

**infocámara**



Publicación Trimestral • Año 10 - Número 42 • Abril - Junio 2011

## ASPECTOS FINANCIEROS DEL ALTO COSTO EN MATERIA LABORAL



# CONSTRUIR PARA TODA LA VIDA ES ASUNTO NUESTRO

- ✓ MAYOR RENDIMIENTO
- ✓ MÁS RESISTENCIA
- ✓ FRAGUADO OPTIMO



## XI Concurso Fotográfico Expo Cibao 2010

Foto Ganadora  
3<sup>er</sup> lugar  
"Tradición y Cultura"

Pedro José Martínez Guillén

Se inicia en la fotografía artística con el Grupo Fotográfico de Santiago (GRUFOS). Ha tomado cursos fotográficos, Magna color y PUCMM impartido por Raúl Touzon y Curso - Taller "fotografía" impartido por Natalio Puras (Apeco - EPD).

Dentro de sus múltiples premiaciones está el Concurso Expo Cibao ganando el 3er. lugar en el 2002, mención en el 2003, 1er. en el 2005, 2do. Lugar en el 2008 y 1er. y 3er. lugar en el 2010.

Además fue seleccionado en el 2004 con 2 obras en el Concurso "Homenaje a la Ancianidad", Centro León. En el 2009 fue seleccionado en la Exposición Internacional, Wilfredo García (Casa de Teatro) Santo Domingo, ganador de Mención de Honor Concurso "Retrata lo Mejor Barahona Pedernales" (CCN) y Seleccionado en el "Concurso Fotográfico Natalio Puras (APECO)"

En el 2010 fue seleccionado en la Exposición Internacional, Wilfredo García (Casa de Teatro) S. D. y ganador del 2do. lugar en el Concurso Nacional de Fotografía Blanco y Negro "Natalio Puras (APECO)" 2010.



**Director Ejecutivo**  
Fernando Puig

**Coordinador**  
Carlos A. Fernández

**Proyecto Gráfico y Diagramación**  
BD Graphic Design - Thais de Andrade

**Impresión**  
Editora Teófilo

**Asesor**  
Raymundo Víctor

**Portada**  
Shutterstock images

## INFOCÁMARA

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

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

Tel.: 809. 582. 2856  
Fax: 809. 241. 4546  
Web: <http://www.camarasantiago.com>  
Email: [secretaria@camarasantiago.com](mailto:secretaria@camarasantiago.com)

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



## CONTENIDO

- 5** EDITORIAL
- 6** ACTIVIDADES CÁMARA
- 11** **ASESORÍA:** ESTRATEGIAS PARA IMPACTAR LAS NUEVAS AUDIENCIAS: EL USO EFECTIVO DE LA RADIO
- 16** **ACTUALIDAD:** EL PROTOCOLO FAMILIAR Y LA GOBERNABILIDAD EN LAS EMPRESAS FAMILIARES
- 18** **ASESORÍA:** ASPECTOS FINANCIEROS DEL ALTO COSTO EN MATERIA LABORAL
- 23** **TECNOLOGÍA:** ¿CÓMO EVITAR LAS VIOLACIONES DE SEGURIDAD EN LOS TELÉFONOS INTELIGENTES?
- 28** **ASESORÍA:** ALGUNOS "TIPS" SOBRE EL CÓDIGO TRIBUTARIO
- 33** **NEGOCIOS:** FERIAS NACIONALES Y INTERNACIONALES
- 34** **NEGOCIOS:** NUEVOS SOCIOS

## RECHAZO A LAS MEDIDAS IMPOSITIVAS

Durante el mes de junio, el Gobierno propuso una serie de medidas impositivas con miras a eliminar el déficit fiscal, recolocar al país en una situación financiera aceptada por el Fondo Monetario Internacional y reducir subsidios que merman los ingresos del Estado. En la segunda mitad del mes se hicieron cambios a las propuestas y cabildeos que modificaron lo planteado inicialmente. Como resultado de una decisión al vapor y sin una evaluación medida, el Congreso aprobó un paquete de medidas que constituye un nuevo parche a nuestro sistema fiscal, que afectará la competitividad de los sectores productivos y de los consumidores.

La Cámara Comercio y Producción de Santiago se hace eco de los sectores que representa y plantea que estas medidas debieron venir acompañadas de un verdadero plan de ajustes económicos que incluyera el manejo del propio Estado. La austeridad es necesaria, pero el Gobierno debe ser solidario y dar el ejemplo a toda la población, especialmente porque las medidas instituidas son el resultado de una voráGINE de gastos gubernamentales sin control y de préstamos tomados sin ser aplicados al desarrollo de la estructura productiva del país, lo que ha provocado que no hayamos avanzado ni en competitividad, ni en producción, ni en educación.

La Cámara de Santiago rechaza los ajustes impositivos aprobados, sobre todo el aumento al impuesto sobre beneficio de las empresas de un 25 a 29 %. Entiende que afectarán a la clase media y a las personas con ingresos fijos, así como a la pequeña y mediana empresa, que no tienen la capacidad para transferir los aumentos en sus costos. Deben eliminarse los privilegios y debieron gravarse los sectores improductivos y aplicarse un verdadero plan para eliminar el tráfico de influencias y las operaciones anti-éticas.

La República Dominicana requiere de una voluntad firme que desarrolle la institucionalidad; que provea educación efectiva y de calidad, como únicas garantías de desarrollo con equidad, participación e inclusión. Aunque una medida sola, como pudieran ser la eliminación de posiciones excesivas en el Gobierno, suprimir departamentos oficiales duplicados, gastos corrientes abultados y dispendio general, no resuelve todo el problema, la sumatoria de esfuerzos conscientes de todos los sectores, sí lo resuelve. La situación económico-fiscal debió preverse antes que se tornara incontrolable e impostergable.

Un país, una empresa y hasta una persona, alcanzarán las siempre anheladas metas de progreso y desarrollo, si, en los tiempos buenos nos preparamos para encarar los tiempos malos; y en los tiempos malos, nos preparamos para cuando lleguen los tiempos buenos. Si no lo hacemos así, y pretendemos vivir al margen de la realidad, no saldremos adelante.

# ACTIVIDADES

## Capacitando, educando y reforestando en Santa Lucía



La Cámara de Comercio y Producción de Santiago es una de las organizaciones que ejecutan el proyecto Programa Integral de Mejoramiento del Barrio Santa Lucía, de manera específica

en el componente educativo del mismo. Este proyecto cuenta con el financiamiento no reembolsable de la Xunta de Galicia.

Capacitación técnica y mejora de las condiciones en que se desenvuelven los recicladores de desperdicios que trabajan

en el vertedero de Rafey, son algunos de los alcances obtenidos hasta el momento. Muchos de estos recicladores han optado por cambiar de oficio gracias a la capacitación recibida, y los que permanecen allí, cuentan con un Centro de Servicios, Comedor y Planta para la compactación y preparación de los residuos reciclados, así como indumentaria que contribuye a trabajar de forma más cómoda e higiénica.

Recientemente, la Cámara de Comercio, junto a la Sociedad Ecológica del Cibao, y la Asociación de Recicladores realizaron una amplia jornada de reforestación en terrenos ya nivelados por el relleno sanitario de dicho vertedero.

## Acuerdo con PUCMM arroja resultados



Producto del acuerdo establecido entre la Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra y la Cámara de Comercio y Producción de Santiago, han sido completados los primeros trabajos de tesis, elaborados por estudiantes de diversas carreras y sobre temas sugeridos por empresas asociadas a la Cámara.

Este convenio establece la conveniencia de que las empresas identifiquen temas que le sean de utilidad y cooperen con los estudiantes con las informaciones requeridas, a cambio de esto, las empresas reciben soluciones útiles a sus fines.

Los primeros trabajos realizados han sido de la entera satisfacción de ambas instituciones, y muchos de estos han recibido la mejor muestra de pertinencia, al ser implementadas las sugerencias y propuestas identificadas en los mismos.

## La Cámara participa en Foro de Inversión del Caribe



El pasado mes de junio se celebró el Foro de Inversión del Caribe, organizado por la Commonwealth en Puerto España, Trinidad & Tobago. El Director Ejecutivo de la Cámara, Fernando Puig, estuvo junto a la delegación dominicana que participó en el mismo, de la que formaron parte el Ministro de Industria y Comercio, la Cámara de Comercio de Trinidad & Tobago en República Dominicana, la Junta Agroempresarial Dominicana, y empresas dominicanas que comercian con dicho país.

Las relaciones renovadas con el Caribe inglés, permitirán fomentar el intercambio comercial con la pujante economía de Trinidad & Tobago, país en que la República Dominicana adquiere gran parte de los combustibles que utilizamos, y que debe convertirse en importante comprador de los productos dominicanos.

