



# AMCHAMDR



**RUTA HACIA LA CONTINUIDAD**  
OPORTUNIDADES A PARTIR DE LA CRISIS



EDICIÓN 65 • AÑO 2020



# AMCHAMDR TRADE CENTER

Desarrolle su estrategia comercial local e internacional, elija el mejor mercado para su producto o servicio y evalúe posibles socios para su negocio. Ponemos a su disposición nuestra cartera de servicios comerciales en la modalidad virtual, para facilitar la gestión comercial de sus empresas en esta coyuntura especial por **COVID-19**.

## NUESTROS SERVICIOS



### CITAS DE NEGOCIOS

Le brinda la oportunidad de sostener una agenda de negocios con un máximo de **4 citas individuales**, con empresas de su interés para explorar nuevas oportunidades de negocio.



### BUSINESS FACILITATION MEETING

Espacio virtual promocional que permite presentar a un grupo de empresas locales o extranjeras, productos y/o servicios y en adición ofrecer charlas y talleres técnicos focalizados, que generen interés por la marca. Nuestro staff comercial convoca a **su público meta**, coordina el encuentro virtual y les asiste durante su presentación.



### LISTADO DE CONTACTOS

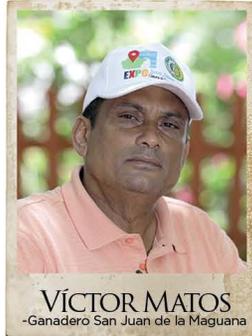
Este servicio provee un mínimo **10 contactos precalificados** de acuerdo a las necesidades indicadas.

**Todos estos servicios están disponibles para socios y no socios.**

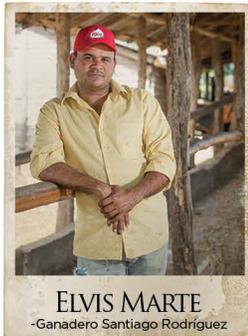


# HOY, MÁS QUE NUNCA, SEGUIMOS APOYANDO AL PRODUCTOR NACIONAL

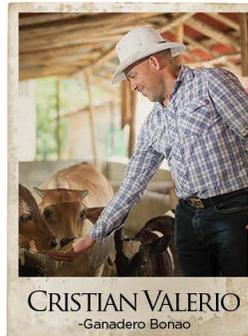
Desde nuestros inicios, en Grupo Rica hemos estado comprometidos con el productor de leche nacional. Además de un aliado comercial y tecnológico, hemos sido una mano amiga con la que siempre han podido contar. Nos llena de orgullo brindar soporte a nuestra industria lechera, pues ella representa lo mejor de esta fértil tierra en las manos que trabajan la leche y el ganado que se alimenta con nuestros pastos, bebe el agua de nuestros manantiales y respira el aire fresco de nuestras colinas. En Grupo Rica reiteramos nuestro compromiso de seguir apoyando al ganadero nacional para brindar una vida más Rica a todo el pueblo dominicano.



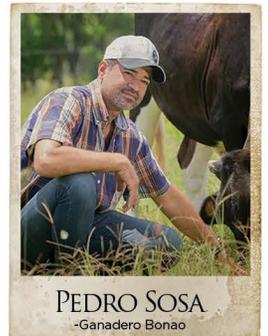
**VÍCTOR MATOS**  
-Ganadero San Juan de la Maguana



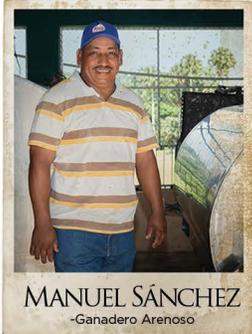
**ELVIS MARTE**  
-Ganadero Santiago Rodríguez



**CRISTIAN VALERIO**  
-Ganadero Bonao



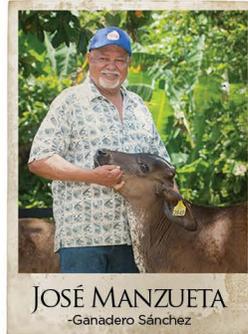
**PEDRO SOSA**  
-Ganadero Bonao



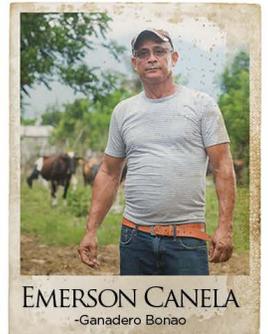
**MANUEL SÁNCHEZ**  
-Ganadero Arenoso



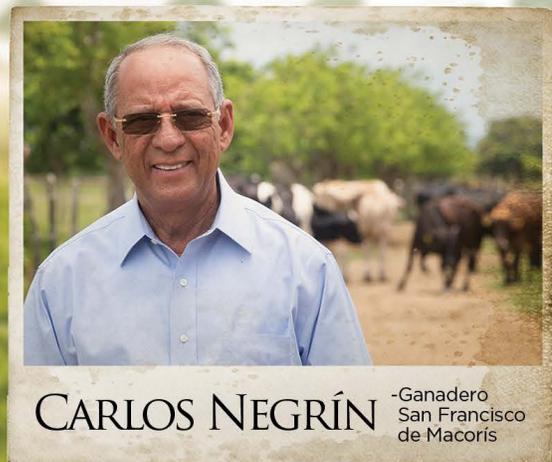
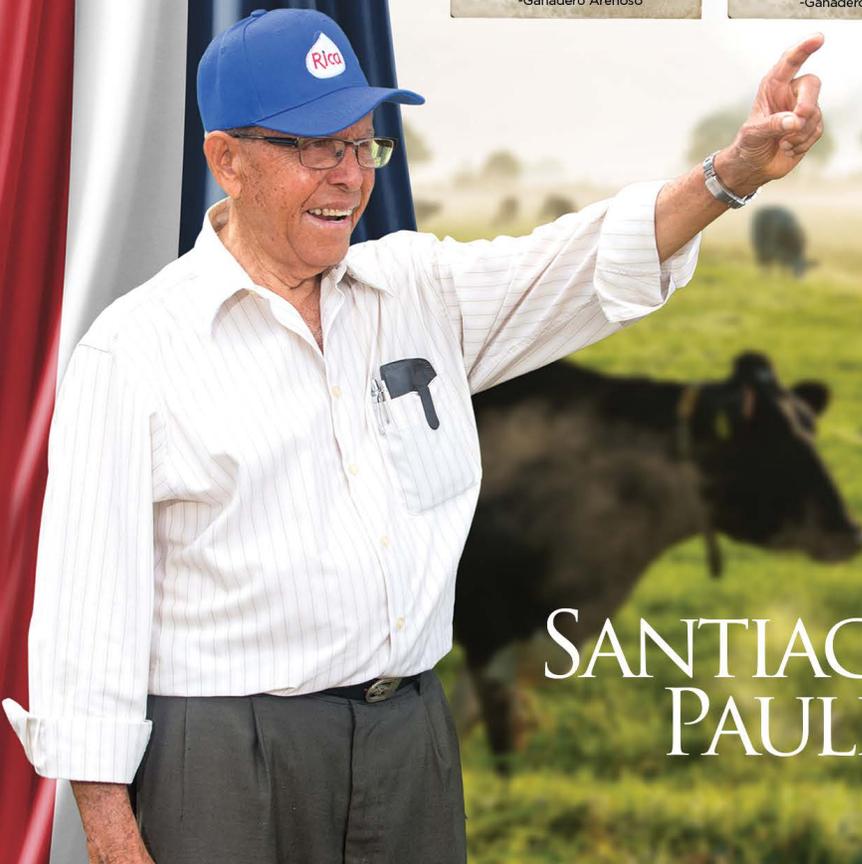
**FÉLIX ESTEBAN ACOSTA**  
-Ganadero Cabrera



**JOSÉ MANZUETA**  
-Ganadero Sánchez



**EMERSON CANELA**  
-Ganadero Bonao



**CARLOS NEGRÍN** -Ganadero San Francisco de Macorís

**SANTIAGO PAULINO** -Ganadero San Francisco de Macorís

**06** FROM DESK  
REINVENTARSE DURANTE LA  
INCERTIDUMBRE

**08** AMCHAMDR INSTITUCIONAL  
LA EXPERIENCIA VIRTUAL DE  
LA ASAMBLEA CONSEJO DE  
DIRECTORES AMCHAMDR

**24** APRE(HEN)DER  
LOS PILOTOS HÁBILES CONSIGUEN  
SU REPUTACIÓN EN TORMENTAS Y  
TEMPESTADES

**26** COMITÉ DE ENERGÍA  
GENERACIÓN A GAS NATURAL AHORRA  
HASTA US\$300 MM POR AÑO

**28** COMITÉ DE FACILITACIÓN DE COMERCIO  
RD EN RUTA PARA CUMPLIR CON EL  
ACUERDO DE FACILITACIÓN  
DECOMERCIO

**32** COMITÉ LEGAL  
ALERTA ANTE UN CIBERATAQUE

**36** COMITÉ SOSTENIBILIDAD  
ASÍ IMPACTA EL COVID-19 A LOS  
OBJETIVOS DE DESARROLLO  
SOSTENIBLE

**38** COMITÉ TIC  
COMPETITIVIDAD BUSCA GENERAR  
EMPLEOS, DIVISAS Y FOMENTAR LAS  
EXPORTACIONES

**40** IN THE LOOP  
APRENDIZAJE UBICUO

**42** CLAVES PARA EL ÉXITO DE LAS  
LICITACIONES DE CONTRATOS  
DE COMPRAVENTA DE ENERGÍA  
RENOVABLE

**60** AMCHAMDR PROVINCIAS  
OFICINA REGIONAL NORTE DE  
AMCHAMDR: 40 AÑOS IMPULSANDO  
EL DESARROLLO DEL CIBAO

**64** "SOBREVIVIR AL 2020 PARA  
APROVECHAR LA MEJORÍA  
ECONÓMICA EN 2021"

**66** INHOUSE

**76** BASC

# CONTENIDO

## EDICIÓN 65

     @AMCHAMDR

## DOSSIER

**14** | OPORTUNIDADES CREADAS POR LA CRISIS

**18** | ¿CÓMO SERÁ EL MUNDO POSTPANDEMIA?

**20** | ¿ES POSIBLE CONSTRUIR CONEXIONES DE VALOR  
EN TIEMPOS DE COVID-19?

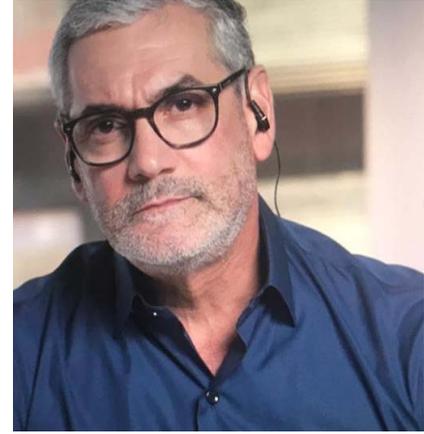
**22** | APUESTA A LA ADAPTABILIDAD E INNOVACIÓN



**48** | UNA PROPUESTA BASADA EN 7 PILARES PARA LA TRANSFORMACIÓN DE RD



**52** | ELIMINAR LA CORRUPCIÓN, EFICIENTIZAR EL GOBIERNO Y ESTIMULAR LA INVERSIÓN



**56** | ATRAER MÁS INVERSIÓN EXTRANJERA Y CONVERTIR A RD EN HUB LOGÍSTICO

## COLABORADORES



**AGUSTÍN RODRÍGUEZ**  
TROUTMAN PEPPER  
HAMILTON SANDERS  
LLP



**EDUARDO VALCARCEL**  
MANAGING PARTNER DE  
NEWLINK DOMINICANA



**EDWIN CRESPO**  
CEO DE ZEBRA HILL  
CONSULTING



**RICARDO GONZÁLEZ**  
ABOGADO ASOCIADO EN  
JIMÉNEZ PEÑA



**VICTORIA ALVÁREZ**  
TROUTMAN PEPPER  
HAMILTON SANDERS  
LLP



**VINICIO SUBERO**  
DIRECTOR COMERCIAL DE  
RON BARCELÓ



**JUAN LUIS LOZADA**  
PRESIDENTE DE A100%



**MEINY GONZÁLEZ**  
DIRECTORA COMERCIAL  
ONEMAX

### EDITORIAL

#### Dirección Ejecutiva

William M. Malamud

#### Dirección Editorial

Giselle Contín

#### Coordinación General

Xochitl Cordero

#### Dirección de Arte

Víctor Escarramán

#### Redacción y Corrección de Estilo

Ailyn Hilario

#### Diseño y Diagramación

Medios RD 360

#### Fotografías

Jorge Méndez

123rf.com / iStock.com

### COMITÉ EJECUTIVO

#### Presidente

Ramón Ortega

#### Vicepresidentes

Roberto Herrera

Ricardo Pérez

#### Tesorero

Edwin De los Santos

#### Secretaría

Francesca Rainieri

#### Pasado presidente

David Fernández

### DIRECTORES

Ana Figueiredo

Alexander Schad

Carlos José Martí

Eduardo Cruz

Fernando Villanueva

José A. Álvarez

Juan Velázquez

Juana Barceló

Ligia Bonetti

Lucile Houellemont

Marco Cabral

María Waleska Álvarez

### PASADOS PRESIDENTES

Marcelino San Miguel II

Jaak E. Rannik

Frank R. Rainieri

José Vitiernes

Pedro Pablo Cabral

Carlos Ros

Christopher Paniagua

Alejandro Peña Prieto

Julio V. Brache

Máximo Vidal

Gustavo Tavárez



La revista AMCHAMDR se distribuye entre nuestros socios, las empresas y los organismos estatales más importantes, el cuerpo diplomático, los medios de comunicación y entidades relacionadas. Circula en el más alto segmento de negocios de la región a través de las Cámaras de Comercio de Latinoamérica y Estados Unidos. AMCHAMDR confía en la seriedad de sus anunciantes y colaboradores, pero no se hace responsable de promociones o concursos ni de las opiniones vertidas en artículos, ya que no necesariamente corresponden con la opinión oficial ni de la revista ni de la institución.  
Av. Sarasota 20, Torre Empresarial, 6to. piso, La Julia, Sto. Dgo. R.D. T: 809.381.0777 / Línea nacional: 1.809.200.0002 / F: 809-381-0285 • www.amcham.org.do

## *REINVENTARSE DURANTE LA INCERTIDUMBRE*

Desde mediados de marzo pasado, nuestras vidas han dado un cambio inesperado. Hemos tenido que lidiar con el establecimiento de medidas de confinamiento, distanciamiento físico, toque de queda, entre otras para mitigar el contagio del COVID-19, un virus silente que se ha convertido en un gran desafío sanitario, social y económico en todo el mundo.

Las empresas en la República Dominicana se han visto afectadas con el cierre parcial o total de sus operaciones, la reducción de sus ingresos, la obligación de trabajar con una plantilla y horario reducidos y, en ocasiones, se han visto en la necesidad de suspender empleados, todo eso en el contexto de una contracción económica de 8.8% en los primeros cinco meses del año, de acuerdo con estadísticas del Banco Central.

Es innegable que el sector privado, compuesto en un 98% por MIPYMES y considerado como el motor que impulsa el desarrollo de la economía, pasa por un momento de mucha vulnerabilidad, donde se precisa tomar decisiones oportunas y efectivas. Una fórmula que me gusta aplicar en momentos de incertidumbre es dividir el tiempo de la siguiente manera: Un 5% para pensar en el problema y el 95% restante en buscar una solución.

Durante estos meses en la Cámara Americana de Comercio de la República Dominicana nos hemos concentrado en mirar hacia el futuro para aplicar los cambios requeridos, adaptarnos a la nueva normalidad y acelerar el proceso de transformación digital que veníamos implementando.

