DEL BID EN REPÚBLICA DOMINICANA

El pasado 9 de julio, el Comité Ejecutivo de la AIRD recibió la visita de cortesía de la nueva representante del BID en el país, Flora Montealegre Painter, encuentro durante el cual fueron tratados aspectos de interés relacionados a proyectos y actividades conjuntas, como parte de las relaciones institucionales existentes entre ambas entidades.



## AIRD Y MINISTERIO DE AGRICULTURA FIRMAN CONVENIO PARA LOGRAR CERTIFICACIÓN EN BUENAS PRÁCTICAS AGRÍCOLAS

La Asociación de Industrias de la República Dominicana y el Ministerio de Agricultura firmaron un convenio mediante el cual ambas instituciones unen sus esfuerzos para lograr la certificación en buenas prácticas agrícolas (BPA) en 119 fincas de cacao ubicadas en Altamira, Villa Altagracia, Castillo, Monte Plata y San Francisco de Macorís en el transcurso de seis semanas.



## ENCUENTRO COMITÉ EJECUTIVO AIRD CON EMBAJADORES DE RELACIONES EXTERIORES Y COMISIÓN BILATERAL

Con el propósito de dar seguimiento a las principales acciones de la Comisión Mixta Bilateral de Haití y República Dominicana, así como tratar la situación comercial de ambos países, fue sostenido un conversatorio entre miembros del Comité Ejecutivo de la AIRD y los Sres. César Dargam, Viceministro de Relaciones Exteriores, y Roberto Martínez Villanueva, embajador y secretario la Comisión Mixta Bilateral Domínico-Haitiana (CMB).

## AIRD LANZA BARÓMETRO FINANCIERO INDUSTRIAL

La Asociación de Industrias de la República Dominicana (AIRD), anunció el desarrollo del "Barómetro Financiero Industrial", como un instrumento de medición que permitirá identificar los problemas específicos que están presentando las industrias socias para acceder a financiamiento, así como las fuentes de financiamiento alterno que se están utilizando, el tipo y condiciones de financiamiento al que se está teniendo acceso actualmente, así como necesidades futuras.

## MESA DE SEGUIMIENTO 2DO. CONGRESO DE LA INDUSTRIA DOMINICANA

La AIRD, junto a la Asociación Dominicana de Zonas Francas (ADOZONA), Ministerio de la Presidencia, Ministerio de Industria y Comercio, Consejo Nacional de Competitividad, PROINDUSTRIA y el Consejo Nacional de Zonas Francas, ha continuado trabajando en el cumplimiento de las acciones y estrategias emanadas del 2do. Congreso de la Industria Dominicana, así como en el monitoreo de la política industrial hacia el 2017.



En el mes de noviembre del año en curso, realizaremos el Foro de Seguimiento al 2do. Congreso en el cual anunciaremos, junto a instituciones del gobierno, importantes medidas para el sector industrial.



## CONVERSATORIO REPRESENTANTES DEL SECTOR INDUSTRIAL Y PRESIDENTE DE FEDOMU

El pasado 19 de junio, representantes del sector industrial sostuvieron un conversatorio con el Lic. Juan de los Santos, Presidente de la Federación Dominicana de Municipios, en el cual fueron intercambiados comentarios y las principales preocupaciones sobre temas de interés para el sector, tales como: arbitrios municipales, reciclaje, uso de suelo, el Proyecto de Ley de Pago por Servicios Ambientales y por último, lo referente al Plan de Regulación de Transporte de Carga del Distrito Nacional. Como resultado de la misma, fue dispuesta la creación de un pacto entre ayuntamientos para la regulación de temas de interés y a la vez, creado un Comité Técnico para resolver estos puntos de conflicto.

# NOTICIAS DE LA INDUSTRIA



## AIRD, MISPAS, MIC Y AFAPER FIRMAN CONVENIO PARA LA AGILIZACIÓN EN LA EXPEDICIÓN DE LOS REGISTROS SANITARIOS PARA EXPORTACIÓN

La Asociación de Industrias de la República Dominicana, junto a los Ministerios de Salud Pública y Asistencia Social, Industria y Comercio, y la Asociación de Fabricantes de Productos del Cuidado Personal y del Hogar, firmaron un Memorándum de Entendimiento mediante el cual unen sus esfuerzos para establecer mecanismos de cooperación técnica que fomenten actividades de capacitación en regulación de productos de cosméticos y de higiene.

El convenio tiene entre sus principales funciones, el establecimiento de mecanismos de cooperación técnica entre las partes para el fomento y desarrollo de actividades de capacitación en regulación de productos de cosméticos y de higiene, así como el consenso y aprobación de la normativa complementaria al Decreto No. 246-06 para la regulación de productos cosméticos de higiene en un plazo de noventa (90) días laborables.