Esta Cámara participa a sus asociados su disposición de conectar a empresas dominicanas con intereses complementarios en empresas de Trinidad & Tobago.

# CÁMARA

## Cámara de Comercio de Santiago recibe reconocimiento

Durante el pasado mes de junio la Cámara de Comercio y Producción de Santiago recibió del US Commercial Service, el galardón Socio Estrella como la mejor Institución Aliada a dicho departamento. La entrega de dicho reconocimiento responde a las acciones de apoyo mutuo a sus respectivas actividades, que han establecido ambas organizaciones.

Por la Cámara recibieron la premiación, Marco Cabral, Vicepresidente, y



El Vicepresidente de la Cámara, Sr. Marco Cabral, recibe placa del US Commercial Service.

Fernando Puig, Director Ejecutivo, de manos del Embajador de Estados Uni-

dos, Sr. Raúl Izaguirre, y del Director del Departamento Comercial, Sr. Robert Jones.

Para esta Cámara constituye un reconocimiento y un compromiso de seguir contribuyendo al desarrollo de las actividades comerciales y empresariales de Santiago y el país. Varios medios de comunicación, escritores de prensa y empresas que comercian con Estados Unidos, también fueron reconocidos.

## La Cámara activa en Instituciones Locales y Regionales

La Cámara de Comercio de Santiago continúa participando activamente en instancias de decisión y mejora de nuestra institucionalidad, como son la Iniciativa Participativa Anti-Corrupción (IPAC) que busca establecer mecanismos de transparencia en las ejecutorias del Gobierno central, local y de instituciones autónomas, a través de acciones concretas establecidas en las distintas mesas temáticas de trabajo.

También participa en el Consejo Económico y Social (CES) que busca establecer mecanismos de consenso con los distintos sectores de la sociedad, y, proponer soluciones surgidas desde la sociedad misma, como forma de agilizar los procesos de implementación de cambio de nuestro país.

Además, la Cámara sigue propiciando la existencia de un marco empresarial y jurídico que promueva la creación y mantenimiento de empleos de calidad, como forma de atraer nuevas inversiones y fomentar el surgimiento de nuevas empresas.

En el ámbito de la región, la Cámara participa en el Consejo para el Desarrollo del Centro Histórico de Santiago, el consejo directivo del Plan Estratégico de Santiago, y Consejo para la Construcción del Parque Central de Santiago, instancias que promueven importantes y decisivas iniciativas para construir una ciudad con mejores condiciones de habitabilidad, de comercio y de desarrollo.

## Talleres de Oratoria en Santiago

El Centro Internacional de Comunicación ha establecido un convenio de cooperación con la Cámara de Comercio y Producción de Santiago, mediante el cual se vienen impartiendo distintos cursos de oratoria y comunicación en la ciudad de Santiago.

El conocido comunicador Teo Veras, junto a Julio Heidelberg y Bar-

bara Minnig, han desarrollado dos talleres de oratoria dirigidos a Ejecutivos y Jóvenes, respectivamente; los cuales han recibido amplias muestras de respaldo, especialmente por contar en Santiago con esta opción de superación y mejora de las habilidades de comunicación. La próxima entrega será en el mes de octubre.



ASOCIACION CIBAO  
DE AHORROS Y PRESTAMOS

4123 4567 8901 2345

4394

VALID THRU 08/2012

FERNANDO PEREZ

VISA

Gold

PRESTIGIO Y SEGURIDAD  
EN TUS COMPRAS  
NACIONALES E INTERNACIONALES

*Todos los beneficios de una tarjeta premium combinados  
con la tasa de financiamiento más competitiva del mercado*

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



ASOCIACION CIBAO  
DE AHORROS Y PRESTAMOS

# ACTIVIDADES CÁMARA

## Preparativos Expo-Cibao 2011



El personal de la Cámara de Comercio y Producción de Santiago, entidad propulsora de la feria multisectorial Expo-Cibao, se encuentra dedicado a la preparación de la muestra ferial de este año. En esta ocasión se realizará del 14 al 18 de septiembre, y se ha lanzado el lema

**“Empleos de Calidad = Competitividad + Desarrollo”**, aludiendo a la importancia de contar con empleos formales, empresas formales que contribuyan a la producción, y en la medida que esto se logre, significa que estamos siendo competitivos y avanzado en la ruta del desarrollo.

Ya se conoce de importantes novedades como la implementación de Ruedas de Negocios, a la cual han confirmado su

participación, varias misiones comerciales internacionales y departamentos comerciales de varias embajadas.

También se repetirá la importante participación de la Asociación de Ganaderos de Santiago, que participa e invita a sus afines de otras regiones, para mostrar sus mejores ejemplares de ganado de leche y de carne.

Por otra parte, la Asociación de Canófilos del Norte, prepara una atractiva exhibición y concurso canino, que de seguro atraerá a grandes y chicos, los días sábado 17 y domingo 18 de septiembre próximo.

El Centro León ha preparado un interesante programa cultural con actividades relacionadas al lema de la Feria. Mientras que las noches se tornarán en alegría y “bonche” con las presentaciones del Santiago Fest.

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



**Empleos  
de Calidad  
= Competitividad  
+ Desarrollo**

**14 al 18 septiembre 2011**

Complejo Deportivo  
La Barranquita  
Santiago, Rep. Dom.





# Un sueño es un buen negocio para invertir, y nadie puede asegurarlo igual que nosotros.

Porque somos los únicos corredores de seguros certificados con la norma de calidad ISO 9001:2008



Esto significa que todos los miembros de nuestro equipo están más comprometidos, nuestros servicios son mejores y nuestros clientes cada día están más satisfechos. Este es nuestro compromiso. Este es nuestro sello de calidad.