Hemos traspasado las barreras físicas para sumergirnos dentro de un entorno virtual, que, al mismo tiempo, garantice la continuidad de nuestras operaciones. En este proceso se destacan tres cambios que hemos aplicado:

- 1. Nuestros colaboradores trabajan desde mediados de marzo en un 100 por ciento en modalidad remota,***
- 2. Nuestros eventos pasaron a realizarse de forma totalmente virtual, manteniendo la calidad organizativa, de los oradores y ofreciendo contenido de alto valor,***
- 3. Diseñamos el AMCHAMDR Trade Center, desde donde trasladamos nuestra cartera de servicios a una modalidad online para servir con mayor eficiencia a nuestros socios.***

Estas tres transformaciones forman parte de nuestro plan estratégico, basado en los puntos: Cuidar, Conectar e Innovar. Sabemos que no todas las empresas pueden aplicar el mismo esquema de negocios, pero no es menos cierto que llegó la hora de pensar fuera del modelo tradicional y aplicar soluciones innovadoras. A mi mente llega la cita un proverbio japonés que dice: "El que quiere subir, inventa la escalera".

Ahora que el país se enfrenta a nuevos desafíos impuestos por la irrupción de esta pandemia, se requiere que el liderazgo empresarial visualice nuevas formas de reinventarse dentro de la incertidumbre para detectar la oportunidad, incluso dentro de la dificultad.



**RAMÓN ORTEGA**  
PRESIDENTE AMCHAMDR

THE WORLD'S  
CITI. IT'S  
WHEREVER  
YOU ARE.



Todos los días, en ciudades alrededor del mundo, hay gente haciendo cosas increíbles. Ellos están creando, innovando, adaptando, progresando, imaginando. ¿Y un banco? ¿No deberíamos ser igualmente ingeniosos? ¿Esforzarnos por coincidir con la visión, pasión e innovación de nuestros clientes?

En Citi creemos que la banca debe resolver problemas, impulsar empresas, desarrollar comunidades, cambiar vidas.

Durante más de 200 años la misión de Citi ha sido creer en las personas y ayudarlas a hacer sus ideas realidad. Con una combinación integrada de soluciones financieras y una red internacional inigualable que nos da la experiencia local y capacidades globales. Desde 1962 estamos en República Dominicana formando parte de la historia del país, liderando el sector bancario con estrategias efectivas e innovadoras que generan valor a nuestros clientes.



Citibank, NA Sucursal República Dominicana  
[citi.com/progress](http://citi.com/progress)

# LA EXPERIENCIA VIRTUAL DE LA ASAMBLEA CONSEJO DE DIRECTORES AMCHAMDR

## ■ CONSEJO DIRECTIVO AMCHAMDR 2020-2021

Por primera vez en la historia de la Cámara Americana de Comercio de la República Dominicana (AMCHAMDR por sus siglas en inglés) la Asamblea General Ordinaria Anual se celebró de manera virtual. El cambio de modalidad del encuentro, previsto para revelar los resultados de las votaciones para la elección del nuevo Consejo de Directores 2020-2021, obedeció a la situación de emergencia nacional

presentada en el país a causa del COVID-19. Era la mañana del martes 9 de junio de 2020 cuando de forma online se conectaron los miembros de AMCHAMDR para participar de la Asamblea General, que ocurrió una vez culminado el período de votaciones, realizado entre el 16 de marzo y el 5 de junio de 2020. Ramón Ortega, presidente de la Cámara Americana de Comercio, dejó abierta la sesión,

mientras que Franchesca Rainieri, secretaria, ratificó que la misma contaba con el quórum necesario para efectuarse de acuerdo los Estatutos de AMCHAMDR. En ese momento, se conoció el orden de los asuntos del día y se dio paso al presidente de AMCHAMDR del período 2019-2020 para que presentara las memorias de rendición de cuentas de su gestión.



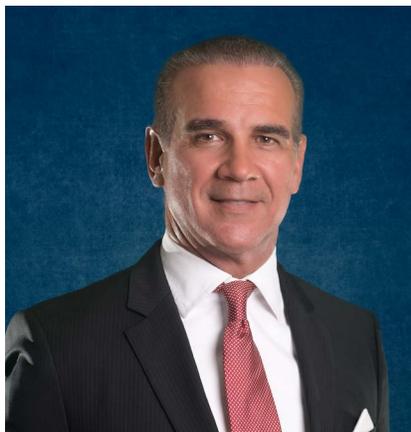
**Ana Figueiredo**  
ALTICE DOMINICANA



**José A. Álvarez**  
ÁLVAREZ & SÁNCHEZ



**Juana Barceló**  
BARRICK PUEBLO VIEJO



**Juan Velázquez**  
CENTRAL ROMANA CORPORATION



**Lucile Houellemont**  
DOMINICAN WATCHMAN NATIONAL



**Alexander Schad**  
FREDERIC SCHAD



**Fernando Villanueva**  
GRUPO VIAMAR



**Eduardo Cruz**  
HUMANO SEGURO



**Marco Cabral**  
IMPRESORA DEL YAQUE



**Ligia Bonetti**  
MERCASID



**Carlos José Martí**  
MARTÍ - TROPIGAS



**María Waleska Álvarez**  
NAP DEL CARIBE

## POR PRIMERA VEZ EN LA HISTORIA DE LA CÁMARA AMERICANA DE COMERCIO DE LA REPÚBLICA DOMINICANA LA ASAMBLEA GENERAL ORDINARIA ANUAL SE CELEBRÓ DE MANERA VIRTUAL.

Ortega habló del proceso de transformación digital que implementó desde el inicio de su gestión en la Cámara Americana de Comercio y cómo asumió la innovación para dinamizar los trabajos de la entidad líder en el fortalecimiento del clima de negocios e inversión entre la República Dominicana y los Estados Unidos. En ese punto, se refirió al uso de los Códigos QR para agilizar la entrada a los eventos y para el lanzamiento de productos digitales de AMCHAMDR, a las sesiones de los Comités de Trabajo y los esfuerzos por acercarse más a la membresía. El segundo punto del orden del día le correspondió a Edwin De los Santos. El tesorero de la

institución presentó los Estados Financieros de la Cámara Americana de Comercio correspondientes al 2019, que fueron auditados por la firma Horwath Sotero Peralta y Asociados. Posteriormente se procedió a ratificar al vicepresidente ejecutivo de AMCHAMDR, William Malamud, quien ocupa el cargo desde 1998. Malamud presentó la rendición de cuentas de la entidad en el 2019 y el plan de trabajo para 2020. Previo al anuncio de los miembros electos al Consejo de Directores 2020-2021, la Asamblea aprobó el nombramiento de Frank Rainieri y Pedro Pablo Cabral, ambos pasados presidentes

de AMCHAMDR, como miembros Honoríficos y Eméritos, por sus importantes contribuciones al crecimiento y consolidación de la Cámara Americana de Comercio. Según los estatutos de AMCHAMDR, la Asamblea General Ordinaria es el órgano supremo de dirección de la Cámara. Sus atribuciones son indelegables. De igual forma, sus actos y resoluciones, cuando se adoptan conforme a las disposiciones legales y estatutarias vigentes, tienen fuerza obligatoria para todos los miembros, aún para los ausentes o disidentes. Previamente se había realizado entre el 16 de marzo y el 5 de junio de 2020 el período de votaciones.

## ¿QUIÉNES COMPONEN EL COMITÉ EJECUTIVO Y EL CONSEJO DE DIRECTORES 2020?

Los miembros electos al Consejo de Directores deben ser miembros activos de AMCHAMDR, con más de 10 años de experiencia profesional, estar en pleno ejercicio de sus derechos civiles y ser ejecutivos de alto nivel en las empresas que laboran. Del mismo modo, no pueden contar con cargos públicos remunerados, ni estar inhabilitados por ley.

servicio de PwC y consultoría de impuestos a corporaciones nacionales e internacionales. Se graduó como licenciado en Contabilidad y obtuvo un postgrado en Gestión Tributaria de Harvard Kennedy School y una maestría en Impuestos Internacionales, Universidad de la Rioja. Herrera se desempeña como Gerente País Interenergy Group.

mercadeo, gestión financiera y administración y desarrollo de talento.

Mientras que De los Santos es presidente del Grupo AES Dominicana, la Fundación AES Dominicana y es Director Ejecutivo de Energía Natural Dominicana, ENADOM. Cuenta con una licenciatura en Derecho, tiene un Master en estudios Judiciales en Comercio y Negociaciones Internacionales, Master en Programa de Administración de Empresas y Consultor Legal.

Rainieri se ha destacado por su liderazgo dentro de Grupo Puntacana, donde ocupa la posición de vicepresidente de Administración y Finanzas. Además, dentro de su ejercicio profesional, respalda las operaciones del Aeropuerto Internacional, Hotelería y Servicios Turísticos, y Responsabilidad Social. Como miembros asociados y ordenados alfabéticamente por empresa, resultaron electos Ana Figueiredo, Altice Dominicana; José Antonio Álvarez Alonso, Álvarez & Sánchez S.A.; Lucile Houellefont, Dominican Watchman National S.A.; Alexander R. Schad O., Frederik Schad S.A.S.; Ligia Bonetti, MercaSid; Eduardo A. Cruz, Humano Seguros S.A.; Marco Cabral, Impresora del Yaque S.A.; y María Waleska Álvarez, NAP del Caribe.

Como miembros enlace o US-Linked y ordenados alfabéticamente por empresa, fueron elegidos Juan O. Velázquez, Central Romana Corporation LTD.; Juana Barceló, Barrick Pueblo Viejo; Fernando Eugenio Villanueva, Grupo Viamar S.A y Carlos José Martí, Martí - Tropigas.

Foto de archivo del Comité Ejecutivo.



Ramón Ortega, Roberto Herrera,  
 Ricardo Pérez, Edwin De los Santos y  
 Francesca Rainieri.  
 Les acompañan David Fernández  
 pasado presidente y William  
 Malamud vicepresidente ejecutivo.

El Comité Ejecutivo de la institución se mantendrá presidido por Ramón Ortega, PricewaterhouseCoopers.; como vicepresidentes a Roberto Herrera, InterEnergy Group y Ricardo Pérez, Hanes Caribe Inc.; tesorero, Edwin De los Santos, AES Dominicana y secretaria, Francesca Rainieri, Grupo Puntacana. Ortega, socio de Pricewaterhouse Coopers, es experto en fusiones y adquisiciones y desarrollo de proyectos de alto perfil en líneas de

Cuenta con una licenciatura en Economía y Maestrías en Administración de Empresas de la Pontificie Universidad Católica Madre y Maestra (PUCMM) y en Ciencias de los Negocios Económicos de Strathclyde de Glasgow, Escocia. Pérez es el vicepresidente de Operaciones de Hanes Caribe. Se formó como Ingeniero Industrial con Maestría en Sistemas Gerenciales. Tiene experiencia en negocios, manufactura, ingeniería,

# EL CALOR DE NUESTRA GENTE NOS HACE MÁS QUE UN GRUPO EMPRESARIAL, UNA GRAN FAMILIA.

Con cada generación renovamos nuestro compromiso con el desarrollo de nuestro país y la región.



# DOSSIER

EDICIÓN 65

- ➔ OPORTUNIDADES CREADAS POR LA CRISIS
- ➔ ¿CÓMO SERÁ EL MUNDO POSTPANDEMIA?
- ➔ ¿ES POSIBLE CONSTRUIR CONEXIONES DE VALOR EN TIEMPOS DE COVID-19?
- ➔ APUESTA A LA ADAPTABILIDAD E INNOVACIÓN





# OPORTUNIDADES CREADAS POR LA CRISIS: EL EJEMPLO DE LA PRODUCCIÓN DE MASCARILLAS

POR **AGUSTÍN RODRÍGUEZ Y VICTORIA ÁLVAREZ**  
TROUTMAN PEPPER HAMILTON SANDERS LLP

## LOS FABRICANTES PUEDEN EVITAR LOS ESTRICTOS REQUISITOS REGLAMENTARIOS DE LA FDA AL CUMPLIR CON LOS REQUISITOS DE ETIQUETADO.

Los Estados Unidos es el principal importador de textiles de la República Dominicana y comprende más del 60% de los importadores de todo el mundo<sup>1</sup>. Por supuesto, esto fue antes de la crisis de COVID-19. Ahora, las últimas estadísticas de la Oficina de Textiles y Vestimenta de los EE. UU. (U.S. Office of Textiles and Apparel) muestran una fuerte disminución en las tasas de impor-

tación de prendas de vestir de ese país en el último año, más o menos el 45%<sup>2</sup>. Sin embargo, si bien la crisis ha afectado negativamente a la indumentaria, ha surgido una nueva modalidad de producción: Máscaras para la protección de la cara. Esta oportunidad es particularmente ventajosa ya que los EE. UU. ha reducido o ha establecido aranceles de importación a cero en ciertas importaciones de pro-

ductos médicos y hospitalarios de la República Dominicana. Además, nuestro país continúa exportando una cantidad sustancial de productos médicos a los EE. UU.<sup>3</sup>. Los Centros para el Control de Enfermedades (Centers for Disease Control o CDC), agencias federales de EE. UU., son responsables de proteger la salud pública norteamericana mediante el control y la prevención de

enfermedades, lesiones y discapacidades en ese país e internacionalmente. Ahora, el CDC recomienda que todos los miembros del público usen una “cubierta de tela para la cara” (referida como mascarillas en este artículo) como “control de fuente” o limitación de la transmisión de gotitas respiratorias. Además, muchos estados y ciudades han extendido este mandato.

1. World Bank, World Integrated Trade Solution, Trade Statistics by Country (visitado por última vez 2020-06-30).

2. Lu, Sheng, Ph.D., University of Delaware, COVID-19 and U.S. Apparel Imports citando a OTEXA (2020) (visitado por última vez 2020-06-30).

3. Office of the United States Trade Representative, Dominican Republic (visitado por última vez 2020-06-30).

En general, los EE. UU. clasifica las mascarillas en tres categorías amplias: máscaras para uso no médico<sup>4</sup>, máscaras para el control de la fuente sin protección de barrera líquida y máscaras para el control de fuente con protección de barrera líquida<sup>5</sup>. Para los fines de este artículo, sólo se analizarán las máscaras para el control de la fuente sin protección de barrera líquida (como las mascarillas hechas de tela que cubren la nariz y la boca para limitar la transmisión de gotitas respiratorias). Los fabricantes de textiles y prendas de vestir que deseen producir este tipo de mascarilla para exportar a los EE. UU. tienen importantes pautas y responsabilidades gubernamentales que considerar. Sin embargo, con un contrato apropiado, es posible cumplir con dichos requisitos al tiempo que limita su responsabilidad legal.

#### **PAUTAS FEDERALES DE LOS EE. UU.: LA ADMINISTRACIÓN DE ALIMENTOS Y MEDICAMENTOS (“FDA”)**

Al igual que el CDC, la FDA es la agencia federal que garantiza la seguridad, eficacia y seguridad de los medicamentos farmacéuticos, productos biológicos y dispositivos médicos, así como de alimentos, cosméticos y productos de tabaco. La FDA ha considerado que las mascarillas de tela para el control de la fuente sin protección de barrera líquida, como las máscaras de tela, son “dispositivos médicos” y por lo tanto están sujetas a ciertas restricciones. Para garantizar que las mascarillas producidas en República Dominicana no sean confiscadas por razones de con-

formidad con una acción de importación de la FDA, los fabricantes deben conocer las reglas vigentes. La FDA define las mascarillas para el control de la fuente sin protección de barrera líquida como “[una] mascarilla. . . que cubre la nariz y la boca del usuario y puede o no cumplir con los niveles de eficiencia de la barrera de fluidos o filtración”<sup>6</sup>. Esto significa que la FDA regulará cualquier máscara que cubra la nariz y la boca, incluso si no es de “grado quirúrgico”. Sin embargo, los fabricantes pueden evitar los estrictos requisitos reglamentarios de la FDA al cumplir con los requisitos de etiquetado. La etiqueta debe incluir, en el producto o en el empaque, una descripción precisa del producto como una mascarilla y una lista de todos los materiales que podrían tocar el cuerpo (como el 100% algodón).