## AIRD, AIREN Y EL BANCO POPULAR CAPACITARÁN A LAS PYME DE LA REGIÓN NORTE EN PLANES DE NEGOCIOS, MERCADEO Y FINANZAS

La Asociación de Industrias de la República Dominicana, Inc. (AIRD), conjuntamente con la Asociación de Industriales de la Región Norte, Inc. (AIREN) y el Banco Popular Dominicano, presentó el Programa de Fortalecimiento Empresarial PYME para la capacitación de pequeñas y medianas empresas de la región norte, con el objetivo de impulsar la competitividad del sector. Este programa de formación cubre los ejes esenciales de una buena gestión empresarial. Su desarrollo estará a cargo de la Asociación de Industriales de la Región Norte, Inc. (AIREN) y de la Asociación de Industrias de la República Dominicana (AIRD).



## FORTALECIMIENTO Y PROMOCIÓN DE LAS COMPRAS Y CONTRATACIONES DE BIENES INDUSTRIALES

Como parte del seguimiento a las acciones emanadas del 2do. Congreso de la Industria Dominicana y en el marco de la Mesa de Seguimiento a la Política Industrial Dominicana, la AIRD realizó un Conversatorio este mes de agosto, el cual contó con la participación de la Dra. Yocasta Guzmán, Directora General de Contrataciones Públicas, en calidad de expositora.

En este conversatorio, entre otros asuntos de interés, fueron presentadas las estrategias del gobierno para fortalecer e incentivar las compras y contrataciones de bienes y servicios producidos por la industria dominicana.



## AIRD REALIZA SEMINARIO SOBRE INDUSTRIALIZACIÓN Y NUEVOS MERCADOS DEL CACAO

Para la conclusión de la Consultoría de Industrialización y Nuevos Mercados, ejecutada por la AIRD con apoyo del FOMIN, se realizó el seminario para la presentación de resultados de esta consultoría, en el cual fueron tratados los siguientes temas: nuevos productos de cacao, campaña nacional para el incremento de consumo del chocolate, perspectivas y tendencias del mercado internacional de los derivados del cacao, potencial para República Dominicana, desarrollo de experiencias industriales en la cadena del cacao dominicano y experiencias nacionales en cuanto a industrialización.

# NOTICIAS DE LA INDUSTRIA

## NUEVA ESTRUCTURA DOMINICANA EN MATERIA DE NORMAS TÉCNICAS, CERTIFICACIÓN, EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN

La Asociación de Industrias de la República Dominicana, Inc. (AIRD), como entidad miembro del Consejo Dominicano para la Calidad (CODOCA), participó recientemente en la primera sesión ordinaria del referido Consejo, órgano responsable de formular la política nacional de calidad, dentro del Sistema Dominicano para la Calidad (SIDOCAL). En esta primera sesión del CODOCA se abordaron temas referentes a las directrices generales del funcionamiento y el inicio de operaciones; la ratificación de la propuesta de la estructura operativa del Instituto Dominicano de la Calidad (INDOCAL) y del Organismo Dominicano de Acreditación (ODAC), aprobada por el Ministerio de Administración Pública (MAP), entre otros.



## AIRD REALIZA ENCUENTRO CON EL PROCURADOR GENERAL DE LA REPÚBLICA Y MINISTRO DE INDUSTRIA Y COMERCIO SOBRE TRANSPORTE DE CARGA

La AIRD sostuvo este mes de septiembre dos importantes encuentros, en los cuales participaron el Lic. José Del Castillo, Ministro de Industria y Comercio y el Lic. Francisco Domínguez Brito, Procurador General de la República Dominicana, junto a los industriales cuyas empresas están ubicadas en la Autopista Duarte. El propósito de estos encuentros, fue tratar la problemática e identificar posibles soluciones ante el recién constituido sindicato de transporte que opera en esa zona. En ese sentido, el Procurador General de la República Dominicana exhortó a las empresas que se involucren y acompañen a la Fiscalía en la denuncia de los casos que impidan la libre circulación y tránsito de vehículos y de personas; así como la libre contratación de bienes y servicios.



## ROL DE LAS PYME EN EL SECTOR INDUSTRIAL

Este mes de agosto, la AIRD participó en el Foro Empresarial Impulsa 2013, organizado por el Banco Popular Dominicano, y cuyo objetivo principal es impulsar la competitividad de tan importante sector de nuestra economía. En este Foro participó en calidad de panelista y en representación de nuestra institución, Circe Almánzar Melgen, Vicepresidenta Ejecutiva, cuya disertación estuvo basada en el rol de las PYME en el sector industrial. Para descargar la presentación realizada en este evento.