Seguros Corporativos • Vida y Salud • Líneas Personales

# ROS

ASEGURA TUS SUEÑOS



# ESTRATEGIAS PARA IMPACTAR LAS NUEVAS AUDIENCIAS: EL USO EFECTIVO DE LA RADIO COMO MEDIO PUBLICITARIO

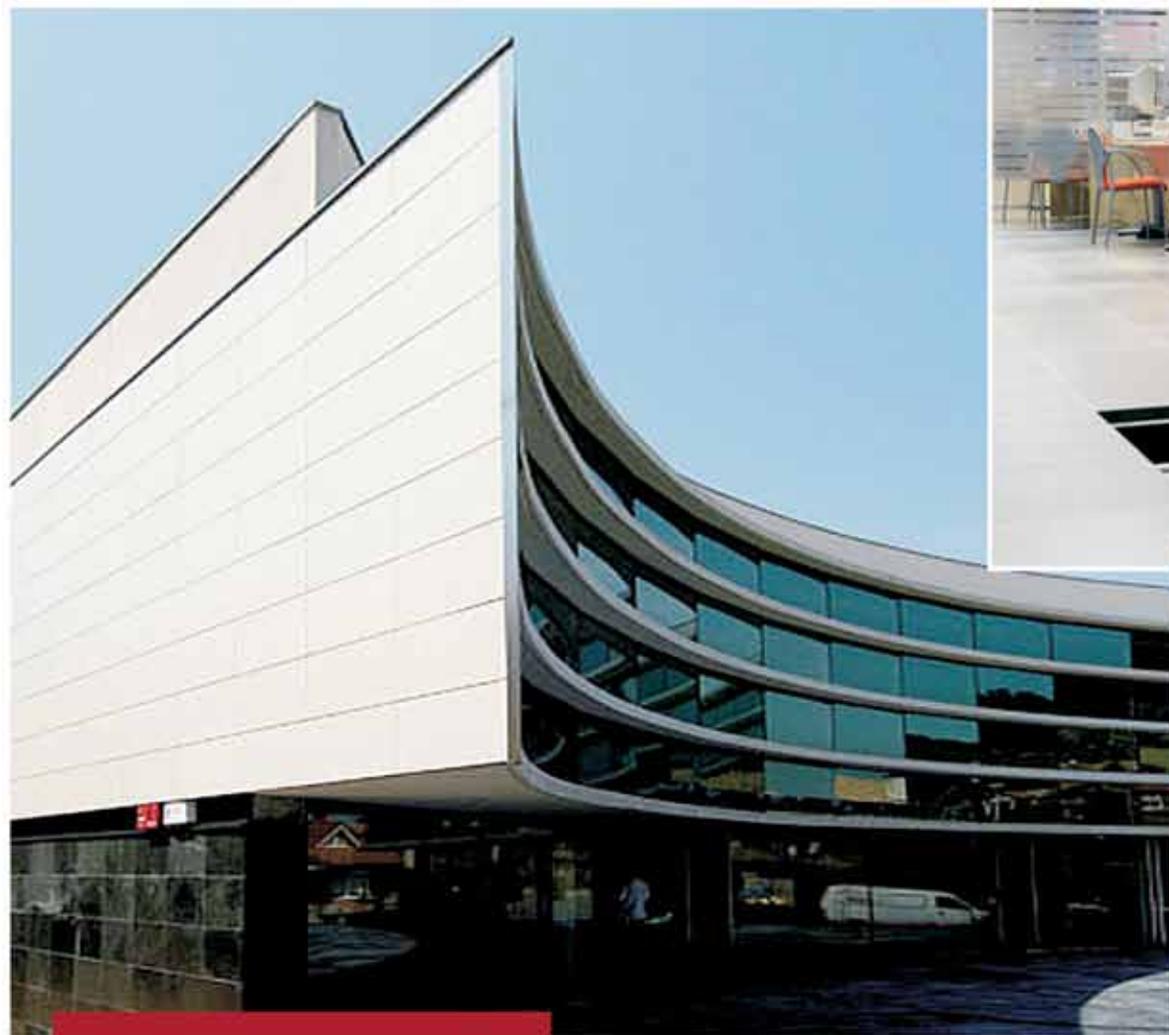
**Teo Veras**

El siglo XXI ha iniciado con fantásticas transformaciones y cambios en todos los campos del conocimiento humano, científico, tecnológico, social, económico y político, donde el hombre es desafiado por fuertes y contundentes presiones que exigen de él, por un lado, la ampliación del nivel de flexibilidad, innovación y creatividad, por otro, la revisión y re-conceptualización de las formas de interacción, comportamiento y organización sociales.

La radio no escapa a estas transformaciones. Se ha desarrollado y convertido en una enorme industria que llega a más del 95% de la población los fines de semana y/o días feriados y a un 75% los días normales. El hecho de que el hogar promedio de hoy tie-

ne por lo menos dos aparatos de radio sin incluir los portátiles (llamados personales) y el de los vehículos, confirma la necesidad de información y compañía del habitante del mundo actual.

La radio moderna ha evolucionado hasta convertirse en un medio creíble y confiable. Ha estado informando a los oyentes sobre prácticamente todos los aspectos concebibles, a tal punto que donde quiera que tenga lugar un acontecimiento, las personas instintivamente recurren a la radio primero para obtener información, sea ésta de interés nacional o internacional importante en un área local, ya que la radio informa, explica, cuestiona, calma, aconseja, y sirve al público en general de muchas maneras.



**SALONI**  
cerámica

*Fachada Ventilada y Piso Técnico Elevado*

*Le ofrecemos las últimas tendencias y exigencias técnicas y estéticas de la cerámica*

- ◆ *Ahorro energético*
- ◆ *Aislamiento térmico, atmosférico y acústico*
- ◆ *Accesibilidad a la fachada*
- ◆ *Estabilidad en la estructura*
- ◆ *Durabilidad y estética*
- ◆ *Asesoría directa desde la fábrica*
- ◆ *Estudio comparativo que permite determinar la idoneidad del sistema óptimo de fijación*

*Departamento de Cerámicas y Baños*

**Av. Imbert**  
No. 53, Santiago, R.D.  
Tel.: 809-971-8000

**Av. Estrella Sadhalá**  
Casi esq. Carr. Jacagua,  
Santiago, R.D.  
Tel.: 809-575-8000

**Av. Bartolomé Colón**  
Casi esq. Av. 27 de Febrero,  
Santiago, R.D.  
Tel.: 809-971-8880

**Carretera Licey**  
Santiago - Licey,  
Santiago, R.D.  
Tel.: 809-276-8888

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

Distribuidor Exclusivo:

**8A Ferretería**  
**OCHOA**  
Nombre que construye

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

En la República Dominicana, más de 300 estaciones comerciales suplen a sus públicos información y entretenimiento las 24 horas, llegando sin dudas a más gente diariamente que la TV, los periódicos o las revistas, convirtiéndose la radio en la compañía constante de cada persona.

Debido a su penetración, flexibilidad, inmediatez y eficiencia, la radio vende efectivamente y ha tenido un gran impacto en la economía nacional. Líderes de las diferentes áreas (negocios, industria, política y entretenimiento) usan la radio como herramienta principal en el mercadeo en los niveles local, regional y nacional.

La constante evolución y refinamiento de los formatos radiales permite a los anunciantes, seleccionar aquellas estaciones cuyas audiencias entran dentro del blanco de público al que quieren llegar, basándose en categorías tales como, edad, sexo, educación y nivel de ingresos.

Además de la competencia entre las difusoras, otros nuevos medios como las “súperautopistas de la información” fraccionan aún más la audiencia, ya que ponen a interactuar al consumidor con el medio, por lo que la radio ha tenido que implantar nuevas y efectivas estrategias programáticas y de ventas publicitarias capaces de mantener e incrementar su audiencia.

Las audiencias de hoy, requieren mayor esfuerzo tecnológico y de producción; eficiencia y ofertas publicitarias más atractivas, obligándonos a mantenernos a la vanguardia de los adelantos tecnológicos y a experimentar con fórmulas de producción y programación, que satisfagan gustos cada vez más exigentes. Hoy día para que una empresa logre un efectivo men-

saje comercial y con resultados positivos, debe tomar en cuenta ciertos factores. En tal sentido es recomendable que usted:

**1. Defina las metas mercadológicas del producto o servicio que se va a anunciar.**

**2. Conozca cuál es su competencia**

Evalúe la creatividad de su competencia y cómo mejorarla; desarrolle los puntos mercadológicos que estime que su competidor no haya hecho.

**3. Defina su blanco de público.**

**4. Decida qué quisiera proyectar a través del mensaje**

### Establezca sus propias fronteras.

En este punto preste atención a las estrategias para una mayor efectividad del comercial:



**1. Trate de conocer lo más que pueda de su competencia.** Analice a fondo sus estrategias y trucos.

**2. Conózcase usted mismo.** Aplique los mismos criterios que usó para evaluar su competencia en su propio producto, establecimiento o servicio.

**3. Defina las diferencias de su producto o servicio con el del competidor de la forma más simple posible.**

## Creación y colocación del mensaje.

Es posiblemente la parte más delicada de la cadena, ya que debemos tomar en cuenta cosas como, por ejemplo, que la imagen de un mensaje radial es generada por la propia mente del radioescucha, por lo que se deberá tomar en consideración, lo siguiente:

### 1. Sinceridad del mensaje:

A veces las ideas más simples funcionan mejor. Usualmente estas ideas toman la forma de narrativa, que deberá ser entregada por una voz creíble y efectiva que realmente comunique el mensaje.

### 2. Música y efectos de sonido:

El uso de estos elementos en los comerciales puede ser muy poderoso por su habilidad de elevar el estado de ánimo de la persona; sirven para crear en la mente del escucha situaciones específicas, o actuando como un sonido característico. Si se escoge bien, la música en los comerciales, representa una fácil e instantánea recordación e identificación con el producto. Tenga presente que mientras más simple sea la tonada, más personas podrán cantarla o *tararearla*.

### 3. Apéguese a la realidad:

Los más exitosos comerciales radiales brindan a la audiencia algo real, a fin de identificarse con

sus hábitos, costumbres o metas. Con el efecto de empatía y reconocimiento del mensaje o comercial se procura envolver emocionalmente al oyente.

### 4. El uso del humor:

Si está bien logrado, el humor brinda una perfecta oportunidad de enviar un mensaje persuasivo e impactante, causando una buena impresión.

### 5. El uso del testimonial:

Esto es una aproximación muy efectiva, especialmente si el producto o servicio es nuevo en el mercado, y necesita apoyarse de una figura importante y creíble.

### 6. Flexibilidad del mensaje:

Se debe entregar un mensaje terminado más personal, más específico, más relevante, más oportuno, más eficaz y finalmente más efectivo.

### 7. Entrega certera:

Se ha hablado y escrito miles de veces sobre el paso casi frenético

y fanático de nuestro actual tren de vida. Encontrar el momento y el lugar precisos para enviar el mensaje se torna aún más difícil. Otra de las grandes dificultades es, impactar un blanco de público en movimiento (caminado por las calles o en vehículos), accionando sus teléfonos móviles, enviando mensajes de texto. Es en estos casos, que la vista se tiene que dirigir a la acción que se ejecuta (no así en el caso de la radio, ya que el oído y la mente permanecen disponibles para la recepción de cualquier mensaje al realizar otras tareas).

### 8. Costo eficiente:

Compare y establezca diferencias entre los medios y valore las ventajas que ofrece cada uno. Establezca una relación de costo-eficiencia al producir el material promocional.