La etiqueta también debe señalar recomendaciones que reduzcan el riesgo de uso. Por ejemplo, la etiqueta debe aconsejar contra el uso en: cualquier entorno quirúrgico o donde pueda esperarse una exposición significativa a fluidos corporales u otros líquidos peligrosos; cualquier entorno clínico donde el nivel de riesgo de infección por exposición por inhalación es alto; o en presencia de una fuente de calor de alta intensidad o gas inflamable. La etiqueta no debe prometer que: tiene protecciones antimicrobianas o antivirales; ni que puede usarse para la prevención o reducción de infecciones; o puede filtrar partículas<sup>7</sup>.

Además del etiquetado, el fabricante también debe: (1) tomar medidas para garantizar que la información del etiquetado esté disponible para el usuario final

o el consumidor; (2) incluir instrucciones sobre la limpieza recomendada de los materiales; (3) implementar un proceso para reportar eventos adversos; (4) mantener registros relacionados con la autorización de la FDA de mascarillas como control de fuente; (5) mantener registros relacionados con la producción y distribución de las máscaras; y (6) cumplir con ciertos requisitos para publicitar y promocionar las máscaras. El cumplimiento de estos requisitos le permite al fabricante evitar tomar cualquier medida para ser autorizado de conformidad con la FDA<sup>8</sup>.



Al cumplir con los requisitos de etiquetado del producto, un fabricante puede evitar muchos de los reglamentos de dispositivos médicos de la FDA y mejorar su oportunidad para una importación exitosa a los EE. UU.

4. Las máscaras destinadas a su uso en edificios o en la construcción no se consideran dispositivos médicos y no están sujetas a regulaciones estrictas.

5. Las máscaras para el control de la fuente con protección de barrera líquida ofrecen algunos de los niveles más altos de protección y están destinadas para su uso en entornos médicos donde la posibilidad de exposición a líquidos o partículas es la más alta.

6. U.S. Food and Drug Admin., Enforcement Policy for Face Masks and Respirators During the Coronavirus Disease (COVID-19) Public Health Emergency (Revisado [May 2020] en la p. 4 en que dice “[a] mask . . . that covers the user’s nose and mouth and may or may not meet fluid barrier or filtration efficiency levels.”

7. Idem en la p. 7.

8. FDA, Face Mask Letter of Authorization [24 de abril de 2020].

## POSIBLES RIESGOS

Producir cualquier tipo de bien para el consumidor conlleva riesgo, pero la producción de mascarillas conlleva un riesgo elevado. Además de la responsabilidad por un error durante la fabricación, existen otras responsabilidades que podrían recaer sobre un fabricante. Por ejemplo, en algún momento del viaje de un producto a través de la cadena de suministro, puede verse comprometida su integridad. Además, la producción de dispositivos médicos a la satisfacción de los requisitos de la FDA crea un riesgo aún mayor para problemas de responsabilidad y cumplimiento normativo.

También existe el riesgo de responsabilidad de los usuarios finales. La responsabilidad del usuario final podría significar demandas individuales de los usuarios y aquellos con quienes entran en contacto. Por ejemplo, los usuarios y los consumidores pueden hacer un mal uso de un producto. Las demandas pueden variar desde lesión corporal hasta muerte injusta y, si varias personas se enferman posteriormente, podrían formar una clase.

Las obligaciones contractuales con su comprador también son una consideración importante. A modo de ejemplo, si el fabricante no puede producir el número de mascarillas solicitadas por el comprador, cualquier demanda presentada contra el comprador podría dar lugar a un reclamo de terceros contra el fabricante por incumplimiento de contrato. La misma fórmula podría aplicarse si hubiera un supuesto defecto en la fabricación de la mascarilla.



## PROTECCIÓN CONTRA RIESGOS DE CONTABILIDAD: LA IMPORTANCIA DEL ASESORAMIENTO LEGAL

En proveyendo mascarillas a los Estados Unidos, es importante obtener un buen asesor legal que esté familiarizado con estos asuntos. Un buen abogado puede guiarlo a través de las preguntas importantes de responsabilidad contractual y legal, estructuración y cumplimiento de los requisitos de las leyes y regulaciones federales, estatales y locales, todo en el contexto del CAFTA. Aunque no sea posible evitar todas las responsabilidades, si los fabricantes conocen las pautas de la FDA y las posibles exposiciones relacionadas con la fabricación de mascarillas, su producción puede ser una buena oportunidad comercial.

# Committed to the Dominican Republic Connected to the World

A top 20 global law firm, we are uniquely able to combine legal, business and public policy insights to resolve your business challenges wherever you operate in the world.

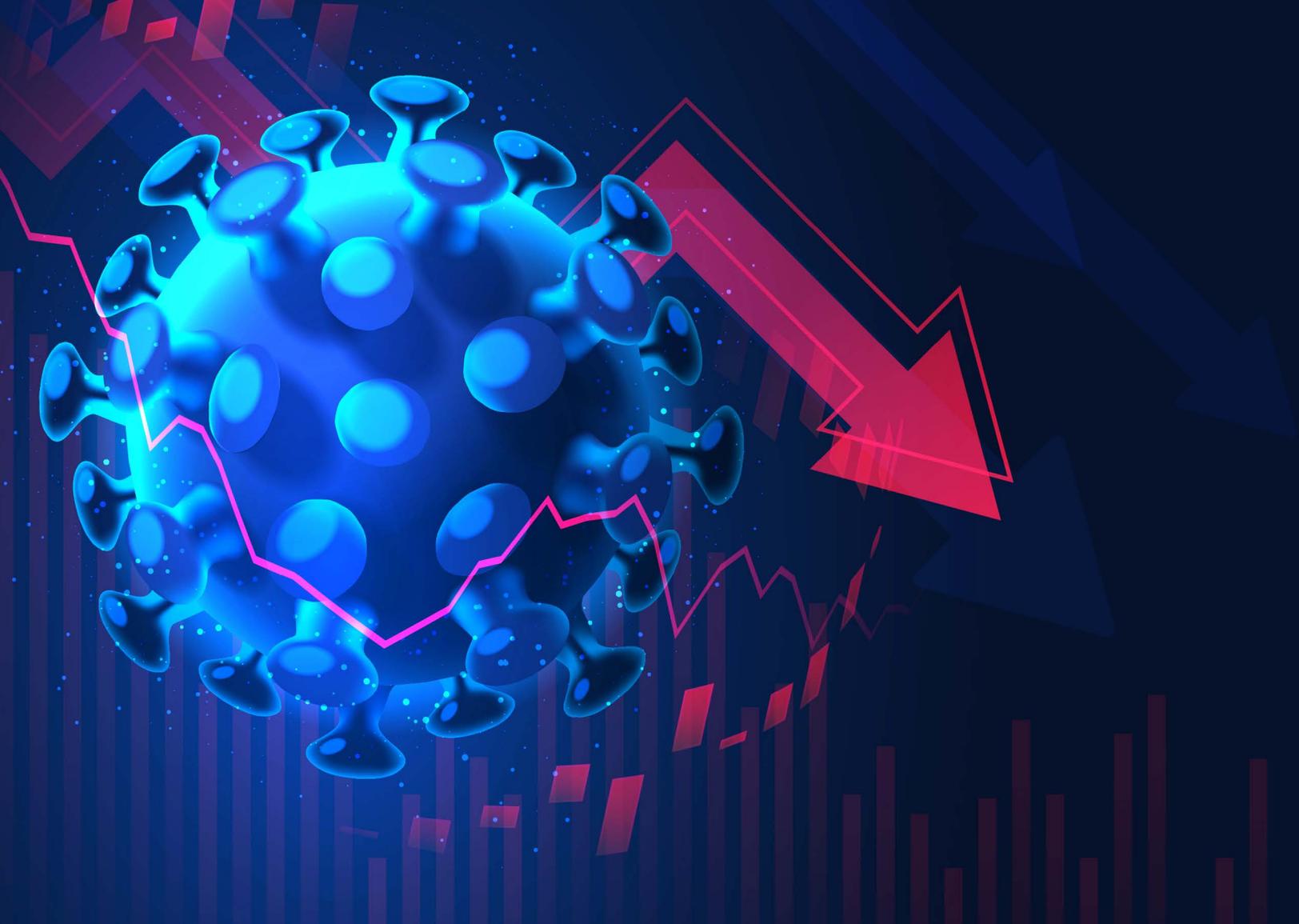
Directly from the Dominican Republic, we can connect you to more than 1,500 lawyers in 45 offices across 20 countries, providing unrivalled access to the expertise and invaluable connections you need to succeed.

We are regularly top ranked by clients in independent satisfaction surveys.

**To find out why, visit  
[squirepattonboggs.com](http://squirepattonboggs.com).**

Local Connections. Global Influence.

**45 Offices in 20 Countries  
[squirepattonboggs.com](http://squirepattonboggs.com)**



# ¿CÓMO SERÁ EL MUNDO POSTPANDEMIA?

CEOs ENTREVISTADOS POR FORTUNE RESPONDEN

En mayo pasado, Twitter propuso a sus empleados quedarse a trabajar desde la casa “para siempre” si así lo deseaban, convirtiéndose en la primera gran tecnológica en tomar este paso como respuesta a la pandemia del coronavirus. “Si nuestros empleados tienen un rol y una situación que les permite trabajar desde casa y quieren continuar haciéndolo para siempre, lo haremos realidad”, señaló la multinacional estadounidense que tiene su sede en San Francisco (California, Estados Unidos) y

cuenta con 35 oficinas en todo el mundo. En un comunicado colocado en su página web, Twitter especificaba que los trabajadores que quieran regresar a los lugares físicos de trabajo lo podrán hacer probablemente a partir de septiembre. Mientras que los empleados de Alphabet Inc., la matriz de Google, regresaron a sus oficinas de una manera “escalonada” desde junio pasado, aunque con la opción para algunos trabajadores de quedarse en casa hasta final de 2020.

Facebook abrió sus oficinas después de la semana del 4 de julio, pero permite que sus colaboradores trabajen desde sus hogares hasta el próximo año. La empresa además canceló todos sus eventos físicos hasta junio de 2021. Este panorama forma parte de los cambios en la modalidad de trabajo que han aplicado los gigantes informáticos, a propósito de las interrogantes que ha traído el COVID-19 sobre la reintegración del mercado

laboral tras la reapertura de las economías, y que no son ajenos a otras empresas. En este contexto han surgido interrogantes como ¿cuándo la actividad económica volverá al nivel que tenía previo a la pandemia? ¿regresarán sus empleados a las oficinas? ¿seguirán los viajes de negocios? ¿hubo algún impacto en la transformación digital dentro de la empresa? A esas preguntas y otras cuestionantes respondieron los CEOs que forman parte de la lista Fortune 500 del año 2020.



De acuerdo con las proyecciones de los empresarios encuestados, la crisis tuvo un impacto en la aceleración de la transformación digital en un 75% de las empresas, un 51% prevé que “nunca” retornarán los viajes de negocios como se realizaban previo a la pandemia y el 52.4% proyectaba que será en el primer cuatrimestre de 2022 cuando la actividad económica se reponga a los niveles que tenían antes del COVID-19.

Respecto a la situación del empleo, se les preguntó a los encuestados si habían despedido o contratado trabajadores durante la crisis y el 48.9% de los directivos afirmó que no había realizado despidos, mientras que un 22.6% reveló que despidió a más de un 10% de sus trabajadores, un 13.1% retiró a menos del 5% de su fuerza laboral. Solo un 7.1% de las empresas contrató personal en respuesta a la pandemia.

“Ligeramente menor”, así respondió el 53.6% de los empresarios encuestados por Fortune a la cuestionante de comparar el total de empleados de enero de 2020 respecto al mismo periodo del año siguiente. Sobre ese tema, un 19% dijo que la empleomanía de sus empresas sería significativamente menor, un 13.1% se man-

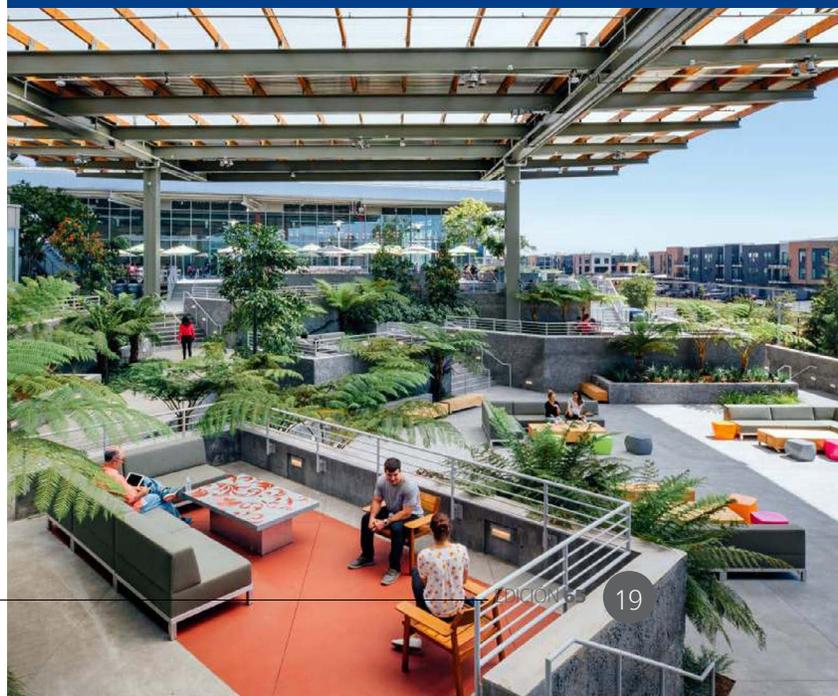
tendría casi igual, un 10.7% afirmó que sería ligeramente mayor y solo un 3.6% por ciento lo situó en mucho mayor.

Regresar a las oficinas ¿sí, no y cuándo? Sobre este punto, el 26.2% de los CEOs entrevistados dijeron que el 90% de su fuerza laboral no retornaría nunca a su lugar de trabajo habitual. Las cifras más coincidentes fueron en septiembre de 2020 (un 17.9%), en enero de 2021 (un 20.2%), y en junio de 2021 (un 17.9%). Mientras que solo un 9.5% tenía previsto que sus colaboradores regresaran en junio de 2020 y un 8.3% lo estima para enero de 2022.

2021 es el año donde el 35.7% de los encuestados aseguró que espera exceder el gasto de capital a los niveles que tenía en 2019, mientras que 27.4% lo proyecta para el 2022 y un 19% lo ve para el año en curso.

Finalmente, el 60% de los ejecutivos entrevistados reveló que su principal preocupación respecto al riesgo de gestión de sus empresas dentro de esta realidad consistía en mantener a sus empleados a salvo y empleados de forma productiva, mientras que un 20% consideró que era el impacto en sus clientes y la incertidumbre de la continuidad de sus negocios.

“SI NUESTROS EMPLEADOS TIENEN UN ROL Y UNA SITUACIÓN QUE LES PERMITE TRABAJAR DESDE CASA Y QUIEREN CONTINUAR HACIÉNDOLO PARA SIEMPRE, LO HAREMOS REALIDAD”.  
-TWITTER, INC.