## FORO PARA EL CRECIMIENTO DEL CARIBE

La AIRD participa activamente, conjuntamente con el MEEPYD, el MOPC y el CNC, bajo el monitoreo del Banco Mundial, en las reuniones de coordinación de la Mesa de Trabajo de Logística y Conectividad del Foro para el Crecimiento del Caribe. Con la implementación de los proyectos identificados en esta Mesa se espera como resultado una mayor planificación de las infraestructuras vinculadas al proceso de importación, exportación y turismo, con el fin de contar con un Plan Maestro para promover y desarrollar zonas de actividad logística en el país.

## INDUSTRIALES LATINOAMERICANOS SE REÚNEN PARA DEBATIR CÓMO APOYAR LA COHESIÓN SOCIAL

La AIRD, como entidad miembro de la Asociación Latinoamericana de Industriales (AILA), participó en el Directorio de esta asociación llevado a cabo en Ciudad México, así como en la tercera edición del World Business Forum Latinoamérica celebrado en ese mismo país.

El programa de este evento contempló la celebración de un foro general en torno a la cohesión social como elemento de integración y generación de desarrollo sostenible, así como tres coloquios sobre el rol del sector privado, las modalidades de complementación público – privada y el desarrollo de encadenamientos productivos como elementos catalizadores de la cohesión social.



# NOTICIAS DE LA INDUSTRIA

## AIRD PARTICIPA EN DISCUSIONES REFORMA EDUCATIVA

La AIRD, como entidad miembro del Consejo Económico y Social (CES), participa junto a instituciones del gobierno en las discusiones y concreción del Pacto para la Reforma Educativa. La Comisión designada por la Presidencia de la República y creada mediante decreto No. 228-13, acordó iniciar la organización de los trabajos y consultas que llevarán a la conclusión del Pacto Nacional para la Reforma Educativa, para lo cual se establece un plazo de tres meses. El Pacto Nacional para la Reforma Educativa es un acuerdo entre los distintos agentes de la sociedad dominicana, para impulsar una serie de acciones que marquen un punto de inflexión en el sistema educativo, de forma que se concreten las reformas necesarias para elevar la calidad, cobertura y eficacia del sistema educativo en todos sus niveles.



## INFOTEP Y AIRD APOYAN TRES NUEVOS CLÚSTERES INDUSTRIALES

La Asociación de Industrias de la República Dominicana (AIRD) y el Instituto Nacional de Formación Técnico Profesional (INFO-TEP), presentaron el Programa de Apoyo al Desarrollo de Nuevos Clústeres Industriales, a través del cual ambas entidades buscan impulsar y contribuir a la mejora de la competitividad del sector industrial exportador dominicano.

Esta iniciativa se propone incidir en el aumento de la competitividad de la industria nacional en los segmentos de: Papel, cartón e industria gráfica; Pastas y galletas alimenticias; y Jabones y detergentes.



## AIRD Y PROINDUSTRIA BUSCAN OBTENER HERRAMIENTAS PARA FORTALECER ENCADENAMIENTOS PRODUCTIVOS

En un conversatorio auspiciado por la AIRD y PROINDUSTRIA, fueron expuestos los avances de una investigación titulada "Mejores Prácticas Latinoamericanas de Encadenamiento Productivo", el cual recoge las experiencias de Colombia, Costa Rica, Chile, Brasil y otros países de la región en materia de promoción de políticas y programas relacionados a los enlaces industriales, y el cual está a cargo de la consultora externa, Lynette Batista, experta en temas del sector industrial.



## AIRD PARTICIPA EN SEMINARIO SOBRE LEGISLACIÓN DE TRANSPORTE

Este mes de agosto, la AIRD participó en el Seminario organizado por la AMCHAM titulado: "Legislación sobre tránsito y transporte: Impacto en el desarrollo económico y social de la República Dominicana", el cual contó con la participación de Circe Almánzar Melgen, Vicepresidenta Ejecutiva de la institución, en calidad de panelista. El objetivo de este evento fue conocer el impacto económico y social provocado por la falta de un marco legal moderno y adecuado de planificación, regulación, fiscalización y gestión del transporte de carga y pasajeros en el país.



## AIRD PARTICIPA EN ENCUENTRO DE NEGOCIOS CON EMPRESARIOS DE PAÍSES MIEMBROS DEL CARICOM

Con el fin de fortalecer las relaciones comerciales entre la República Dominicana y los países miembros del CARICOM, la AIRD participó en un encuentro con la Misión Comercial de Exportadores e Importadores provenientes de Jamaica, Grenada, Santa Lucía, Haití y Guadalupe, el cual tuvo lugar en el Ministerio de Relaciones Exteriores de nuestra nación.

Como resultado de este encuentro se logró un mayor acercamiento los empresarios caribeños y los diferentes gremios y empresas de nuestro país. El evento contó con el apoyo de la Comisión Nacional de Negociaciones Comerciales, JAMPRO – Trade & Investment Jamaica y Caribbean Export Development Agency.