### 9. Sintone su negocio con las nuevas audiencias:

La meta de la publicidad productiva es poder llegar, influir

y motivar a sus clientes, a que visiten sus establecimientos y adquieran sus productos.

- 10. Determine el mercadeo de ciclo del consumidor,** para conocer no sólo *quiénes* son sus clientes potenciales, sino *cuándo* ellos o ellas están **pensando** en comprar, **hacer** la adquisición y **consumir** su producto o servicio.

Las palabras **pensamiento, decisión y consumo**, que reflejan estados del consumidor, ofrecen a los anunciantes la oportunidad de llegar a sus clientes cuando estos son más receptivos a escuchar, y a actuar en consecuencia al recibir su mensaje.

Deberá entonces diseñar una estrategia de mercadotecnia orientada al hábito del consumidor. Para lograr su objetivo tendrá que establecer un correcto diseño de creatividad y colocación en los medios, para llegar a su blanco de público en momentos específicos.

- 11. Produzca una identificación estratégica selectiva.**

Debe saber cómo reflejar el creciente sentido de auto-identidad del consumidor. Ya no es una solución viable sólo saber quién compra sus productos. Habrá que identificar su cliente no sólo por sus características demográficas y socio-económicas, sino además por su toma de decisión, compra y patrón de consumo.

La correcta implementación de estos factores, le proporcionará un “disparo certero” al blanco de público objetivo, logrando sus metas propuestas, y le ayudará a sobrevivir en este cada vez más “salvaje” mundo comercial que trae consigo el nuevo milenio.

Porque, en un mundo en donde las telecomunicaciones y la informática avanzan tan rápidamente, hay que avanzar con ellas.

El autor es radiodifusor, locutor y asesor de comunicación. Para contactarlo visitar [www.teoveras.com.do](http://www.teoveras.com.do)

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

Website: [www.asi.com.do](http://www.asi.com.do)  
[asi@asi.com.do](mailto:asi@asi.com.do) • [asi@claro.net.do](mailto:asi@claro.net.do)

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

Santiago y Santo Domingo



# EL PROTOCOLO FAMILIAR Y LA GOBERNABILIDAD EN LAS EMPRESAS FAMILIARES

**Illuminada Severino, PhDc**

Las empresas familiares son la base del tejido productivo de la República Dominicana, en especial en la Región del Cibao. Estas estructuras empresariales tienen sus propias características, ventajas y problemas. Entre estos últimos, los más frecuentes suelen aparecer durante los procesos de transición generacional, en la administración de las relaciones familia-empresa o al llevar a cabo los cambios que exige el paso de un modelo tradicional a otro más profesionalizado. Existe un amplio consenso entre expertos y emprendedores en considerar que la elaboración de los denominados protocolos familiares constituye un instrumento adecuado para solucionar o atenuar estos inconvenientes.

Así como el gobierno corporativo o de la organización es considerado hoy como la piedra angular de toda empresa moderna y bien administrada, en las empresas familiares es indispensable complementarlo con el gobierno de la familia, debido a que no sólo es preciso profesionalizar la empresa desde la cúspide, sino también contar con una familia profesional en la propiedad del negocio. Dos piezas son fundamentales en el gobierno de la familia, son el Consejo de Familia y el Protocolo. Este artículo se centra en este último.

El Protocolo Familiar es un acuerdo que delimita el marco de desarrollo y las reglas de actuación y relaciones entre la empresa familiar y su propiedad, sin que ello suponga interferir en la administración de la empresa y su comunicación con terceros. Debe entenderse como el resultado de un proceso en el que participan tanto la familia como la propiedad y los gestores de la empresa, y que tiene componentes jurídicos, económicos y empresariales, fruto de los cuales se obtiene un documento a la medida para una determinada empresa y familia.

**En esencia se recomienda que el documento responda a muchas dudas y confusiones de cierta importancia existentes en nuestras empresas familiares como:**

- ¿Existe una definición concreta y entendible de los que es un protocolo familiar?
- ¿Qué motivaciones debe tener una empresa familiar para realizarlo?
- ¿Es necesario un determinado tamaño de empresa o de familia para que sea realmente útil?
- ¿Cuáles son los aspectos imprescindibles que debe contener?
- ¿Es largo y costoso el desarrollo de un protocolo familiar?

- ¿Durante el proceso de ejecución la familia analiza problemas del pasado y soluciones de futuro?
- ¿Qué fuerza legal tiene un protocolo familiar?
- ¿Es realmente necesaria la intervención de especialistas ajenos a la familia para su realización?
- ¿Existen consultores fiables para su realización?

En la elaboración del protocolo se deben afrontar abiertamente los temas más conflictivos del presente y del futuro. Se debe tratar de que participen todos los involucrados; que se sienta que es un documento discutido, negociado y compartido con todos los miembros de la familia y que exista unanimidad de aprobación.

El protocolo posee sobre todo, un carácter moral. Refleja el compromiso que asumen los miembros de la familia por buscar la armonía entre ellos y el buen gobierno. Es más que un compromiso legal. Un protocolo es el resultado de la combinación de muchos aspectos como: psicológicos, económicos, jurídicos, sucesorales que se viven y se plantean en cada caso de manera diferente; regula lo que la familia quiere ser empresarialmente y da forma a lo que la familia entiende como válido en su compromiso familiar.

Cada protocolo es distinto porque debe adaptarse a las características, necesidades y formas de pensar de cada familia en particular, algunos elementos son comunes como: misión, valores y estilos de la familia, gobierno de la familia, participación en la administración de la empresa, patrimonio como familia, lineamientos gerenciales de la familia y otros aspectos que se consideren de interés para los miembros de la familia.

La preparación del protocolo conlleva todo un proceso que puede tomar varios meses y hasta años de trabajo, usualmente es el consejo familiar el órgano de gobierno que asume el compromiso de elaborarlo. En la medida

que es puesto en ejecución puede ser modificado debido a que las familias cambian con el tiempo de acuerdo a la etapa en que se encuentren en su ciclo de vida. Estas modificaciones deben respetar el quórum mínimo de miembros del consejo familiar establecido para estos casos. Se recomienda la asesoría de profesionales con vasta experiencia en esta área.

Con relación al contenido, no existe una forma única de estructurar el protocolo familiar. Puede elaborarse tomando en cuenta los acuerdos contractuales, los acuerdos que afectan los estatutos sociales o bien desde el punto de vista de los miembros de la familia teniendo en consideración los acuerdos reservados de la familia y los que no lo son.

Una forma de hacerlo más operativo es diferenciar entre las reglas que afectan al trabajo (ingreso de un miembro familiar a la empresa, sistemas de retribución, planificación del retiro, etc.), reglas sobre el poder (órganos de gobierno, selección de sus miembros, funciones asignadas) y reglas sobre la parte financiera (compra y venta de acciones, políticas de dividendos, políticas de financiación).

Finalmente, es bueno notar que el protocolo no debe ser considerado como una solución. Una empresa familiar que no funcione adecuadamente no cambiará por la elaboración de un protocolo. Lo más deseable es que sea la base de la voluntad de los miembros de la familia para hacer posible la continuidad de la empresa. Es función del protocolo colaborar con los mecanismos para lograr esa voluntad coincidente y evitar que las situaciones que se puedan presentar afecten la continuidad de la empresa. Sobre estos fundamentos y con sus límites se puede elaborar un documento que le permita a la empresa familiar afrontar el relevo generacional.

---

La autora es Directora para R.D. del Proyecto STEP de Babson College/PUCMM

# ASPECTOS FINANCIEROS DEL ALTO COSTO EN MATERIA LABORAL

**Nelson Hahn**

Hasta la entrada en vigencia de la Ley 87-01 sobre Seguridad Social, en la República Dominicana el Preaviso y el Auxilio de Cesantía constituían costos materiales en lo relativo a la Carga de Labor. Después de su promulgación en Mayo de 2001, la Ley agregó a los altos costos ya existentes los siguientes compromisos financieros: la contribución al Seguro Familiar de Salud (7.09%), la contribución al Seguro de Vejez, Discapacidad y Supervivencia (Pensión y Jubilación) (7.10%) y el Seguro de Riesgos Laborales (1.10-1.30%), lo que

representa más de un quince por ciento (15%) adicional a la Carga de Labor antes de la entrada en vigencia de la ley de Seguridad Social.