## ¿ES POSIBLE CONSTRUIR CONEXIONES DE VALOR EN TIEMPOS DE COVID-19?

POR **EDUARDO VALCÁRCEL**  
MANAGING PARTNER DE NEWLINK DOMINICANA

En República Dominicana, el mundo del marketing y la comunicación en medio de la pandemia del COVID-19 se encuentra polarizado entre los que hablan con ofertas y fines particulares; los que se callan y dejan de comunicarse y, por otro lado, los que buscan ser útiles, aportando a la vida del consumidor. ¿A quién le irá mejor? No nos equivoquemos. Hoy el consumidor necesita que le apoyemos con propuestas de valor que atiendan el momento actual de incertidumbre. El consumidor no olvida y recompensa a quien está cerca.

Este es un nuevo escenario que lleva a la gente a cambiar sus prioridades, adaptarse a nuevos paradigmas y modificar significativa-

mente sus conductas. Ahora bien, ¿cómo pueden las organizaciones construir conexiones de valor en estos tiempos de incertidumbre profunda? A continuación, tres pasos simples.

El primero, ajustemos, conectemos con nuestros actores claves dando tranquilidad para afrontar la disrupción y la ansiedad de un repentino cambio de escenario. El segundo, aceptación, tenemos una nueva realidad, dimensionemos y comprendamos lo que esto significa para el negocio y los actores clave. El tercero, nueva normalidad, conectar impulsando la reactivación para dejar la crisis detrás y ocupar un rol relevante en el nuevo contexto.

Luego de esto, debemos entender que lo que cada actor necesita, valora y espera, ha cambiado drásticamente y nuestro rol, así como el de nuestras organizaciones, también debe transformarse.

Con los consumidores debemos desarrollar empatía en vez de buscar oportunidades de venta y posicionamiento. Enfocar en lo que es importante para ellos y ofrecer soluciones que les aporten valor y alivio. Entendamos que tendremos consumidores más preocupados por su salud, más digitales e interconectados, solidarios, reflexivos, exigentes, menos fieles a marcas y más emocionales.

Con los colaboradores, que son un pilar clave, debemos reducir

la ansiedad dando tranquilidad y esperanza en el futuro, compartiendo los planes, ajustes, ahorros y medidas que nos lleven a la reactivación. Ellos han sido de los actores más golpeados por este parón obligatorio. Hagámoslos parte de nuestros planes de forma directa y transparente.

Con los accionistas debemos fortalecer la aspiración de largo plazo de la organización, comunicando desafíos inmediatos y soluciones concretas, logrando su apoyo para la reactivación y el logro de objetivos.

Con la comunidad, proveer recursos, información y nuevas soluciones a la vez que fortalecemos la credibilidad de la organización.

Estos cambios también nos generan oportunidades de cara a nuestras líneas de comunicación, y así estructurar nuestros planes de mercadeo y/o comunicación post COVID-19; para esto contamos con:

### 1) Modelos de segmentación

**eficientes:** El modelo con el cual se identificaban a las audiencias cambió. Hoy los targets ya no existen y, por el contrario, tenemos actores apoderados con nuevos derechos, expectativas y un empoderamiento nunca vistos. Hoy tenemos microsegmentos que generan un enorme volumen de negocio, pero requieren de un trabajo de identificación y abordaje individual.

### 2) De comunicación de marca a experiencia de marca:

Este es un cambio ambicioso y que requiere de mucha creatividad. Nos exige pasar de lo aspiracional y lejano (irreal) a lo accesible y cercano (pertenencia y credibilidad). Las personas se identifican con los discursos y experiencias de otras personas, los oyen más que la publicidad pagada. De ahí que los contenidos elitistas o perfeccionistas del mundo del marketing resuenan e influyen mucho menos que antes. Hoy las marcas ya no imponen tendencias, sino que toman las ya generadas por los propios consumidores.

### 3) Evolución de la hiperconectividad:

Esta realidad ha superado la revolución industrial. Hoy nuestro trabajo, nuestra casa, nuestro auto, la música que escuchamos y nuestros contactos, dependen de plataformas tecnológicas a las cuales accedemos por diversas vías. Hoy todos podemos expresarnos masivamente sin intermediación, lo cual puede empujarnos al éxito como al fracaso. Hemos aprendido a “hablar digital” con la inteligencia artificial y seguiremos

viviendo en update permanente debido a los cambios constantes y debemos entenderlos bien para articular nuestra comunicación en tomo a ellos.

### 4) Contar con una plataforma estratégica de contenidos:

Esto es clave para conectar con los distintos actores y públicos para generar engagement con ellos. Estos contenidos deben agregar valor. Están llamados a enriquecer la vida del consumidor y ayudarlo a ser más productivo, más efectivo y a estar mejor informado.

### 5) La reputación lo es todo:

Ha pasado a ser el activo más relevante de las organizaciones y, por tanto, debemos actuar siempre con coherencia y transparencia, entendiendo que el comportamiento y la trayectoria de marca construye valor y reputación. Y al ser un activo debemos cuidarlo, dimensionando posibles escenarios de crisis y prepararnos a gestionarla de forma oportuna.

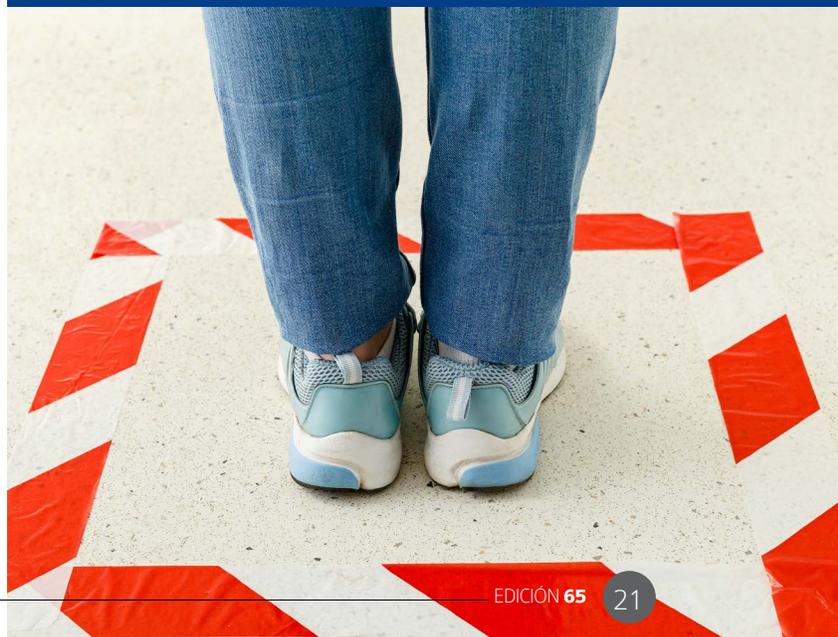
### 6) Aprendamos a seleccionar el

**talento:** Ejecutar un plan de comunicación no es cosa de un solo jugador. Requerimos rodearnos de gente talentosa para la planeación y ejecución. Debemos tomar el tiempo para alinear a nuestros líderes, pues ellos están llamados a guiar la comunicación para que la misma logre trascender de manera transversal.

Esta “nueva normalidad” nos ha traído inmediatez, trabajo a distancia, más agilidad y la sensación de que todos somos todoterreno, aunque hayamos perdido contacto personal. Estos cambios no aminorarán, sino todo lo contrario, pisarán a fondo y se quedarán con nosotros. Hoy somos “asesores de conexiones” analizando data, insights, haciendo upgrades a conexiones e iniciativas que fortalezcan el engagement dentro y fuera de nuestras empresas.



CON LOS CONSUMIDORES DEBEMOS DESARROLLAR EMPATÍA EN VEZ DE BUSCAR OPORTUNIDADES DE VENTA Y POSICIONAMIENTO. ENFOCAR EN LO QUE ES IMPORTANTE PARA ELLOS Y OFRECER SOLUCIONES QUE LES APORTEN VALOR Y ALIVIO.





# APUESTA A LA ADAPTABILIDAD E INNOVACIÓN

POR **VINICIO SUBERO**  
DIRECTOR COMERCIAL DE RON BARCELÓ

**EN MEDIO DE LOS DESAFÍOS PROPIOS DE LA ACTUAL CRISIS SANITARIA Y ECONÓMICA GLOBAL, LA EMPRESA RONERA APROVECHA SU CULTURA ORIENTADA AL CAMBIO PARA SEGUIR ABRIENDO CAMINOS EN LOS DISTINTOS MERCADOS DONDE TIENE PRESENCIA.**

Las grandes empresas se reconocen por la pasión que inspiran en su gente a dar lo mejor de sí y por su capacidad para aprender a adaptarse ante las nuevas realidades que se presentan. Ron Barceló, marcado desde sus orígenes por su esencia de seguir sus más particulares instintos, ha demostrado estar revestido de ambas cualidades.

Es por esto que, desde la llegada de la actual crisis sanitaria y económica, la casa ronera no dudó un instante en activar su capacidad de transformación para reinventarse. Ante el

surgimiento del actual contexto de pandemia, todas las operaciones de la empresa se volcaron en ayudar al pueblo dominicano. Es así como, durante más de un mes, la empresa se convirtió en un fabricante de sanitizantes en base de alcohol, aprovechando su capacidad de producción. La primera acción tomada por la marca fue unir sus esfuerzos con la Cervecería Nacional Dominicana, su aliado comercial, para desnaturalizar y destinar unos 32,000 litros de alcohol etílico al 70%, que fueron distribuidos en 12 hospitales identi-

ficados por las autoridades de Salud. "Como empresa de fuertes valores humanos, fuimos una de las primeras en el país en realizar una labor de responsabilidad social ante la pandemia. Volcamos gran parte de nuestra producción al combate del COVID-19, que se convirtió en la primera necesidad de nuestro país", afirma Vinicio Subero, Director Comercial de Ron Barceló.

Poco tiempo después la contribución se dirigió a quienes ayudan a mantener abastecidos a los dominicanos con alimentos y bebidas, como

los colmaderos y los servicios de delivery. Entre ellos se distribuyeron unas 55,000 botellas de alcohol para su uso como sanitizante, así como otras 100,000 unidades en forma de gel a base de alcohol sirvieron para ayudar a familias dominicanas.

En su zona de influencia, la empresa destinó más de 570 litros de gel sanitizante para apoyar a policías y bomberos en la primera línea de defensa contra la pandemia de la ciudad de San Pedro de Macorís y del municipio de Quisqueya.

## CUIDANDO A LOS SUYOS

Otras de las medidas tomadas por la empresa al inicio de la pandemia se destinaron a proteger a su gente. Desde antes de la llegada del COVID-19 al país, se restringieron voluntariamente los viajes que habitualmente se desarrollaban para contactar a los aliados comerciales en más de 80 países, con la finalidad de proteger a sus colaboradores.

Al mismo tiempo, se preparó la plataforma tecnológica de la empresa para la implementación del teletrabajo, un abordaje que ha demostrado su efectividad para mantener la actividad comercial de la marca. También se implementaron todas las medidas sanitarias y de distanciamiento, tanto en oficinas administrativas como en la planta de producción, aplicando los protocolos y recomendaciones tanto de las autoridades locales de Salud como de la Organización Mundial de la Salud. Entre estas acciones se encuentra la instalación de lavamanos móviles en lugares estratégicos de las oficinas administrativas y de la planta de producción, de modo que todos los colaboradores tuvieran la oportunidad en todo momento del lavado recurrente de manos, al tiempo que se realizaron charlas de salud laboral por áreas, para concienciar e incentivar las mejores prácticas dentro de la nueva normalidad, tanto en el lugar de trabajo como en los hogares.

## LA NUEVA “NORMALIDAD” COMERCIAL

Si algo ha caracterizado a la casa ronera a lo interno es su cultura empresarial orientada al cambio y mejora continua.

“Nuestra cultura nos permite agregar valor a nuestros productos y a nuestros aliados a nivel mundial. Al mismo tiempo este ADN nos facilita ser más versátiles y adaptables cuando surgen condiciones desafiantes como las que ahora vivimos, que para otros pueden ser de mayor incertidumbre” dice Subero.

Como comenta el director comercial, la empresa ha tenido que despedirse de su estilo de trabajar habitual y adaptarse a las decisiones corporativas de acuerdo con los cambios que se van dando en los mercados, siendo flexibles, pero sin que los nuevos objetivos se vean afectados. “Siempre evaluando las tendencias de nuestros consumidores, preferencias en hábitos y consumo y nuestros competidores”.

Precisamente, uno de los retos mayores como empresa de perfil eminentemente exportador, ha sido el impacto que han tenido en sus operaciones las distintas medidas adoptadas ante la pandemia en cada uno de los 80 países donde tiene presencia. La casa ronera se encuentra en una posición privilegiada a nivel de exportación: Es el segundo ron oscuro más exportado a nivel mundial y cuenta con un portafolio diverso de productos.

“Hemos venido trabajando el día a día en comunicación constante con nuestros distribuidores y viendo cada mercado con sus temas y restricciones particulares”, dice Subero tras afirmar que han tenido que trabajar con mayor empeño y creatividad.

Uno de sus grandes desafíos ha sido el cese prácticamente repentino y abrupto del canal de hoteles, restaurantes y cafeterías, elemento que se suma al reto de regresar a los niveles que la empresa manejaba con anterioridad. Esto impondrá procesos de abordaje únicos y distintivos según las condiciones cada mercado y gobierno.

## VIRTUALIDAD PARA MANTENER EL CONTACTO

Ser creativos en los momentos de crisis actual no es sólo una necesidad, sino un imperativo para las empresas que buscan mantener su visibilidad en los momentos actuales de crisis. Como una forma de mantener el contacto de la marca con sus consumidores, una de las

estrategias implementadas ha sido la creación de una plataforma digital llamada “Rum At Home” que consta de una serie de clases magistrales abiertas y gratuitas a todo público mayor de edad, impartidas por su embajador de marca global. Durante estas clases se ha compartido con marcas que maridan perfectamente con sus productos, como es el caso de los cigarrillos.

De la misma manera, la empresa ha adoptado una serie de entretenimientos en vivo a través de su

página de Instagram, invitando a comediantes y cantantes para el entretenimiento de miles de consumidores en todo el mundo, dando un poco de luz en momentos de tanta incertidumbre.

Como marca, la casa ronera seguirá apostando a su capacidad de adaptación e innovación mientras navega por el mar de cambios que vive el mundo y confía en que la sociedad sabrá salir adelante sin renunciar a los productos que despiertan su pasión.

**NUESTRA CULTURA NOS PERMITE AGREGAR VALOR A NUESTROS PRODUCTOS Y A NUESTROS ALIADOS A NIVEL MUNDIAL. AL MISMO TIEMPO ESTE ADN NOS FACILITA SER MÁS VERSÁTILES Y ADAPTABLES CUANDO SURGEN CONDICIONES DESAFIANTES COMO LAS QUE AHORA VIVIMOS, QUE PARA OTROS PUEDEN SER DE MAYOR INCERTIDUMBRE.**



# LOS PILOTOS HÁBILES CONSIGUEN SU REPUTACIÓN EN TORMENTAS Y TEMPESTADES

**E**l título de este artículo es una frase del filósofo griego Epicuro de Samos, fundador de la escuela que lleva su nombre (Epicureísmo). Tomé como punto de partida esta frase, porque resume en pocas palabras el mensaje que deseo desarrollar en esta oportunidad.

Las tormentas y las tempestades representan la crisis que vive el mundo hoy. El Fondo Monetario Internacional confirma que debido al COVID-19, en este 2020 viviremos la peor recesión económica en 90 años, superando lo visto durante la crisis financiera global de 2008.

De acuerdo con los datos ofrecidos por el ministro de Trabajo de la República Dominicana, hay 1,106,602 trabajadores afectados por la suspensión de contratos, mientras que la cantidad de trabajadores afectados sin prórrogas es de 822,213.

Cuando se presentan situaciones adversas, poco favorables, ya sea en el plano personal, profesional o del entorno, muchas personas agudizan su imaginación y descubren una oportunidad realmente importante que los proyecta hacia un futuro esperanzador.