# NOTICIAS DE LA INDUSTRIA



## AIRD CELEBRA ALMUERZO ANUAL CON MOTIVO DE SU 51 ANIVERSARIO

La Asociación de Industrias de la República Dominicana (AIRD) celebró en el mes de octubre su tradicional almuerzo aniversario, en el cual el orador invitado lo fue el industrial José Manuel Paliza, pasado presidente de la institución y cuya disertación se tituló "Los retos de la sostenibilidad". La actividad contó con la presencia del Presidente de la República, Licenciado Danilo Medina, así como con la participación de diversos representantes de la sociedad.



## AIRD PRESENTA RESULTADOS CLÚSTERES INDUSTRIALES

La Asociación de Industrias de la República Dominicana presentó los resultados del Programa de Innovación Industrial, compitiendo en Rapidez y Flexibilidad, que benefició a un conjunto de empresas del área de plásticos, productos de belleza y cacao, organizadas en clústeres. El Seminario contó con la presencia de Flora Montealegre, representante del BID en República Dominicana, así como del Ministro de Industria y Comercio, José del Castillo Saviñón y el director del Consejo Nacional de Competitividad (CNC), Andrés van der Horst. Además, en el marco de este evento, fue realizado un panel en el que participaron representantes de cada clúster, en el cual expusieron los principales logros y desafíos en torno a los mismos.



## AIRD EXPONE ANTE CENA DE CONFRATERNIDAD DE LA CONFEDERACIÓN AUTÓNOMA SINDICAL CLASISTA

Este año 2013, la AIRD fue la entidad invitada a participar en la cena de la confraternidad organizada por la Confederación Autónoma Sindical Clasista (CASC), en su versión 30, para cuya ocasión contó con la disertación de Ligia Bonetti, con la conferencia titulada "Productividad y Desarrollo Sostenible". En el evento se dieron cita los representantes de las diferentes organizaciones sindicales, así como los principales miembros de los sectores empresariales y gubernamentales vinculados al sector laboral dominicano.



## HERRAMIENTAS EXITOSAS PARA POTENCIAR LAS PYME

La AIRD, a través del Instituto Dominicano de Excelencia y Competitividad Empresarial (IDCEM), junto al Banco Popular Dominicano, llevó a cabo el Seminario "Herramientas Exitosas para Potenciar las PYME", cuyo objetivo principal consistió en apoyar el nivel de competitividad entre las PYME del país, así como continuar apoyando el desarrollo y dinamismo del sector.



## INDUSTRIALES SE REÚNEN CON DIRECTOR DE MIGRACIÓN EN TORNO AL PLAN DE REGULARIZACIÓN DE TRABAJADORES INMIGRANTES

Representantes del sector industrial se reunieron el pasado jueves 17 de octubre con el Director de Migración, José Ricardo Taveras, a fines de conversar sobre el plan de regularización de los empleados extranjeros, así como otros temas de interés relacionados al sector productivo nacional. De conformidad con lo establecido por el Reglamento de Aplicación de la Ley General de Migración, las empresas tienen el deber de regularizar a sus empleados que se encuentren en estado de ilegalidad en territorio nacional. El Director expresó que mantendrá las puertas abiertas y la coordinación entre dicha institución y los industriales con la finalidad de reducir el número de empleados extranjeros en condiciones de ilegalidad en territorio dominicano.



## MINISTRO ADMINISTRATIVO DE LA PRESIDENCIA SE REÚNE CON EL COMITÉ EJECUTIVO DE LA AIRD

Con el propósito de dar seguimiento a los principales temas de actualidad vinculados al sector productivo nacional, fue sostenido en la sede de nuestra organización un amplio conversatorio entre miembros del Comité Ejecutivo de la AIRD y el Ministro Administrativo de la Presidencia, José Ramón Peralta.

# Sus actividades empresariales quedarán mejor si las realiza en el Salón Multiusos AIRD

- Diplomados
- Ruedas de prensa
- Seminarios
- Lanzamiento de productos
- Conferencias
- Cócteles y encuentros sociales

- Cursos
- Encuentros
- Reuniones empresariales  
y de negocios
- Talleres

Nuestro moderno y equipado salón multiusos está a disposición de un amplio segmento del mercado para la ejecución de diferentes tipos de actividades a precios bastante competitivos. Realice su próxima actividad en nuestros salones.

Avenida Sarasota No. 20, Torre  
Empresarial AIRD, 1er. nivel, Ensanche  
La Julia, Santo Domingo, D. N.  
Teléfono (809)472-0000  
Fax (809)472-0303;  
Email: [gcatedral@aird.org.do](mailto:gcatedral@aird.org.do)  
[www.portalindustrial.net](http://www.portalindustrial.net)

**aird**   
Asociación de Industrias de la República Dominicana