Por otra parte, de acuerdo a lo establecido por el artículo No. 456 del Código de Trabajo, el cual indica que: *“Las tarifas de salarios mínimos en cada actividad económica serán revisadas de oficio por el Comité, por lo menos una vez cada dos años.”*

## El artículo No. 50 de la Ley 87-01 en sus párrafos I y II indica:

**Párrafo I.- (Transitorio).** En un plazo no mayor de dieciocho (18) meses, a partir de aprobada la ley de Seguridad Social, el Consejo Nacional de Seguridad Social (CNSS) dictará las normas complementarias que regularán todo lo concerniente a los aspectos de la CESANTÍA laboral, en cuyo caso deberá contarse con la no objeción del gobierno, empleadores y trabajadores. Durante este período, el Consejo Nacional de Seguridad Social (CNSS) realizará los estudios actuariales de apoyo para sus decisiones y para los fines podrá contar con sus

propios recursos y con los que puedan ser aportados por otras fuentes de financiamientos realizados con la Seguridad Social.

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

Más de 10 años han transcurrido desde la entrada en vigencia de la Ley 87-01 y el mandato no se ha cumplido. Si el Código de Trabajo en su artículo No. 456, indica que por lo menos una vez cada dos años se revisará el salario mínimo, como de hecho se hace, ¿por qué no honrar lo establecido en los párrafos I y II de la Ley 87-01, para resolver la realidad de la Cesantía? Esta acción podría ejecutarse bien sea por el seguro de Desempleo (tras la evaluación de los estudios actuariales) u otra solución, de no ser viable el Seguro de Desempleo.

Cuando el legislador establece en el párrafo II del artículo No. 50, que: ***“en un plazo no mayor de dieciocho (18) meses la creación de un Seguro de Desempleo y todo lo relativo a la CESANTÍA laboral, sin que los trabajadores pierdan sus derechos adquiridos”***, sin dudas que la intención del legislador fue sustituir la CESANTÍA por un Seguro de Desempleo, para que el costo de la Carga de Labor no aumente significativamente, por la entrada en vigencia de la Ley 87-01 sobre la Seguridad Social. Antes de la Ley 87-01 existía el Preaviso y la Cesantía, y aumenta al entrar en vigencia la ley, agregando la contribución al Seguro Familiar de Salud, Pensión y Jubilación, y Riesgo Laboral, por lo que mantener la Cesantía existiendo la ley de Seguridad Social es injusto.

El impacto financiero en las empresas, de este alto costo, es letal. Conocemos casos en que ha sido im-

posible para la empresa honrar este doble costo injusto, provocando su quiebra. Por ejemplo, la propietaria de un pequeño Salón de Belleza se vio en la necesidad de entregarle el negocio a su empleada para poder honrar las prestaciones laborales. Además hoy son muchas las empresas que prefieren mantener el trabajador en la entidad simplemente porque no poseen los recursos para entregarle sus prestaciones laborales.



**“Las tarifas de salarios mínimos en cada actividad económica serán revisadas de oficio por el Comité, por lo menos una vez cada dos años.”**

posible para que el empleador le entregue sus prestaciones laborales.

Aunque la interpretación legal de la Cesantía es que constituye una indemnización (concepto válido hasta la entrada en vigencia de la Ley de Seguridad Social) hoy la realidad financiera es que representa erogaciones de efectivo de consecuencias mortales para las empresas.

El doloroso impacto financiero de la Cesantía va en perjuicio de las empresas que logran un clima laboral excelente, y sus trabajadores permanecen en la misma por prolongados períodos de tiempo, causando al momento de la entrega de las prestaciones laborales un impacto financiero perjudicial, en virtud de que mientras mayor es el tiempo que tiene laborando un empleado, mayor es el impacto en el flujo de caja en la empresa.

La permanencia de la Cesantía en ocasiones provoca que cuando un trabajador desea retirarse de la empresa realice acciones moles-

La situación es que el pasivo laboral en las empresas, acumulado hasta el día de hoy, representa un pasivo de difícil pago. En ocasiones la provisión para prestaciones laborales (Pasivo Laboral) es mayor que el patrimonio de las empresas, lo que indica que los verdaderos dueños de las entidades son los trabajadores.

Financieramente, Pensión y Jubilación sustituye la Cesantía, en virtud de que si un trabajador labora por 40 años en una empresa recibe recursos que le permiten financiar sus gastos moderadamente por el resto de sus días. Si el trabajador disfrutara de cuatro (4) trabajos diferentes en su vida laboral de 10 años cada uno, el impacto es similar.

En las revisiones del Código de Trabajo de 1992, los empleadores negociaron que la Cesantía fuera de 23 días por año, porque vivían momentos donde nuestra economía era cerrada y al aumentar los costos el empresario podía aumentar su precio de venta sin mayores complicaciones. Hoy en una economía abierta, esto es imposible.

Si establecemos como ejemplo un empleado que su salario mensual es de RD\$12,000.00 y anual de RD\$144,000.00, al cumplir un (1) año de trabajo su Carga de Labor es de 68.79%, al cumplir seis (6) años sería de 116.35%, al cumplir quince (15) años de 188.73% y al cumplir 40 años de 331.06%.

El impacto de la Cesantía en el total de la carga de labor es de la siguiente manera: al cumplir un (1) año es de 10.68%, al cumplir seis (6) años sería de 41.49%,

al cumplir quince (15) años de 63.93% y al cumplir 40 años de 79.43%. Esta realidad indica con claridad el impacto negativo de la cesantía y el duro golpe que representa financieramente para los negocios en la República Dominicana.

Al final sólo veo perdedores, los empleadores por el alto costo y los trabajadores porque no logran excelentes planes de compensación. Esta realidad perjudica la recaudación de la Seguridad Social. Además la República Dominicana, con esta estructura de costo de labor, pierde competitividad.

Para resolver esta injusticia deberían realizarse los estudios actuariales de lugar para la implementación del Seguro de Desempleo con un tope a los trabajadores que son parte de las empresas, a los que cotizan. Otra solución sería disminuir los días por año y ponerle un tiempo máximo al Auxilio de Cesantía.

De implementarse el Seguro de Desempleo el preaviso debe eliminarse en virtud de que actúa como tal, hoy.

Creo que es justo que las partes en su agenda de hoy coloquen la realidad de la doble cotización y corrijan en corto plazo las distorsiones generadas actualmente por la cesantía, convirtiendo la realidad de perdedores, en una nueva realidad de ganadores, ganando los trabajadores, los empleadores y sobre todo el país, logrando así muchos y mejores empleos de calidad.

---

El autor es asesor en asuntos financieros



# GALLETAS

# Aviva®

*Prueba toda la variedad Soda, Saltina, Integral y Multicereal Miel.*



*Un momento para mí.*



## ¿CÓMO EVITAR LAS VIOLACIONES DE SEGURIDAD EN LOS TELÉFONOS INTELIGENTES?

**Orlando Martínez**

En un artículo anterior nos dedicamos a explicar las generalidades y opciones prácticas en los dispositivos de comunicación denominados teléfonos inteligentes. Estos aparatos son más que un simple teléfono celular, pues con la multiplicidad de funciones y las ventajas que ofrecen nos facilitan tener control a distancia de nuestro lugar de trabajo, al tiempo que nos permiten ejecutar una serie de operaciones basadas en un entorno virtual (Internet).

En esta ocasión queremos abordar el lado oscuro de estas mini-computadoras, cámaras fotográficas y teléfonos móviles integrados en una sola unidad. Toda esa utilidad debe traer consigo algo de vulnerabilidad. Además del riesgo de perder los datos almacenados fruto del robo o pérdida del aparato, uno de los principales problemas de estos mecanismos tiene que ver con la seguridad de toda la información personal o empresarial que puede ser almacenada en el artefacto. Es im-

portante entender que un teléfono inteligente debe ser tratado cual si fuera un cerebro electrónico, debido a la valiosa información que almacena. Del mismo modo que usted protege su computadora personal para su privacidad o contra virus y otros ataques cibernéticos, debe hacerlo con su teléfono inteligente.

Los teléfonos inteligentes son el nuevo blanco para los hackers y ataques informáticos. Los inventores de estos dispositivos, cuando los crearon no tenían la seguridad como su prioridad principal. Según estadísticas del laboratorio de McAfee, empresa que se dedica a la seguridad de la información, para este año 2011 se van a acrecentar las amenazas contra estos dispositivos. Según expertos en la materia, la seguridad de estos equipos es muy débil ya que no existe una conciencia colectiva para asegurarse contra ataques informáticos. También las herramientas de protección existentes como anti-virus, anti-spyware u otros mecanismos de seguridad o métodos de encripta-



Espacios a tu alcance

- TERRAZO
- PORCELÁNICO
- PIEZAS SANITARIAS
- GRANITO NATURAL
- CERÁMICA
- MÁRMOL
- ADOQUÍNES
- TEJAS
- JACUZZI



**... servicios a todo el país y para exportación**

www.menicucci.com.do • Autopista Duarte Km. 3 1/2, Santiago, R.D. Tel. 809 582 7133 Fax. 809 583 8222

ción son muy frágiles haciendo que los teléfonos inteligentes sean relativamente fáciles de piratear.