Sin embargo, pueden ocurrir situaciones totalmente contrarias, donde las personas que no sean capaces de identificarlas sucumban a la desesperación, se estanquen y solo visualicen un futuro incierto y amenazante.

Se denomina oportunidad a toda circunstancia en que existe la posibilidad de lograr algún tipo de mejora de índole económica, social, laboral, etc. Ésta implica además una acción por parte del sujeto afectado: Es el momento a partir del cual una determinada acción puede lograr un cambio significativo. Muchas personas esperan toda una vida la llegada de una oportunidad que les cambie su suerte, sin embargo, hay ocasiones,

como cuando se presentan tormentas y tempestades, donde es difícil identificarlas. Como consultor organizacional, he podido evidenciar ambos escenarios en la forma de reaccionar y actuar de muchos empresarios. Algunos han detectado oportunidades a lo interno de sus empresas y están trabajando sobre ellas.

En estos casos han demostrado nuevas capacidades en el área de liderazgo y resolución de conflictos, ya que estos líderes empresariales, sin preparación previa para enfrentar esta crisis, han tenido que sortear difíciles escenarios: suspender parte o la totalidad de su personal, seguir operando bajo el riesgo que implica el COVID-19 o mantener las operaciones a través del teletrabajo.

**CUANDO SE PRESENTAN SITUACIONES ADVERSAS, POCO FAVORABLES, YA SEA EN EL PLANO PERSONAL, PROFESIONAL O DEL ENTORNO, MUCHAS PERSONAS AGUDIZAN SU IMAGINACIÓN Y DESCUBREN UNA OPORTUNIDAD REALMENTE IMPORTANTE QUE LOS PROYECTA HACIA UN FUTURO ESPERANZADOR.**

Pero aún bajo estas circunstancias, muchos directivos han demostrado entereza y liderazgo, porque han sabido obtener la lealtad, el compromiso y el entusiasmo de sus colaboradores.

Otros directivos, ante las tempestades, se han sentido amenazados y han actuado sólo en defensa de sus intereses, olvidándose de sus fieles colaboradores, que han trabajado por el logro de los objetivos de la organización. Esto malogra la reputación de la empresa, ya que es en tiempos de crisis donde se valora el liderazgo, la

humildad, la solidaridad y sobre todo la empatía. Por eso se dice que el mayor peligro en momentos de turbulencia no es la incertidumbre en sí, sino el actuar de espaldas a los intereses colectivos.

Cuando prima la incertidumbre y lo único constante es el cambio, se pone a prueba el liderazgo organizacional. En tiempos de paz se necesitan gerentes, pero en tiempos de guerra y crisis emergen los líderes. Este es un tiempo para escuchar a la gente, practicar la empatía y donde debe primar la máxima congruencia, que esperan los empleados de sus directivos.

Muchas crisis son impredecibles y eso significa que los líderes no tienen tiempo para prepararse y a menudo hay que tomar decisiones sobre la marcha, teniendo que ser no sólo rápidos, sino también cautelosos en sus actos. De ahí se deriva que su comportamiento y accionar durante la crisis establecerán su reconocimiento como buenos o malos líderes.

Un líder se define en función de sus decisiones, acciones, omisiones, estrategias, comunicaciones y resultados. Es evidente que en un periodo de crisis esta cualidad se dificulta, en virtud de que hay un sin fin de emociones y presiones que se viven en el día a día. Si algo debe distinguir a un líder eficaz es la inteligencia emocional.

José Ortega y Gasset, afirmaba que "Para dirigir a los demás, es requisito indispensable imperar sobre uno mismo". Dicha afirmación resalta un principio fundamental en esta teoría: El liderazgo comienza por liderarse a sí mismo. El líder debe ser capaz de gobernarse a sí mismo, sinos gobernar su pasiones e impulsos para con ello estar en aptitudes de liderar a los demás.

Nunca como ahora, el liderazgo gerencial había estado con tanta intensidad bajo la lupa de los colaboradores. Los romanos tenían una frase para lo anterior: "Res Non Verba". Hechos no palabras. Así deben los directivos pilotear su nave.

# Lo que hacemos aquí **aporta**

Hemos pagado al fisco más de **2,000 millones de dólares** en impuestos directos e indirectos y somos el mayor exportador de la República Dominicana.



8388 AP1b

Lo que hacemos aquí,  
**APORTA, IMPORTA Y DEJA UN LEGADO**

# BARRICK

PUEBLO VIEJO JV

 Barrick en Dominicana

  BarrickRD

 BarrickPuebloViejo

COMITÉ DE ENERGÍA

# GENERACIÓN A GAS NATURAL

AHORRA HASTA  
US\$300 MM POR AÑO

Diversificación de la matriz energética, ahorros de hasta 300 millones de dólares por año en costos para las Empresas Distribuidoras de Electricidad y la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero forman parte de las ventajas que ha obtenido el país por la entrada en funcionamiento de plantas de gas natural.

Así lo afirmó Osvaldo Oller Bolaños, quien se desempeña como Director Financiero de Energía Natural Dominicana (ENADOM), empresa dedicada a la comercialización de gas natural en el país, y quien participó como invitado en la más reciente sesión del Comité de Energía de la Cámara de Comercio de la República Dominicana (AMCHAMDR).

Oller Bolaños agregó que, en el corto plazo, la República Dominicana alcanzará sus metas de diversificar su matriz energética y reducir la dependencia del petróleo en el sector eléctrico. Según su proyección, el país pasará de tener una generación a base de gas

natural de un 27.7% en 2011 a un 41.2% en 2021.

En ese sentido, el ejecutivo citó que las inversiones en el gasoducto del Este han permitido que las unidades de generación de combustible y diesel en la zona Este del país se conviertan a gas natural, lo que, a su juicio, demuestra la confianza del sector privado para invertir en el sector eléctrico.

El ejecutivo agregó que el impacto de las conversiones de todo el parque de la generación del Este tiene un ahorro estimado de aproximadamente US\$ 300MM por año para las EDEs, lo que permite un crecimiento continuo de las energías renovables en el futuro.

Además, se refirió al impacto medioambiental que tiene la puesta en funcionamiento de estas unidades, que contribuyen a alcanzar los objetivos en el Acuerdo de París, adoptado en la Conferencia sobre el Clima en diciembre de 2015.

“La operación de gas natural de estas unidades implicará

una producción energética alta en dichas plantas de energía, equivalente a la entrada de nueva generación y la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero en 890,000 toneladas de CO2 promedio por año”, manifestó.

Durante su ponencia en la sesión del Comité de Energía, Oller Bolaños aseguró que se trabaja para crear que el país sea un Hub en la Exportación de gas natural en la región del Caribe, suministrando el combustible a precios competitivos a países de esos mercados.

En ese punto revela que la República Dominicana tiene una oportunidad de crecimiento para la venta de gas natural, específicamente en la región norte, y que este combustible es bastante estable y competitivo.

El experto dice que el país debe encaminarse a buscar precios más baratos y nuevas fuentes de energía limpia para alcanzar el desarrollo social, lo que a su juicio se lograría reduciendo la dependencia del petróleo.



#### **SOBRE EL ORADOR**

Osvaldo Oller Bolaños estudió Ingeniería Industrial y Tecnología de la Información en el Rensselaer Polytechnic Institute, posteriormente obtuvo un MBA en Boston University centrado en Finanzas y Administración Internacional.

En su carrera profesional de más de 15 años, ha desempeñado roles ejecutivos y emprendimientos en empresas de los sectores de combustibles, materiales de construcción, comercio electrónico y energía. Actualmente ejerce la función de Director Financiero en Enadom, así como también es presidente de VMO Concretos y participa en varios Comités Ejecutivos y Consejos de empresas como CESPM, Sansouci, Constructora OV, entre otros.





COMITÉ DE FACILITACIÓN DE COMERCIO

**REPÚBLICA  
DOMINICANA**  
EN RUTA PARA CUMPLIR CON  
EL ACUERDO DE FACILITACIÓN  
DE COMERCIO

Hasta diciembre de 2019, la República Dominicana había notificado a la Organización Mundial del Comercio el cumplimiento del 76.5% de las medidas contempladas en el Acuerdo de Facilitación de Comercio.

Actualmente el país ha alcanzado un avance del 89.6%, producto de la ardua labor en conjunto que hacen 18 instituciones de los sectores público y privado del país dentro del Comité Nacional de Facilitación de Comercio (CNFC).

La información la ofreció Perla de la Rosa, Coordinadora del Comité de Facilitación de Comercio de la Cámara Americana de Comercio de la República Dominicana (AMCHAMDR), durante la décima reunión trimestral del CNFC.

De la Rosa indicó que está previsto que para el 2020 se avance con un 6.7% de las medidas, mientras que en 2021 se espera que lleguen a 16.8 por ciento.

La coordinadora del Comité de Facilitación de Comercio de AMCHAMDR se refirió además a las acciones temporales que se adoptaron en el país en respuesta a la pandemia del COVID-19, vinculadas a la actualización de artículos sobre la cooperación aduanera y las formalidades respecto a la importación, exportación y tránsito de mercancías.

Presentó los avances realizados en materia del protocolo de inspecciones conjuntas, el lanzamiento de propuestas de proyecto pilotos de innovación logística, el levantamiento de información en materia de gestión de riesgos y del piloto para la Cadena de Frío y las

nuevas características de la Ventanilla Única de Comercio Exterior.

El Comité Nacional de Facilitación de Comercio promueve y coordina las iniciativas de comercio y logística, liderando la aplicación del Acuerdo sobre Facilitación del Comercio y potenciando la expansión del comercio internacional de la República Dominicana. El Comité lo componen 18 instituciones del sector público y privado.

Desde el 2018, la Cámara Americana de Comercio asumió la secretaría del CNFC, organismo creado por el Decreto Presidencial 431-17 y mediante el cual se han impulsado iniciativas para posicionar a República Dominicana como Hub Logístico Regional.

**ESTÁ PREVISTO QUE PARA EL 2020 SE AVANCE CON UN 6.7% DE LAS MEDIDAS, MIENTRAS QUE EN 2021 SE ESPERA QUE LLEGUEN A 16.8 POR CIENTO.**

## **¿QUÉ TEMAS SE DISCUTIERON EN LA REUNIÓN?**

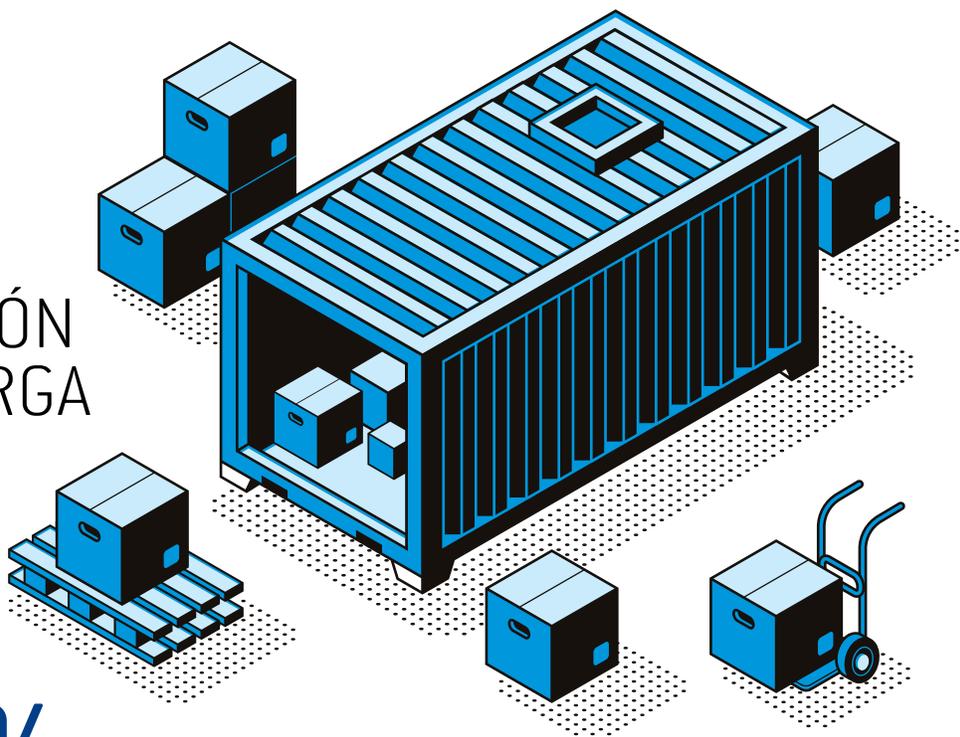
Durante la reunión del CNFC se discutió el impacto de los procesos del comercio exterior, los logros entorno al despacho de horario extendido en puertos, estudios de tiempos de despacho, creación de un manual de productos perecederos y la inspección en origen.

Además, se habló de los avances en materia de gestión de riesgos, normas técnicas y sanitarias e incluso con medidas de facilitación en tiempos de pandemia y el Plan de Logística.

La décima reunión del Comité Nacional de Facilitación de Comercio inició con las palabras de su presidente, Enrique Ramírez Paniagua, quien a su vez



# LIBERACIÓN DE LA CARGA



21%  
PUERTOS

IMPORTADOR  
37%

29%  
ADUANAS

OTROS  
13%

es Director General de Aduanas.

Paniagua mostró su satisfacción de poder mostrar al país el trabajo mancomunado entre los actores del comercio internacional en torno a esa actividad económica del país.

En ese sentido, resaltó que el Comité es el vivo ejemplo de que la Alianza Público-Privada es esencial para el desarrollo y el ejercicio democrático en la República Dominicana.

“Toca a todas las instituciones que componen este Comité defenderlo y mantenerlo activo con cada uno de los logros alcanzados durante este arduo e intenso proceso”, exhortó Paniagua.

Previo a concluir sus palabras, el director de Aduanas felicitó los avances que se han logrado vinculados a las inspecciones y los

procesos en la cadena de frío desde el sector público, especialmente los Ministerios de Salud, Agricultura y Defensa.

En el evento participaron además Zoraima Cuello, Directora Ejecutiva de Competitividad; Eduardo Rodríguez, Asesor Director de Aduanas; Jovanny Feliz, de la Gerencia del CNFC; Solangie Carbonell, Gerente de Planificación y Estudios Económicos de la DGA; Viktor Rodríguez, del Ministerio de Agricultura; y Carolina Díaz del Ministerio de Salud Pública.

Cuello manifestó que el compromiso con la competitividad del país es una tarea continua y prioritaria a la que están todos abocados.

Asimismo, fueron compartidos los resultados del despacho de

contenedores en horario extendido, con un incremento de 1,902% en la franja de 5 de la tarde hasta la medianoche, en los puertos de Caucedo y Haina, desde su implementación en noviembre de 2018, impactando notablemente en la reducción de costos.

El estudio de tiempo de despacho (de contenedores), un instrumento esencial en el ámbito del comercio internacional, el primero que se realiza en el país y en el que participaron algunas de las entidades miembros del comité, expuso los resultados que cifran los porcentajes de responsabilidad de los entes que intervienen en el proceso de liberación de la carga, en los que 21% corresponde los puertos, 37% al importador, 29% Aduanas y 13% otros.

Ese mismo estudio estableció que los casos de importación en los que hubo una declaración anticipada de la mercancía reportaron ahorros hasta en 42% en sus costos, reduciendo al mínimo los gastos de estancia en el puerto y que corresponden a la empresa privada que ofrece el servicio. Asimismo, puso de manifiesto que la declaración anticipada es una ventaja poco aprovechada por los importadores.

Al cierre, Alexander Schad, de AmchamRD, tomó la palabra para reconocer cómo, en el contexto del CNFC, los organismos oficiales han tomado la delantera, “lo que nos enorgullece mucho y nos deja a nosotros, como sector privado, muchas tareas para seguir coordinando”, agregó.