Entonces, la pregunta lógica es ¿de qué forma podemos proteger y/o respaldar esta información? Lo aconsejable es seguir algunas buenas prácticas en el uso de su aparato para incrementar la seguridad. A continuación presento algunas situaciones y sugerencias a tener en cuenta para resguardar asuntos importantes e información privada de los propietarios de los equipos.

La primera medida es proteger el teléfono con una contraseña (password) y configurar el aparato para que se bloquee automáticamente al estar ocioso más de un minuto. Cada fabricante tiene su método para establecer la clave del teléfono, por lo que deberá consultar las especificaciones para el tipo de aparato que tenga (Blackberry, iPhone, Android u otra marca). Y esa contraseña debe ser únicamente para el usuario del aparato, pues si te la sustraen, como casi todos los servicios online tienen tu cédula como usuario, pueden hacerse pasar por ti en cualquiera de estos siste-

## Algunas de las formas en que los “amigos de lo ajeno” han estado torpedeando los teléfonos inteligentes:

### 1. Virus informáticos para las plataformas móviles que roban el saldo bancario.

Las páginas de suplantación de identidad que roban contraseñas de los sistemas de pago en línea y de bancos. Robo legítimo a través de la suscripción de aplicaciones que uno no sabe cuánto realmente le costarán al final de cuentas. Siempre dude de los archivos, enlaces, o los números recibidos de correo electrónico o mensajes SMS no solicitados. Recuerde, el dicho “Si parece demasiado bueno para ser verdad, probablemente no lo es”.

Recientemente hemos visto ataques de nueva generación. Estos

virus informáticos convierten tu móvil en zombi listo para ser usado por los criminales para el envío de spam o generar tráfico en internet por medio de la visita a páginas Web. Cualquiera de estos, termina causando pérdida de dinero ya que cargaría mayor uso de internet o envío de SMS (mensajes de texto).

### 2. Dado que muchas aplicaciones que manejamos utilizan la ubicación geográfica de nosotros, dicha información puede ser utilizada para fines maliciosos, no solamente en términos cibernéticos.

Por ejemplo, si una persona está de vacaciones y envía un Twitteo

donde aparece su ubicación fuera de la localidad donde vive, los criminales pueden tener suficiente información para robar su casa.

### 3. También, ya que nuestros móviles se han convertido en mini computadoras y tiene mucha información sensible, otro ataque podría estar orientado al robo de esta información.

Si el móvil que usamos no es sólo para uso personal, sino que también manejamos datos de la compañía o empresa en la que laboramos, toda esta información empresarial sensible podría ser robada e incluso podría el usuario del teléfono ser víctima del robo de identidad.

*¿Planeando tu próximo evento?*

# *Alkifiesta*

*podemos ayudarte*



Alquileres



Carpas Marquee



Eventos  
Corporativos



Catering



Coordinación  
General



Ventiladores  
AlkiCool

**Tel.: 809.724.1336 • [info@alkifiesta.com](mailto:info@alkifiesta.com)**

Ave. Salvador Estrella Sadhala esq. Calle C, Reparto Tavarez Oeste, Santiago, R.D.

Calle 26 de agosto #36, Residencial Ballardo, Puerto Plata, R.D.

**[www.alkifiesta.com](http://www.alkifiesta.com)**

mas. Pero, si un intruso no puede tener tu contraseña no pasará de la pantalla y el riesgo de tener acceso a tu información y/o tu clave está minimizado.

Otra recomendación es utilizar un sistema de seguridad para móviles que incluya Antivirus, Anti-Spam, Firewall, Anti-Phishing, funciones anti-ladrón que permitan ubicar el aparato por el nuevo número SMS o la ubicación GPS en un mapa digital, sistema de cifrado de datos, actualizar siempre el celular al último firmware disponible por el proveedor. En el caso de los iPhones es recomendable no hacer el jailbreak (especie de desbloqueo para ejecutar aplicaciones), ya que estos abren muchos huecos en la seguridad del sistema operativo del mismo.

Los principales ataques se realizan cuando el Bluetooth está encendido. Por ejemplo, si uno está en una plaza comercial y el dispositivo descubre otros afines, así se comparte información sin uno saberlo. Hay herramientas que se pueden instalar que permiten interceptar dispositivos llamados sniffers. Son iguales a los que existen para las computadoras personales, que tratan de acceder al dispositivo y si éste no está protegido con clave, entran a toda su información compartida.

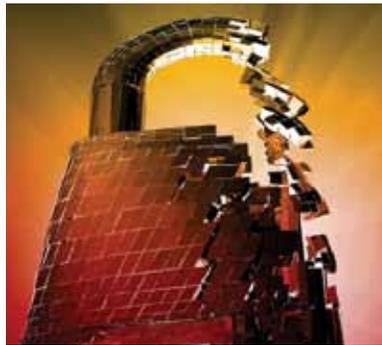
Todavía la parte del cifrado o encriptado de la información para estos equipos está en su etapa inicial y es muy pobre. Por lo tanto, lo ideal es activar el Bluetooth o el WiFi sólo cuando lo vayas a utilizar y desconectarlo inmediatamente termines de utilizar la conexión virtual. También, lo más seguro para la parte

de WiFi es tener un plan con su proveedor de servicio de Internet y/o comunicación móvil pues conectarse a señales gratuitas es peligroso ya que alguien puede crear una conexión que parezca válida y las personas se conectan felices cayendo en la trampa.

Según Dmitri Bestuzhev, director para América Latina del Equipo Global de Investigación y Análisis de Kaspersky Lab., muchas personas famosas han perdido sus contraseñas de las redes sociales por usar redes inalámbricas públicas sin contraseñas y sin encriptación. Cualquier dato enviado o recibido es transmitido en texto sencillo y esto significa, que cualquier persona puede interceptarlo y usarlo a su discreción. Dmitri también considera que además de conectarse con redes con contraseñas, también es mejor conectarse por redes cableadas y no hacer transferencias bancarias o arriesgar

cualquier otro tipo de información sensible desde el dispositivo móvil. Lo ideal es no guardar claves bancarias en estos aparatos, ni en las computadoras.

Finalmente, recuerde que antes de instalar cualquier aplicación de la tienda móvil, es importante asegurarse de que sea una aplicación producida por un vendedor conocido y de buena reputación. Debe revisar cuánto tiempo lleva en el mercado y qué calificación tiene por parte de otros usuarios.



“ Los principales ataques se realizan cuando el Bluetooth está encendido.”

El autor es Ingeniero de Sistemas.



# ALGUNOS “TIPS” SOBRE EL CÓDIGO TRIBUTARIO

**Roberto Rodriguez, PhDc**

Las recaudaciones tributarias de la República Dominicana han mejorado en los últimos años, gracias a un mayor esfuerzo del sector gubernamental por un lado y por el otro, una mejor comprensión por parte del sector empresarial de los derechos y deberes que le asisten según lo establecido por la entidad recaudadora de impuestos.

Cuentas y reglas claras hacen mejores amigos indica el dicho popular. Por eso, con la intención de contribuir al fortalecimiento de las relaciones y el entendimiento entre la Dirección General de Impuestos Internos y el empresariado, aquí presento algunos puntos a considerar en aras de orientar al contribuyente sobre aspectos que a veces desconoce y son para su beneficio:

- **Deducciones admitidas.** Es importante que tenga claro cuáles son las deducciones que el código permite al momento de hacer su declaración de renta como empresa. Estas están contenidas en el artículo 287 del código. Por ejemplo, en su literal i se establece que puede “donar a instituciones del sector público, que estén dedicadas a obras de bien social de naturaleza caritativa, religiosa, literaria, educacional o científica, hasta un

5% de la renta neta imponible del ejercicio”. Si se deduce una partida que no está permitida la DGII puede rectificar su declaración y al final ser penalizado por los recargos e intereses equivalente al monto dejado de pagar.

- **Deducción de anticipos.** Los contribuyentes que demuestren una reducción significativa de sus rentas en el ejercicio corriente podrán solicitar, por lo menos quince (15) días antes del vencimiento, la exención total o parcial de efectuar el pago del anticipo previsto en el artículo 314 del código. Si pertenece al sector agropecuario y se le generan anticipos puede hacer la solicitud de eliminación basado en la norma 01-2008 (esta norma ha sido prorrogada en varias oportunidades).
- **Exención del Impuesto a la Propiedad Inmobiliaria (IPI).** Queda excluida de este impuesto aquella vivienda cuyo propietario haya cumplido los sesenta y cinco (65) años edad, siempre que dicha vivienda no haya sido transferida de dueño en los últimos quince (15) años, y su propietario únicamente posea como propiedad inmobiliaria dicha

vivienda (párrafo II, artículo 2 de la ley 18-88 , modificado por el artículo 13 de la ley 288-04).