# Servicio Eficiencia Seguridad

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

 @hitpuerto



**2,800**

Metros Lineales de Muelle

**15** ATRACADEROS

**12** METROS DE  
PROFUNDIDAD MÁXIMA



**Cámara Fría**

PARA INSPECCIÓN DE  
MERCANCÍAS PERECEDERAS



**7** Grúas  
portuarias  
para operar buques

- 5 GRÚAS PÓRTICOS
- 2 GRÚAS MÓVILES



COMITÉ LEGAL

# ALERTA ANTE UN CIBERATAQUE





Un ataque cibernético puede afectar a una empresa a nivel financiero, operativo y reputacional. Generalmente los mismos pueden producirse por fallas en los sistemas de información, errores humanos o influencias externas, lo que significa que pueden ser causados por brechas de seguridad involuntarias o creadas por intrusos y por riesgos operativos de tecnologías de la información mal gestionados.

¿Qué hacer cuando los sistemas informáticos de una empresa se ven comprometidos por un ciberataque? ¿Qué nivel de responsabilidad legal tienen las organizaciones frente a estas acciones?

La ciberseguridad es un tema que le compete a todas las empresas, porque deberían realizar auditorías de riesgos de sus sistemas e incluir controles técnicos y de procedimientos que garanticen la seguridad de sus datos, lo que en síntesis sería contar con un sistema que prevenga dichos intentos de invasión a sus sistemas informáticos. Estas fueron parte de las conclusiones a las que arribó el panel de cuatro expertos que debatieron en el webinar “Aspectos Legales de la Ciberseguridad frente al COVID-19” y que contó con la moderación de Fabiola Medina.

En dicho espacio, James Pichardo, Elianna Peña, César Moliné y Pascal Peña se refirieron además de la necesidad de que la República Dominicana cuente con una ley de ciberseguridad que comience a permitir la implementación de manera genérica



**MARÍA ESTHER FERNÁNDEZ**  
PRESIDENTA DEL COMITÉ LEGAL  
AMCHAMDR

**SE DEBE PROMOVER LA CIBERRESILIENCIA EN EL PAÍS, ASÍ COMO TAMBIÉN SE PRECISAN DESIGNAR INFRAESTRUCTURAS CRÍTICAS, LAS QUE SE SOMETERÍAN A AUDITORÍAS Y EJERCICIOS DE CIBERSEGURIDAD PARA FORTALECER LOS PLANES DE CONTINGENCIA ANTE CUALQUIER CIBERATAQUE.**



**PASCAL PEÑA**  
SOCIO  
ALIES PASCAL ABOGADOS

y con carácter obligatorio de ciertas medidas.

Al ofrecer las palabras de bienvenida, la presidenta del Comité Legal, María Esther Fernández, destacó que el evento centrado en ciberseguridad, que se produjo gracias a una estrecha colaboración con el Comité TIC de AMCHAMDR, busca contribuir con la comunidad jurídica y el público en general.

El primero de los panelistas en presentar fue Pascal Peña, especialista en derecho internacional, derecho de la competencia y mercados regulados. El también socio de “Aliés Pascal Abogados” aseguró que a raíz de la situación del COVID-19 se ha disparado la interactividad online, el teletrabajo y la demanda de servicios de telecomunicaciones, lo que a su vez ha generado preocupación en cuanto a la ciberseguridad.

El experto entiende que las empresas deben asumir como una prioridad la autoregulación que garantice la seguridad de sus sistemas informáticos si quieren tener éxito en sus procesos de transformación digital. “Si los negocios no toman las medidas correspondientes de ciberseguridad, serán sujetos a la responsabilidad que se deriva de su no cumplimiento. Por eso es importante que las empresas estructuren respuestas adecuadas ante posibles ciberataques”, afirmó.

En esa línea se inclinó la ponencia del Director de Ciberseguridad, Comercio Electrónico y Firma Digital del Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones (INDOTEL). César Moliné afirmó

ACCUPTIO VELECIUM  
ACIENIS MAXIMAION  
NISCIL IMILLAM FACEA  
AUDIPSA CUSAM,  
SITATUR ATIUNDI  
ORESTIIS IPSANT VENI  
OCCRAE SUM ET VITA  
DOLLABOR RATUR,  
SITATECTAT UTAEST  
IL ID QUI DOLESSIT ET  
VOLUPTATIUR RECTION  
ECUSDA EAT AUT EX  
EOS EOS IPSUNTEM QUE  
CONSEQUIS SAPERORI



**CÉSAR MOLINÉ**

DIRECTOR DE CIBERSEGURIDAD,  
COMERCIO ELECTRÓNICO Y FIRMA  
DIGITAL INDOTEL



**FABIOLA MEDINA**

SOCIA FUNDADORA DE MEDINA  
GARRIGÓ ABOGADOS

que desde hace varios años se realizan esfuerzos para generar un espacio de Internet seguro en el país y que parte de esa visión se concentra en la Estrategia Nacional de Ciberseguridad.

Entiende que se debe promover la ciberresiliencia en el país, así como también se precisan designar infraestructuras críticas, las que se someterían a auditorías y ejercicios de ciberseguridad para fortalecer los planes de contingencia ante cualquier ciberataque.

“Estas infraestructuras críticas tendrá la obligación de entregar información relevante, reportar incidentes que pudieran afectar su seguridad informática y efectuar

ejercicios de ciberseguridad”, manifestó Moliné, quien cuenta con más de 15 años de experiencia en asuntos legales, técnicos y administrativos en regulación de política de competencia.

Un punto relevante para James Pichardo, director ejecutivo del Centro Nacional de Ciberseguridad, es que, a raíz del COVID-19, se ha incrementado en los últimos meses las ciberamenazas de los hackers que utilizan entre sus técnicas el phishing, robo de datos y llevar a los usuarios a sites maliciosos. En ese sentido, dijo que las empresas deben implementar medidas básicas de “ciberhigiene” en sus sistemas de información que disminuyan la posibilidad de ser atacado.

“Entre las recomendaciones básicas para las empresas están el utilizar softwares de protección de antivirus, navegar por servicios de directorios seguros, que no te redireccionen a un sitio malicioso; utilizar conexión segura al VPN encriptada hacia el internet y contraseñas de autenticación de múltiples factores”, sugirió el experto que cuenta con más de 10 años de experiencia en Seguridad de Información de los sectores: comercial, académico, telecomunicaciones y gubernamental.

La última presentación correspondió a Eliana Peña, directora del departamento Legal de Claro, quien hizo hincapié en que las empresas asuman como parte de sus actividades comerciales el resguardo de sus sistemas, estructuras informáticas y las informaciones de terceros.

“No contar con un programa ni con la cultura organizacional para



**ELIANA PEÑA**

DIRECTORA DEL DEPARTAMENTO  
LEGAL DE CLARO



**JAMES PICHARDO**

DIRECTOR EJECUTIVO DEL CENTRO  
NACIONAL DE CIBERSEGURIDAD

garantizar la ciberseguridad puede implicar riesgos operacionales para las empresas”, sentenció Peña. Recomienda que las empresas tengan programas de cumplimiento que abarquen temas de seguridad e incluyan la evaluación de los riesgos propios, tecnológicos de la empresa y su operación, así como también controles técnicos, normativos y de procedimientos.

“La ciberseguridad nos compete a todos. En la medida en que podamos tener la tranquilidad de que nuestra estructura interna y activos estén seguros, harán que nuestro negocio sea más fuerte. Se debe contar con mecanismos de autoregulación para evitar ciberataques”, finalizó.



# LLEVAMOS BIENESTAR A LA FAMILIA DOMINICANA



ESTAMOS COMPROMETIDOS CON ENTREGAR LO MEJOR DE NOSOTROS PARA LLEVAR PRODUCTOS DE LA MEJOR CALIDAD A LA FAMILIA DOMINICANA

    GRUPOSID





COMITÉ SOSTENIBILIDAD

# ASÍ IMPACTA EL COVID-19 A LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

La transición hacia la nueva normalidad involucrará cuatro principios: la acción por el clima y capital como conductores de la recuperación, un enfoque de igualdad de género y economía del cuidado, tener una recuperación inclusiva, conectada, protegiendo los trabajos y una reconstrucción de los sistemas educativos.

Así lo consideró Inka Mattila, representante residente del PNUD en el país, durante el webinar “¿Cómo el COVID-19 está incidiendo en los ODS?: Reflexión sobre la respuesta y recuperación socioeconómica” que organizó el Comité de Sostenibilidad de la Cámara Americana de Comercio de la República Dominicana (AMCHAMDR).

Mattila asegura que con esta pandemia el mundo está viviendo una crisis socioeconómica nunca antes vista que amerita una reflexión conjunta de los distintos sectores, ya que a su juicio hay una situación de mucha incertidumbre que acarrea más preguntas que respuestas.

Entiende que, para enfrentar la que calificó como la peor pandemia de los tiempos modernos, debe buscarse un balance entre el cuidado de las vidas y la reactivación económica, ya que quedarse en casa puede resultar costoso y los gobiernos experimentan una caída en sus ingresos y aumento de la demanda de gastos públicos.

“La pandemia ha sido todo un reto, especialmente para las micro y pequeñas empresas que componen el 95% del sector formal del país y emplean a más del 50% del total de trabajadores en el país”, puntualizó.

A juicio de la representante del PNUD en el país, los efectos de la crisis pueden contenerse con acción concentrada y mayor

equidad y apuntó que los países con mayor desarrollo sostenible integral eran los que mayor respuesta efectiva daban a la crisis del COVID-19.

Al mismo tiempo abogó para que se incorpore la equidad en las políticas públicas para que no se queden personas sin tener cubiertas las nuevas necesidades del siglo XXI.

“El epicentro del manejo de la crisis del COVID-19 está en la protección del empleo e implementar medidas a mediano plazo para reducir las emisiones contaminantes en el medioambiente”, comentó.

Mattila hizo énfasis en que las empresas dominicanas, a las que considera parte de un sector neurálgico para el crecimiento económico del país, pueden sumarse a la reconstrucción de la cadena de valor, el fomento del consumo sostenible, así como también a tener industrias innovadoras e inclusivas.

La representante del PNUD en el país entiende que, aunque no hay una visión clara sobre cómo será la transición a la nueva normalidad, es importante que las empresas se aboquen a la transformación digital y que se repiensen estrategias para conseguir mayor formalización de los negocios.

“La sostenibilidad puede ser un buen negocio, siempre y cuando se tomen las decisiones necesarias que impacten positivamente el futuro”, culminó Mattila su intervención.

#### **COMITÉ DE SOSTENIBILIDAD DE AMCHAMDR PIDE DEFINIR ESTRATEGIAS PARA ALCANZAR LOS ODS**

Al dar las palabras de bienvenida, Josefina Navarro, presidenta del Comité de Sostenibilidad de AMCHAMDR, hizo un llamado



**JOSEFINA NAVARRO**  
PRESIDENTA DE COMITÉ DE SOSTENIBILIDAD

**“LA PANDEMIA HA SIDO TODO UN RETO, ESPECIALMENTE PARA LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS QUE COMPONEN EL 95% DEL SECTOR FORMAL DEL PAÍS Y EMPLEAN A MÁS DEL 50% DEL TOTAL DE TRABAJADORES EN EL PAÍS”**



**INKA MATTILA**  
REPRESENTANTE RESIDENTE DEL PNUD

para que los gobiernos y empresas definan estrategias sostenibles a largo plazo para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenibles establecidos en la Agenda 20-30 a partir de la realidad que impuso la pandemia.

La presidenta de Comité de Sostenibilidad manifestó que antes de que la pandemia del COVID-19 impactara a nivel global, los países trabajaban con miras a cumplir los 17 objetivos que definen la estra-

tegia de desarrollo sostenible de la Agenda 20-30, pero que ahora se precisa un nuevo análisis sobre cómo se alcanzarán en lo adelante.

Navarro afirmó que el evento, que trajo como oradora principal a la representante del Programa de las Naciones Unidas en la República Dominicana (PNUD) fue organizado por el Comité de Sostenibilidad de AMCHAMDR como forma de contribuir a la reflexión en el contexto del COVID-19 y su impacto en los ODS, a propósito de los grandes retos que trajo el 2020.

Dijo que evento busca hacer un seguimiento a los trabajos que han hecho las distintas organizaciones y países vinculados a la reducción de la pobreza, desigualdades sociales, así como el aumento de la productividad, el crecimiento económico y los índices de salud.

#### **LOS ODS, LA VISIÓN COMPARTIDA PARA CONSTRUIR UNA SOCIEDAD MÁS RESILIENTE**

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible representan una visión compartida sobre cómo se pueden construir modelos de negocios y una sociedad más resiliente, equitativa y sostenible en el tiempo. Así lo planteó el vicepresidente ejecutivo de AMCHAMDR, William Malamud, durante su intervención inicial en el seminario virtual.

A juicio del ejecutivo, las organizaciones enfrentan una situación bastante retadora que ha emergido con nuevas interrogantes sobre cómo adaptarse a la nueva realidad del COVID-19 y aprovechar las tecnologías disponibles para aumentar la resiliencia empresarial.

En ese sentido, Malamud puntualizó que hay un reto por delante de cómo integrar los ODS a los modelos de negocios.

COMITÉ TIC

**COMPETITIVIDAD  
BUSCA GENERAR  
EMPLEOS, DIVISAS  
Y FOMENTAR LAS  
EXPORTACIONES**

**ZORAIMA CUELLO, DIRECTORA DEL CONSEJO NACIONAL DE COMPETITIVIDAD, PRESENTÓ EL NUEVO PLAN DE LA ENTIDAD, QUE DISEÑÓ PARA ADAPTARSE AL PROCESO DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y RESPONDER A LA SITUACIÓN QUE SE HA PRODUCIDO A RAÍZ DEL COVID-19. ADEMÁS DESTACÓ LA IMPORTANCIA DE LAS ALIANZAS PÚBLICO-PRIVADAS PARA ALCANZAR LA COMPETITIVIDAD Y EL DESARROLLO DEL PAÍS.**

La generación de empleos, de divisas, el fomento de las exportaciones, la implementación de proyectos vinculados a la salud y la formación del talento humano son los proyectos que priorizará el Consejo Nacional de Competitividad en los próximos meses.

Durante el webinar que organizó el Comité TIC de la Cámara Americana de Comercio de la República Dominicana (AMCHAMDR), Zoraima Cuello planteó que se tuvo que reanalizar el Plan Nacional de Competitividad para adaptarse a la situación que se ha producido en el país y el mundo a raíz del COVID-19.

Cuello, quien es directora del Consejo Nacional de Competitividad, hizo un llamado a desarrollar una cultura de innovación en las empresas y adaptar una mentalidad apoyada en la transformación digital, ya que, según dice, la pandemia ha acelerado la transformación digital, incrementado el teletrabajo y el uso de las plataformas tecnológicas.

Durante su presentación del "Plan Nacional de Competitividad y

su impacto en la recuperación económica", Cuello afirmó que desde esa entidad trabajará para quitar las trabas que afectan el encadenamiento productivo y apoyar los emprendimientos.

Según explicó la funcionaria, la generación de divisas y el fomento a las exportaciones se lograría mediante un piloto del protocolo de inspecciones conjuntas, el manual de perezaderos, la promoción de oferta de hoteles para coworking, la priorización de mercados y productos con potencial exportador, el proyecto de Competitividad Aérea y la Estrategia de Posicionamiento de Ámbar y Larimar (BID).

En cuanto a la generación de empleos, desde Competitividad se proponen desarrollar una estrategia de reubicación laboral, regular el teletrabajo, hacer una campaña de promoción de turismo interno, identificar las necesidades de formación y capacitación técnica de sectores productivos y apoyar los emprendimientos con base tecnológica.