- **Acuerdo de pago.** El legislador prevé que toda deuda que entra en mora tiene las siguientes penalidades: para el primer mes una mora de un 10% más un interés de 1.73%, en el segundo mes y los siguientes la mora será de un 4% progresivo e indefinido por cada mes o fracción de mes subsiguientes; así como un 1.73% acumulativo de interés indemnizatorio por cada mes o fracción de mes. En vista de lo anterior es recomendable que antes de que una deuda entre en mora, el contribuyente haga el pago o solicite un acuerdo de pago. Las condiciones del acuerdo de pago debe discutirla en la administración que le corresponda. De manera general, requieren de un pago inicial y un plazo de pago inferior a 12 meses, incluyendo el pago inicial. A la deuda en acuerdo de pago solamente se le carga el interés indemnizatorio de 1.73%.
- **Registro de compra y libro de ventas.** Para fines de presentar sus declaraciones, el contribuyente debe disponer de todas sus compras sustentadas con factura con Número de Comprobante Fiscal (NCF) válida para crédito fiscal. Recuerde solicitarla al realizar su compra y luego validar que son correctos. Esto se puede hacer en la página web de la DGII.



“Cuentas y reglas claras hacen mejores amigos indica el dicho popular.”

- **Procedimiento Simplificado de Tributación (PST).** Es un procedimiento establecido por el Decreto 758-08 que facilita el cumplimiento a los pequeños contribuyentes sean estas personas físicas o jurídicas. En la página de la DGII hay un portal especializado para estos fines. Hay dos modalidades para poder acogerse:

- **PST ingreso.** Se pueden acoger los contribuyentes, personas físicas o negocios de único dueño sin contabilidad organizada, cuyos ingresos no superen los seis millones ochocientos veintiocho mil ochenta y dos pesos con cincuenta y seis centavos (RD\$ 6,828,082.56) anuales, tales como: colmados, salones de belleza, profesionales liberales (abogados, médicos, odontólogos, contadores) y otros. Esto le permite descontarse un 40% de sus ingresos como costos o gastos de operación, en adición de la exención contributiva.

- **PST compra.** Está previsto para los contribuyentes Personas Físicas y Jurídicas del sector Comercial de Provisiones al por mayor y detalle y las Pequeñas Industrias, cuyas compras sean de hasta treinta millones de pesos (RD\$30,000,000.00) anuales, tales como: colmadones, almacenes de provisiones, farmacias, panaderías, entre otros. Para requisitos y detalles adicionales se recomienda visitar el portal PST en la página de la DGII o visitar la Administración local más cercana.



Puerto  
Madero  
Grill & Restaurant

## Menú Ejecutivo

Lunes a Viernes  
De 12:00 a 3:00 pm.

**Combo**  
Entrada +  
Plato Fuerte +  
Acompañamiento +  
Postre de la Casa =  
**RD\$195.00 Pesos**  
Impuesto Incluidos

### ENTRADAS

- Ensaladas
- Sopa de Vegetales

### PLATOS FUERTES

- Pechuga a la plancha
- Filete de res a la plancha encebollado
- Filete de cerdo a la plancha con pimientos salteados
- Mero a la plancha
- Pasta en salsa de tomates frescos
- Pasta en salsa carbonara

### ACOMPANIAMIENTOS:

- Arroz con habichuela
- Tostones
- Puré de papas
- Papas fritas

### POSTRE DE LA CASA

## Dentro de los servicios Web que tiene la DGII puede encontrar los siguientes:

- **Oficina Virtual.** Herramienta que permite realizar una gran cantidad de operaciones desde la comodidad de su hogar o su oficina. Está concebida “para mejorar los servicios, reducir los costos de cumplimiento y ofertar informaciones oportunas a los contribuyentes”.
- **Calculadoras.** Son herramientas que hemos diseñado para que los contribuyentes y público interesado puedan saber, previo a acudir a nuestras oficinas o acceder a la Oficina Virtual, el monto a pagar o monto imponible del trámite que desea realizar ante esta Dirección General e incluso generar la autorización de pago del impuesto a pagar. Dentro de las existentes hay calculadoras para computar las retenciones a empleados, el monto de una transferencia inmobiliaria, el impuesto a pagar por la constitución de compañía, por el incremento del capital social autorizado, el pago de hipoteca inmobiliaria y el pago de recargos.
- **Consultas.** A través de este servicio los contribuyentes y público interesado, podrán conocer datos necesarios para la realización de algunos de los principales trámites tributarios que administra la Dirección General de Impuestos Internos.

- **Descuento por pronto pago.** El código prevé en su artículo 252 (párrafo III) la posibilidad de hacer una rebaja del monto de los recargos si el contribuyente “pagare de forma inmediata y definitiva los impuestos que le fueron notificados por la Administración Tributaria, o realizare una rectificación voluntaria de su declaración jurada de impuestos”. La rebaja puede ser de un 30% a un 40% dependiendo de la naturaleza de cada caso.

- **Deberes formales.** El código establece en su artículo 50 una serie de deberes formales que

tiene el contribuyente. Su no cumplimiento puede ser penalizado con multa de cinco (5) a treinta (30) salarios mínimos (artículo 256). Entre los deberes formales están llevar registros, inscribirse en el Registro Nacional de Contribuyente (RNC), comunicar los cambios de domicilio, y presentar las declaraciones, entre otros.

---

El autor es administrador de la oficina de grandes contribuyentes DGII-Santiago



TÚ TIENES UNA RAZÓN POR LA CUAL VIVIR.

NOSOTROS CUIDAMOS ESAS RAZONES !



**Juan Hernández & Asocs.**  
Corredores de Seguros

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

## FERIAS NACIONALES

- **Expo Vega Real - Agosto 03-07**  
Organiza Cámara de Comercio de la Provincia La Vega
- **Expo Cibao - Septiembre 14-18**  
Organiza Cámara de Comercio y Producción de Santiago
- **Expo Valverde - Octubre 27-30**  
Organiza Cámara de Comercio de la Provincia Valverde
- **Expo Constitución - Noviembre 05-09**  
Organiza Cámara de Comercio de la Provincia San Cristóbal
- **Expo San Juan - Noviembre 24-27**  
Organiza Cámara de Comercio de San Juan de la Maguana

## FERIAS INTERNACIONALES

### Ferias 2011

- **7ma Feria Internacional de Logística, Servicios, Transporte, Tecnología y Comercio Exterior de las Américas - Agosto 03 - 05**  
Evento especializado y punto de encuentro de la Cadena de Abastecimiento más importante del país con impacto internacional especialmente del Área Andina, Caribe y Centroamérica.
  - **FIRE & SAFETY EXPO KOREA - Agosto 19 - 22**  
[www.fireexpo.co.kr](http://www.fireexpo.co.kr)  
Equipos contra incendios, primeros auxilios y seguridad.
  - **SENDEX - Agosto 25 - 27**  
[www.seniorexpo.or.kr](http://www.seniorexpo.or.kr)  
KINTEX  
Artículos para envejecientes, equipos auxiliares para minusválidos, alimentos y productos de salud.
  - **ABASTUR 2011 - Agosto 30 - Sept. 01**  
Organiza  
Centro Banamex, México  
Foro Latinoamericano de Proveeduría para la Industria Hotelera, Restaurantera y de la Hospitalidad.  
[www.abastur.com](http://www.abastur.com)
  - **PREVIEW IN SEOUL - Agosto 31 - 02 Sept.**  
[www.previewinseoul.co](http://www.previewinseoul.co)  
COEX  
Textiles y Moda
  - **ENTECH ENVIRONMENT & ENERGY TECH - Sept. 1 - 3**  
[www.entechkorea.net](http://www.entechkorea.net)  
BEXCO - Medioambiente, energía, clima.
  - **ACE FAIR Asia Content & Entertainment Industry Fair - Sept. 8 - 11**  
[www.acefair.or.kr](http://www.acefair.or.kr)  
Kim Dae Joong Convention Center  
Contenidos para transmisión, imagen, juegos, personajes, animación y edu-entrenamientos educativos.
  - **APEN - Fecha: Sept. 23 - 25**  
Organiza Asociación de Productores y Exportadores de Nicaragua Managua, Nicaragua - <http://expoapen.apen.org.ni/>
  - **SIEF SEOUL INTERNATIONAL ELECTRIC FAIR - Sept. 28 - Oct. 1**  
[www.sief.co.kr](http://www.sief.co.kr)  
COEX  
Instalaciones e instrumentos eléctricos.
  - **KOREA ELECTRONICS SHOW - Octubre 11 - 14**  
[www.kes.org](http://www.kes.org)  
KINTEX  
Emisión, telecomunicaciones, eléctricos, electrónicos, computadores y accesorios, E-comercio, internet e IT.
- Para mayor información sobre estos eventos, puede dirigirse a:  
**KOREA BUSINESS CENTER (KOTRA)**  
Oficina Comercial del Gobierno de Corea  
Dirección: Roberto Pastoriza # 16, Edif. Diandy XIII, 7mo. Piso, Ensanche Naco, Santo Domingo  
Teléfonos: 809 567 9733 / 809 381 2753 • Fax: 809 567 9737  
e-mail: [sdqkctc@codetel.net.do](mailto:sdqkctc@codetel.net.do)