Mejorar y simplificar los registros sanitarios, crear un programa de Certificación Sanitaria para los hoteles, promover la telemedicina en



**ZORAIMA CUELLO**  
DIRECTORA DEL CONSEJO NACIONAL DE COMPETITIVIDAD



**WILLIAM MALAMUD**  
VICEPRESIDENTE EJECUTIVO DE AMCHAMDR



**MARÍA WALESKA ÁLVAREZ**  
PRESIDENTA DEL COMITÉ TIC DE AMCHAMDR



**MEINY GONZÁLEZ**  
MIEMBRO COMITÉ TIC AMCHAMDR

los hospitales y desarrollar un expediente integral de salud son algunos de los proyectos que tiene contemplado desarrollar Competitividad en esa área.

Otros proyectos que citó la funcionaria fueron el Piloto de Desafío de Innovación, el Programa de Encadenamientos Productivos de Zonas Francas y la Industria Local, así como la Implementación de la Ventanilla Única de Permisos de Construcción.

Durante su participación en el webinar hizo énfasis en la importancia de las Alianzas Público-Privadas, al tiempo que valoró el acompañamiento de AMCHAMDR y otros sectores productivos para fortalecer la agenda de competitividad.

Mientras que la presidenta del Comité TIC de AMCHAMDR, María Waleska Álvarez, afirmó que dicho evento se organizó con la finalidad de promover el trabajo en conjunto y la agenda común de innovación y transformación digital.

Álvarez afirmó que el uso y la inclusión de las tecnologías en el ámbito laboral no es una opción, sino que se precisa trabajar con miras a generar sinergias y desarrollar la inteligencia colectiva para afrontar los desafíos que presenta este nuevo orden mundial.

Previo a las palabras de Álvarez, el vicepresidente ejecutivo de AMCHAMDR, William Malamud, ofreció unas palabras de bienvenida y destacó la importancia que reviste para la entidad los procesos de transformación digital.

Cuello respondió además a preguntas y respuestas del público y del panel del Comité TIC, compuesto por los coordinadores de las Comisiones de Economía Digital, Cultura Digital y Ciberseguridad del Comité TIC, Meiny González, Claudia Chez e Iban Campo, respectivamente.

POR **JUAN LUIS LOZADA**  
PRESIDENTE DE A100%



# APRENDIZAJE UBICUO

## LOS EFECTOS DEL COVID-19 EN LA EDUCACIÓN

La actual crisis sanitaria provocada por la pandemia de COVID-19 ha causado efectos importantes en todo el mundo, impactando diversos sectores de la sociedad. En la educación, a nivel mundial, más de 1,500 millones de estudiantes de 165 países estuvieron sin clases durante varias semanas. En América Latina y el Caribe, 25 millones de estudiantes y 1.5 millones de profesores del nivel universitario fueron afectados por la suspensión de las clases presenciales.

Y en el caso de la República Dominicana, la crisis afectó a 2.7 millones de estudiantes y cerca de 100,000 docentes del nivel preuniversitario y unos 600,000 estudiantes y 30,000 docentes

del nivel superior. La interrupción de los aprendizajes de los estudiantes y el aumento de las tasas de abandono escolar, a todos los niveles, son quizás los principales desafíos. Sin lugar a duda, los sistemas educativos del mundo, tanto a nivel público como privado, no estaban preparados para una crisis de tal magnitud. Hoy, el debate se centra en cómo funcionará la educación en la nueva normalidad.

### UN NUEVO PARADIGMA

La nueva normalidad requiere de un nuevo paradigma educativo. En este sentido, el aprendizaje ubicuo o u-learning, definido como aprender en cualquier momento y lugar mediante el uso de la tecnología, contiene seis pilares importantes: primero, una plataforma de gestión y comunicación que permita ofrecer las clases de manera virtual, la interacción y colaboración constante entre docentes, estudiantes, familia y directores, y que incluya elementos fundamentales como la asignación de tareas y calificaciones, el control de asistencia y el registro estudiantil. Esta plataforma también debe permitir el acceso directo al segundo pilar, los contenidos digitales, debidamente curados y disponibles en diversos formatos, como libros digitales, pdf, apps, podcasts y videos.

El tercer pilar, requisito esencial, es la conectividad, tanto en los centros educativos como en los hogares de los estudiantes. Para esto, se requerirá de alianzas público-privadas, con el apoyo de las empresas proveedoras de internet, que permitan que la comunidad educativa obtenga

condiciones especiales a conectividad y poder acceder a las aplicaciones digitales para el aprendizaje de las matemáticas, las ciencias, el inglés y la programación.

El cuarto pilar es una plataforma de educación continua en áreas STEAM (ciencias, tecnologías, ingenierías, artes y matemáticas) para que los docentes puedan capacitarse de manera virtual, en cualquier momento y lugar, teniendo opción a acreditaciones de reconocimiento internacional.



**HOY EN DÍA LAS MARCAS BUSCAN NUEVOS MODOS DE INTERACTUAR CON LOS CIUDADANOS PARA PODER IDENTIFICAR SUS NECESIDADES Y DEMANDAS**



El quinto pilar es incluir metodologías modernas de enseñanza, como el método del caso, el aula invertida, la gamificación y el aprendizaje basado en proyectos, combinado con el sexto pilar, la evaluación basada en competencias, pues es necesario medir de manera diferente, los aprendizajes de los alumnos y alumnas. Todo esto, además de requerir dispositivos electrónicos como tabletas, netbooks, laptops, pizarras inteligentes y teléfonos celulares, implica también un cambio cultural en

todo el ecosistema educativo. Las características del aprendizaje ubicuo, accesibilidad, conveniencia, permanencia, inmediatez y personalización, son esenciales para que los estudiantes y docentes puedan aprender desde cualquier lugar, las 24 horas del día, a su propio ritmo, con materiales siempre disponibles, con acceso desde sus dispositivos con conexión a internet y con rutas de aprendizaje personalizadas. Esta nueva era del aprendizaje que estamos iniciando, nos presenta una oportunidad única para innovar y mejorar la educación.



## PILARES DEL APRENDIZAJE UBICUO



POR **RICARDO GONZÁLEZ**  
 ABOGADO ASOCIADO EN JIMÉNEZ PEÑA

# CLAVES PARA EL ÉXITO DE LAS LICITACIONES DE CONTRATOS DE COMPRAVENTA DE ENERGÍA RENOVABLE

El marcado desarrollo y la creciente inversión en materia de energía renovable ha acelerado la transición energética, alterando las condiciones de mercado de modo tal que la regulación sectorial ha tenido que adaptarse en la misma medida. En tal sentido, en años recientes se identifica una tendencia global hacia la implementación de licitaciones o subastas públicas estructuradas especialmente para compraventa de energía renovable, como un mecanismo para obtener precios más bajos y alcanzar objetivos de carácter social (e.g. generación de empleos) y medioambiental (e.g. mitigación del calentamiento global).

La República Dominicana no ha sido ajena a esta realidad. Desde 2015, la negociación de contratos

de compraventa de energía (PPA) solar y eólica con la Corporación Dominicana de Empresas Eléctricas Estatales (CDEEE), ha tenido lugar sobre la base del Poder Especial de Representación 121-15, de fecha 27 de noviembre de 2015, otorgado por el Presidente de la República al Vicepresidente Ejecutivo de la CDEEE.

Empero, hace tiempo que las autoridades dominicanas trabajan en el diseño de una licitación pública para la compraventa de energía eléctrica en base a fuentes renovables, mediante PPAs a ser suscritos con las empresas distribuidoras de electricidad (EDEs) a través de la CDEEE. Así, inicialmente se previó una subasta de 250 MW, divididos en cinco proyectos de 50 MW cada uno, tres solares fotovoltaicos y dos

eólicos, a partir de recomendaciones hechas por una comisión de evaluación sobre la situación de la energía renovable<sup>1</sup>. Sin embargo, más recientemente las autoridades han indicado que se podría ampliar la capacidad de potencia a subastar hasta 400 MW.

Si bien la convocatoria a licitación habría estado pautada para después de mayo de este año<sup>2</sup>, la pandemia global ocasionada por el COVID-19 y las elecciones presidenciales y congresuales de 2020 han retrasado este plan en el corto plazo, con perspectivas de que la misma pueda lanzarse antes del final de año.

En cualquier caso, la correcta estructuración del proceso de licitación será clave para su exitosa consumación, adoptando las

mejores prácticas y experiencias de otros países de la región y las agencias relevantes.

En ese orden, IRENA clasifica en cuatro categorías los elementos que inciden en el resultado de los procesos de subasta de energía renovable; a saber: i) condiciones específicas del país, como la disponibilidad de recursos, el modelo de mercado y los costos asociados a financiamiento, terrenos y mano de obra; ii) el grado de confianza del inversionista respecto de la experiencia del oferente y del subastador y de la credibilidad del comprador (off-taker); iii) otras políticas relacionadas con la energía renovable, incluyendo objetivos claros, regulación de la red, despacho prioritario y normas de contenido local; y iv) el diseño de la subasta en sí, logrando un



1. COMISIÓN DE EVALUACIÓN SOBRE LA SITUACIÓN DE LA ENERGÍA RENOVABLE [s.f.]. Primer Informe Concluyente Plan de Desarrollo Energía Renovable en el SENI: Periodo Corto Plazo 2018-2020, p. 12. Disponible en: <https://mem.gob.do/wp-content/uploads/2019/02/1er-informe-concluyente-plan-de-desarrollo-energ%C3%ADa-renovable-en-el-SENI-Per%C3%ADodo-corto-plazo-2018-2020.pdf>. Consultado el 5 de junio de 2020.

2. GLOBAL WIND ENERGY COUNCIL. "Así son las condiciones de inversión en República Dominicana para instalar 1000 MW de energías renovables en cuatro años" en Energía Estratégica, 2020, 11 de abril. Disponible en: <https://www.energiaestrategica.com/asi-son-las-condiciones-de-inversion-en-republica-dominicana-para-instalar-1000-mw-de-energias-renovables-en-cuatro-anos/>. Consultado el 5 de junio de 2020.



equilibrio (trade-off) entre el descubrimiento del precio y otros objetivos igualmente deseables<sup>3</sup>.

Atendiendo a esta clasificación, puede afirmarse que las condiciones de nuestro país son atractivas para la inversión extranjera directa, puesto que se cuenta con un alto potencial solar y eólico, un régimen político estable y un marco normativo apropiado para el subsector eléctrico –pese a las deficiencias prácticas derivadas del endeble cumplimiento e institucionalidad—. Este subsector se regula principalmente por la Ley 125-01 General de Electricidad, de fecha 26 de julio de 2001 y por la Ley 57-07 sobre incentivo al desarrollo de fuentes renovables de energía, de fecha 7 de mayo de 2007 y sus respectivos reglamentos de aplicación. A su vez, destaca la Ley 1-12 que establece Estrategia Nacional de Desarrollo 2030, de fecha 25 de enero de

2012, la cual refleja los objetivos a largo plazo del Estado dominicano en materia de energía.

A nivel reglamentario, la referida comisión de evaluación ha exhortado la elaboración de un reglamento específico para licitaciones de compraventa de energía eléctrica en base a fuentes renovables, en vista de que los criterios de formulación de precios establecidos en el reglamento vigente<sup>4</sup> están orientados a la energía convencional y serían inadecuados para las renovables.

Por otra parte, debe reforzarse la confianza del inversionista en el comprador de la energía, en este caso la CDEEE o las EDEs, ya que frecuentemente se han observado retrasos en el pago de las facturas emitidas por los generadores por energía producida y efectivamente servida en el marco de PPAs, lo cual indudablemente provoca incertidumbre en el sector y dificulta la obtención de financiamiento internacional de vital importancia para la factibilidad de proyectos de esta envergadura.

En lo que concierne al diseño de la subasta, es importante que ésta atraiga un número de oferentes que permita una competencia efectiva, a la vez que establezca condiciones que aseguren la firma del contrato por el oferente seleccionado y el subsecuente desarrollo del proyecto adjudicado.

En ese sentido, a continuación, se listan algunas de las prácticas a ser consideradas por la CDEEE al momento de estructurar la venidera licitación pública para PPAs de energía renovable; a saber:

### **1. PUBLICIDAD Y REGULACIÓN.**

La licitación debe infor-

**HENISINULPA NONSEQUO  
TE OCCAE LANTIAT  
VOLESTIOREMO  
QUIBERROR SI DITSEQUI  
DOLUPIDIGNAM FUGA.  
RORE, VEL IPIDENIAT EXERIT  
FACERE CUM EXPELLA  
CESCIA NUS DEM FACEAQUI  
INCIENDERUM, QUAM EXPE  
QUAM HILLABO. ERIATUR RA  
EXPLABO REPERIS DOLUPTA  
TEMQUAM ET DOLLECES  
VOLUT ETUS.**



marse con tiempo suficiente para que los oferentes interesados puedan preparar su oferta junto a sus asesores legales y financieros, anunciando las convocatorias por los medios idóneos, tanto a nivel nacional como internacional. Además, si bien esta es la primera licitación de este tipo que organizaría la CDEEE, debe fomentarse la regularidad y uniformidad mediante licitaciones subsecuentes, que generen seguridad y familiaridad en los inversionistas.

**2. TRANSPARENCIA.** La CDEEE debe mantener un canal de comunicación constante con las empresas oferentes, permitiéndoles acceder a información oportuna, útil y precisa sobre el proceso de licitación (y en el caso de las posteriores, de la información concerniente a las anteriores). Asimismo, hay que permitir que los participantes sometan periódicamente sus preguntas y solicitudes de aclaración y atender a las mismas satisfactoriamente.

**3. CONDICIONES DE ENTRADA.** La participación en el proceso debe reservarse a aquellos oferentes que demuestren capacidad técnica y financiera en proyectos de similar dimensión. Por otra parte, ha transcendido que, como condición de entrada, la CDEEE estaría requiriendo que los oferentes cuenten con al menos una concesión provisional vigente asociada a energía renovable, lo cual en principio parece ser acertado, ya que exigir una concesión definitiva podría excluir a oferente serios, en tanto que la falta de filtro alguno puede atraer licitadores sin compromiso

3. IRENA (2019). Renewable energy auctions: Status and trends beyond price. International Renewable Energy Agency, Abu Dhabi, p. 13.

4. Resolución SIE-540-2011, de fecha 27 de diciembre de 2011, modificado por la Resolución SIE-056-2015-MEM, de fecha 13 de octubre de 2015, emitidas por la Superintendencia de Electricidad.

real de invertir y desarrollar un proyecto.

**4. TÉRMINOS Y CONDICIONES DEL PPA.** Es conveniente que el pliego de condiciones de la licitación detalle los términos y condiciones generales que serán reflejados en el PPA adjudicado o, de ser posible, que incluya un anexo con el modelo de PPA que será suscrito con el adjudicatario. Con miras a facilitar la obtención de financiamientos a largo plazo, es preferible que el precio del PPA sea acordado en dólares americanos e indexado anualmente<sup>7</sup>.

**5. GARANTÍAS FINANCIERAS.** El uso de garantías financieras en el proceso de licitación puede ayudar a reducir la probabilidad de insuficiencia de pujas. Por ejemplo, para asegurar la firma del PPA por el licitador adjudicado, se exigiría una garantía

de seriedad de la oferta a ser presentada junto con la oferta económica, en tanto que para garantizar la construcción oportuna del proyecto de que se trate, puede demandarse una garantía de fiel cumplimiento<sup>8</sup>.

La garantía de seriedad de la oferta se devolvería a los participantes, pero si la empresa ganadora no suscribe el PPA en el plazo y forma requeridos, esta última renunciaría a dicha

**HENISINULPA  
NONSEQUO TE OCCAE  
LANTIAT VOLESTIOREMO  
QUIBERROR  
SI DITSEQUI  
DOLUPIDIGNAM FUGA.  
RORE, VEL IPIDENIAT  
EXERIT**

garantía, que se mantendría en manos de la CDEEE.

En cuanto a la garantía de fiel cumplimiento, puede ejecutarse si la construcción del proyecto se retrasa injustificadamente o si, habiéndose construido, no observa debidamente los compromisos contractuales.