# NUEVOS SOCIOS

## ■ ASTRO

Ajustadores de Tasadores de Seguros  
Av. Francia Suite 1, 2do. Nivel, Edif. Hernández, Santiago  
Tel: 809 582 9779  
Email: srcollado@gmail.com

## ■ BRAZILIAN DESIGN – THAIS DE ANDRADE

Diseño Gráfico  
C/B., Edificio ILR, Apto. 2A3, Santiago, El Edén  
Tel: 809 724 6618  
Email: thais@bdgraphicdesign.com

## ■ CLÍNICA DR. GUZMÁN

Servicios de Salud  
Carretera Jacagua #158, Buenos Aires, Santiago  
Tel: 809 576 6330

## ■ CRECIMIENTO EMPRESARIAL, S.R.L.

Asesoría de Negocios  
C/Independencia #43, Santiago  
Tel: 809 581 9100  
Email: massielhahn@hahnceara.do

## ■ DISTRIBUIDORA DE SERVICIOS Y TECNOLOGÍA

Venta y Servicios de Equipos y Accesorios de Computadoras  
Calle Hostos #33, Santiago  
Tel: 809 971 8714  
Email: disertec@claro.net.do

## ■ FERRETERÍA CRUZ

Venta Artículos Ferreteros  
Carretera Hato Mayor #19, La Cruz de Marilópez, Santiago  
Tel.: 809 724 0303  
Email: jhon.c\_fcruz@hotmail.com

## ■ HOTEL RESTAURANT PIZZERÍA OLÉ, S.A.

Expendio de Comida y Bebidas Alcohólicas  
Av. J. P. Duarte, Esq. Independencia, Santiago  
Tel: 809 581 0410

## ■ IT PROFESIONAL, S.A.

Consultoría de Tecnología y Sistemas de Información  
C/Roberto Pastoriza #19, Jardines Metropolitanos, Santiago  
Tel: 809 226 0118  
Email: fsued@aitprofessional.com.do

## ■ JG CONSULTING, S.R.L.

Servicios de Consultas, Investigación, Asesoría Económica y Gestión  
Carretera Luperón Km.7, #98, Santiago  
Tel: 809 276 6071  
Email: jgutierrez@jgcon.net

## ■ MULTIMIGRACIÓN

Asesoría Migratoria  
Av. Bartolomé Colón, Suite 217, Plaza Texas, Los Jardines, Santiago  
Email: multimigracionrd@yahoo.com

## ■ MISIÓN 24X, S.R.L.

Monitoreo de Sistemas de Control y Procesos Industriales  
Av. Imbert, Edificio G82, Apto.1-A, Santiago  
Tel.: 809 489 0776  
E-mail: juliocmarate@hotmail.com

## ■ OFICINA DE ABOGADOS MARTÍNEZ ACOSTA & ASOC., S.R.L.

Asesoría Legal, Bienes Raíces, Cobros Legales  
Calle 1, #2, Los Cerros de Gurabo I, Santiago  
Tel: 809 581 6301  
Email: luyomarco@hotmail.es

## ■ OFICINA KUNHARDT Y ASOC. S.R.L.

Agrimensores, Abogados, Consultores Inmobiliarios  
C/Paseo de los Choferes #101, Urbanización Miraflores, Santiago  
Tel: 809 582 0221  
Email: madi-olivares@konhardtyasociados.com

## ■ PINTURAS Y APLICACIONES, C. POR A.

Restauración Arquitectónica  
C/17 de Abril, Reparto Perelló, Esq. Proyecto 1, Santiago  
Tel: 809 971 0828 / 809 974 5000  
Email: pinlaca01@gmail.com

## ■ PROMUEVE, S.R.L.

Servicios Mercadológicos  
Av. W. Churchill #105, Suite 29-B, Plaza Fernández II, Santo Domingo  
Tel.: 809 563 7902  
E-mail: promueve@claro.net.do

## ■ QUALITY PLUS, CORP.

Textil (Abrigos)  
Zona Franca Industrial, La Vega  
Tel: 809 242 6070  
Email: qualitypluscorp@gmail.com

## ■ QMS GLOBAL DR & THE CARIBBEAN, S.A.

Servicios de Auditoría y Certificación  
C/Paseo de los Choferes #101, Urbanización Miraflores, Santiago  
Tel: 809 581 5681

## ■ SEGUROS CONSTITUCIÓN

Seguros  
C/Lic. Genaro Pérez, Edif. Scarlet, El Despertar, Santiago  
Tel: 809 276 2765

## ■ SERASCANDIA DOMINICANA, S.A.

Procesamiento, Industrialización de Productos, Sub-Productos y demás Materiales Desechables de Origen Animal  
Av. 27 de Febrero #7-A, Ens. Bermúdez, Santiago  
Tel: 809 575 7579  
Email: serascandia@claro.net.do

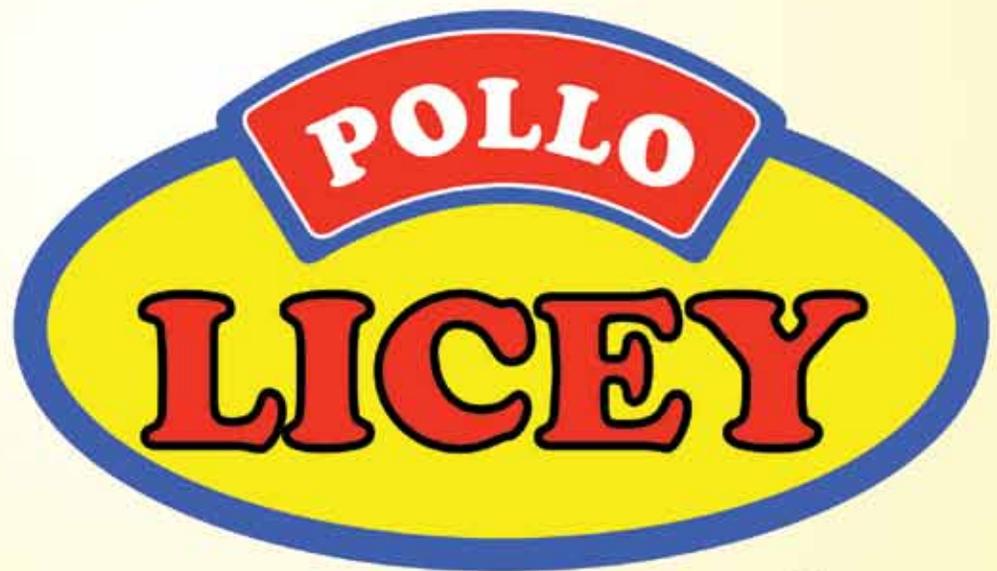
## ■ TILES IMPORT & EXPORT

Tienda de Cerámica, Porcelanato, Accesorios para Baños  
Av. 27 Febrero, Santiago  
Tel: 809 580 1754  
Email: tilesimportexport@gmail.com

**Para comer variado  
y delicioso**



- **Pollo Horneado**
- **Pollo Frito**
- **Desayuno**
- **Plato del Día**
- **Servicio de Buffet**
- **Cocina a Domicilio**
- **Servicio de Delivery**



*¡Exquisito sabor Criollo !*

**Santiago**

Av. Juan P. Duarte No. 28

Tel.: 809-241-3300

**Santiago**

Av. Circunvalación, Plaza Miami

Tel.: 809-575-6000

**Licey**

Duarte No. 28

Tel.: 809-580-8770

**Moca**

Duarte No. 30, Esq.

Club de Leones

Tel.: 809-578-2734

**La Vega**

Padre Adolfo,

Esq. Padre Fantino

Tel.: 809-573-4444

**Tamboril**

Avenida Presidente VASQUEZ

Plaza Real, 1er. Nivel

Tel.: 809-580-5888

**www.pollolicey.com**



UNA INICIATIVA DE LA PLATAFORMA MEDIOAMBIENTAL DE



CERVECERIA NACIONAL DOMINICANA