En cualquier caso, el monto de cada garantía debe fijarse de forma tal que constituya un desincentivo suficiente al incumplimiento, pero sin ser tan alto que imponga una barrera de entrada a potenciales participantes deseables para la institución contratante<sup>9</sup>.

Vale destacar que tanto la garantía de seriedad de la oferta (1% del monto total de la oferta) como la garantía de fiel cumplimiento (4% del monto total de la adjudicación) son mecanismos habilitados por la Ley 340-06 sobre compras y contrataciones de bienes, servicios, obras y concesiones, de fecha 18 de agosto de 2006 su reglamento de aplicación.

Igualmente, la garantía de fiel cumplimiento ya es estándar en los PPAs suscritos a la fecha, encontrándose establecida y fijada en 4% en el referido Poder Especial de Representación 121-15, de donde se espera que este requerimiento se traslade al pliego de condiciones de la licitación.

**6. PENALIDADES POR INCUMPLIMIENTO Y RETRASO.** Las penalidades aplicables al retraso en la construcción, entrada en operación comercial (COD) o déficit de generación del proyecto, deben establecerse claramente para que los inversionistas puedan evaluar el riesgo asociado. A la

fecha, también derivado del Poder Especial de Representación 121-15, se observa que varios PPAs suscritos por la CDEEE prevén penalidades por demora en la entrada en operación comercial por un periodo de hasta 12 meses, culminado el cual, la CDEEE se reserva el derecho de terminar unilateralmente el contrato y ejecutar la garantía de fiel cumplimiento.

Las prácticas arriba discutidas son algunas de opciones que han sido identificadas por agencias e instituciones internacionales y asumidas en otros países de la región, como mejores prácticas en el diseño de subastas de PPAs para energía renovable. A modo enunciativo, existen también criterios recomendados para la selección de ofertas ganadoras (basada en precio y el mérito de cada oferta para la consecución de objetivos secundarios), así como para la determinación de los terrenos del proyecto (project site) o la potencia a contratar en cada caso.

La implementación acertada de estos mecanismos por parte de la CDEEE, especialmente en esta primera subasta, proveería la necesaria seguridad a los inversionistas interesados en desarrollar proyectos de generación eléctrica en base a fuentes renovables en la República Dominicana. A la vez reforzaría la credibilidad institucional de la entidad administradora de las empresas del sector eléctrico de cara a futuras licitaciones, contribuyendo a impulsar la diversificación sostenible de la matriz energética nacional y al logro de los objetivos de desarrollo del Estado dominicano recogidos en la citada Ley 1-12 de Estrategia Nacional de Desarrollo 2030.



5. FACTOR (2017). Renewable Energy Auctions in Latin America and the Caribbean. España, p. 12. Disponible en: [https://www.wearfactor.com/docs/RE\\_LAC.pdf](https://www.wearfactor.com/docs/RE_LAC.pdf). Consultado el 5 de junio de 2020.

6. Idem, p. 13.

7. Idem, p. 11.

8. Idem, p. 13.

9. IRENA, op. cit. 36.

# Mazda 2021 CX-9 TURBO

ELEGANTE Y PODEROSO



COMPUERTA  
TRASERA ELÉCTRICA



CONTROL DE  
ESTABILIDAD DINÁMICO



AROS DEPORTIVOS  
DE 20 PULGADAS



MOTOR SKYACTIV  
2.5L TURBO, 250HP



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

809-565-3111



GRUPO  
**VIAMAR**

Los modelos ilustrados podrían diferir de los disponibles en especificaciones y accesorios. Solicite en **Grupo Viamar y Dealers Autorizados** una cotización para mayor exactitud de las especificaciones y precio del modelo de su interés.



AMCHAMDR

---

CICLO DE CANDIDATOS

---

2020

LA VISIÓN DE GOBIERNO DE TRES ASPIRANTES PRESIDENCIALES



Un día antes de que el presidente Danilo Medina anunciara por primera vez el cierre de fronteras y otras medidas drásticas para contrarrestar la expansión del COVID-19 en el país, la Cámara Americana de Comercio de la República Dominicana (AMCHAMDR) había decidido reemplazar por conferencias virtuales los encuentros presenciales que tenía pautado realizar dentro de su tradicional evento "Ciclo de Candidatos 2020".

El 16 de marzo AMCHAMDR emitió formalmente un comunicado anunciando el cambio de formato en los eventos programados para el 19, 24 y 31 de marzo con los aspirantes presidenciales Leonel Fernández (Fuerza del Pueblo), Luis Abinader (Partido Revolucionario Moderno) y Gonzalo Castillo (Partido de la Liberación Dominicana), respectivamente. La decisión se produjo en atención a la recomendación de evitar la aglomeración de personas que habían hecho la Organización Mundial de la Salud, el Ministerio de Salud Pública, entre otras entidades.

Dos meses más tarde, cuando se había consolidado "AMCHAMDR Connect", la modalidad de trabajo virtual que le permitió a la Cámara Americana de Comercio continuar con sus operaciones durante la pandemia, se producía el anuncio de las nuevas fechas del "Ciclo de Candidatos 2020".

Se siguió el mismo orden establecido anteriormente: Miércoles 20 de mayo participaría Leonel Fernández, candidato por la Fuerza del Pueblo y aliados; el martes 26 le tocaba el turno a Luis Abinader, aspirante por Partido Revolucionario Moderno; y el jueves 04 de junio se esperaba a Gonzalo Castillo, candidato

por el Partido de la Liberación Dominicana.

Por primera vez en cuatro décadas, este foro se realizaba en una modalidad virtual, decisión tomada como forma de garantizar la salud colectiva y la integridad física de todos los participantes, a propósito de la situación que produjo en el país ante la llegada del COVID-19.

Para AMCHAMDR, el Ciclo de Candidatos reviste de una importancia vital en los años electorales, ya que es un foro neutral donde los principales candidatos a la presidencia presentan de forma individual su plan de gobierno y su visión respecto al clima de negocios e inversión, el Estado de Derecho y la relación del país con los Estados Unidos.

En la mecánica de este año, cada candidato tuvo una primera intervención de 25 minutos para

presentar el plan de gobierno que implementaría en caso de resultar ganador en las elecciones presidenciales del 05 de julio. Posteriormente respondieron a preguntas de interés del empresario y la membresía AMCHAMDR vinculadas al clima de negocios y relaciones con los Estados Unidos, desde las perspectivas de los Comités de Facilitación de Comercio, Legal, Sostenibilidad, Energía y Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) y a cuestionantes del público en general.

Casi mil personas se conectaron a la plataforma Cisco para escuchar los 300 minutos de disertación de los tres candidatos. En ese escenario, el presidente de AMCHAMDR aprovechó la oportunidad para pedirle a la sociedad asumir con responsabilidad y compromiso las

medidas y protocolos de distanciamiento social para evitar la propagación del COVID-19, ya que, a su juicio, la República Dominicana debe demostrar ante el mundo su capacidad para administrar la crisis generada por la pandemia para recuperar el crecimiento económico que ha ostentado en las últimas cinco décadas.

Así mismo consideró que es una clara señal de optimismo y determinación el inicio de la fase 2 de la reactivación de la economía que se produjo el 03 de junio.

Otro tema que Ortega colocó en la palestra tres temas de interés fue la oportunidad que tiene el país de promover la producción compartida de Nearshore, integrarse a las cadenas de valor de Estados Unidos y potenciar el intercambio comercial con su socio número uno.

## RESULTADOS DE LAS ELECCIONES PRESIDENCIALES



**ABINADER**  
**52.52%**  
PARTIDO REVOLUCIONARIO  
MODERNO Y ALIADOS



**GONZALO**  
**37.46%**  
PARTIDO DE LA LIBERACIÓN  
DOMINICANA Y ALIADOS



**LEONEL**  
**8.90%**  
PARTIDO FUERZA DEL PUEBLO Y  
ALIADOS

Durante la celebración de las elecciones presidenciales del 5 de julio, Luis Abinader, candidato presidencial por el Partido Revolucionario Moderno, resultó ganador en primera vuelta con un 52.52% de los votos emitidos. En segundo lugar, quedó el aspirante por el Partido de la Liberación Dominicana, Gonzalo Castillo, con un 37.46% y en el tercer puesto quedó Leonel Fernández, candidato por el Partido Fuerza del Pueblo y aliados, con 8.90% de los sufragios.



LEONEL FERNÁNDEZ, EX-PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA Y CANDIDATO POR EL PARTIDO LA FUERZA DEL PUEBLO

## UNA PROPUESTA BASADA EN 7 PILARES PARA LA TRANSFORMACION DE RD

PUNTUALIZÓ QUE COMO CONSECUENCIA DE LA CRISIS SANITARIA Y ECONÓMICA PROVOCADA POR EL COVID-19, SE GENERARÍAN NUEVAS OPORTUNIDADES PARA LA REPÚBLICA DOMINICANA.

Su presentación era la primera del “Ciclo de Candidatos 2020”. A las 5:00 PM en punto del miércoles 20 de mayo inició el evento virtual que reunía al candidato presidencial de la Fuerza del Pueblo y aliados, Leonel Fernández, con los principales ejecutivos, miembros de la Cámara Americana de Comercio de la República Dominicana (AMCHAMDR), la embajadora de los Estados Unidos en el país, Robin Bernstein, y público interesado en conocer la propuesta de gobierno del tres veces presidente de la República.

Después de las palabras del presidente de AMCHAMDR, Ramón Ortega, Leonel Fernández inició su ponencia explicando que, de ganar las próximas elecciones presidenciales, enfocaría su gobierno en siete pilares fundamentales, que garantizarán el desarrollo sostenible y “una nueva ola de transformaciones” en la República Dominicana.

Dentro de esos pilares, Fernández detalló que el fortalecimiento institucional, el crecimiento económico, la seguridad ciudadana, la educación y la seguridad social ocupan los primeros lugares en su plan de gobierno para un próximo cuatrenio, factores fundamentales para desarrollar al país ante la actual crisis provocada por el COVID-19.

Puntualizó que como consecuencia de la crisis sanitaria y económica provocada por el COVID-19, se generarán nuevas oportunidades para la República Dominicana, sobre lo cual aseguró que está preparado para aprovechar una vez llegue al gobierno, porque tiene la experiencia de haber rescatado la confianza tras grandes crisis que impactaron al país. Citó como ejemplo que en el 2004 retornó al poder en medio de una crisis económica nacional donde había un desánimo nacional, pero en poco tiempo, tras asumir el gobierno, se recuperó la confianza. Asimismo,

recordó que en el 2008 se produjo la gran crisis financiera y al mismo tiempo paralelo, la crisis global de los precios de los combustibles y de los alimentos, “y sin embargo pudimos sortear ambas crisis y salimos más fortalecidos”.

“No puede haber crecimiento, desarrollo sostenible o un buen clima de negocios si no hay una estabilidad política democrática en la República Dominicana y estabilidad política significa estado de derecho”, expresó el tres veces presidente.

Dijo que para que haya confianza y credibilidad en las instituciones públicas tiene que haber transparencia y rendición de cuentas, para lo cual propone “el gobierno abierto”, para que todas las informaciones que emanen de la administración pública sean de dominio de la sociedad de manera ágil vía una plataforma.

Al hacer referencia a la crisis de Estados Unidos en el 2008, dijo que la economía sólo creció un 3.5 por ciento el año siguiente, pero que, gracias a los fondos prestados por el Fondo Monetario Internacional, se elevó a 11 por ciento en el 2010.

Adelantó que debe ser una aspiración de nación para la República Dominicana convertir al país en un HUB Logístico Regional, un corredor tecnológico y en un clúster farmacéutico para atraer grandes inversiones extranjeras.

El líder de la Fuerza del Pueblo manifestó que promoverá los diálogos sociales, a fin de garantizar un acercamiento con los diversos sectores de la sociedad y la población en sentido general.

Señaló que la presión tributaria en el país es de 13.5% del PIB y que el gasto del Estado llega a un 17.5%. Destacó que, entre los niveles del gasto fiscal, cuando se va al presupuesto, el país solo tiene la capacidad fiscal para financiar el 75 % del presupuesto nacional y hay todavía un 25 % que tiene que ser financiado, “lo que significa que

“



**NO PUEDE HABER  
CRECIMIENTO,  
DESARROLLO  
SOSTENIBLE O UN BUEN  
CLIMA DE NEGOCIOS SI  
NO HAY UNA  
ESTABILIDAD POLÍTICA  
DEMOCRÁTICA EN  
LA REPÚBLICA  
DOMINICANA.**

”

aproximadamente el déficit del año 2020 es de unos 246 mil millones de pesos”.

### **FONDOS DE PENSIONES Y COVID-19**

Durante el encuentro virtual, Fernández puntualizó que como consecuencia de la crisis sanitaria y económica provocada por el COVID-19, se generarán nuevas oportunidades para la República Dominicana. En ese sentido, aseguró que está preparado para aprovechar una vez llegue al gobierno, porque tiene la experiencia de haber rescatado la confianza tras grandes crisis que impactaron al país.

Citó como ejemplo que en el 2004 retornó al poder en medio de una crisis económica nacional donde había un desánimo nacional, pero en poco tiempo, tras asumir el gobierno, se recuperó la confianza. Asimismo, recordó que en el 2008 se produjo la gran crisis financiera y al mismo tiempo paralelo, la crisis global de los precios de los combustibles y de los alimentos, “y sin embargo pudimos sortear ambas crisis y salimos más fortalecidos”.

Reiteró su posición a que se revierta la operación de compra de bonos del Ministerio de Hacienda con dinero de los Fondos de Pensiones por 40 mil millones de pesos. Dijo que prefiere que ese dinero vaya a los trabajadores dominicanos, quienes son los legítimos dueños y lo necesitan en este momento de crisis que vive el país.

### **CONOCIENDO LA POSICIÓN DE FERNÁNDEZ SOBRE EL CLIMA DE NEGOCIOS E INVERSIÓN**

Durante poco más de hora y media, el candidato de la Fuerza del Pueblo y aliados presentó su propuesta de gobierno y respondió a las preguntas de interés del empresariado y la membresía de la Cámara Americana de Comercio de la República Dominicana (AMCHAMDR).

Leonel Fernández se refirió a temas vinculados al clima de negocios y relaciones con los Estados Unidos, desde las perspectivas de los Comités de Facilitación de Comercio, Legal, Sostenibilidad, Energía y Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC). ¿Qué opina el candidato de la Fuerza del Pueblo sobre la Inversión Extranjera?

Respecto a la inversión extranjera, Fernández considera que se precisa crear un marco normativo para incentivar la inversión que impacte positivamente la generación de empleos y añadió además la necesidad de que, frente a la nueva realidad impuesta por el COVID-19, se diversifiquen las inversiones.

“No puede haber crecimiento, desarrollo sostenible o un buen clima de negocios si no hay una estabilidad política democrática en la República Dominicana y estabilidad política significa estado de derecho”, expresó el tres veces presidente.

Dijo que para que haya confianza y credibilidad en las instituciones públicas tiene que haber transparencia y rendición de cuentas, para lo cual propone “el gobierno abierto”, para que todas las informaciones que emanen de la administración pública sean de dominio de la sociedad de manera ágil vía una plataforma.

### **POSICIÓN SOBRE LA FACILITACIÓN DE COMERCIO**

Al ser cuestionado sobre cómo impulsaría que el país se convierta en un Hub Logístico Regional, Fernández reveló que debe ser una aspiración de nación para la República Dominicana llegar a esa meta, al tiempo que destacó la infraestructura y posición geográfica privilegiada con que cuenta el país.

En ese sentido, dijo que para ello se precisa contar con un proceso de facilitación aduanal ágil, así



como también tecnificar y profesionalizar a los recursos humanos del área.

Otro punto que citó el expresidente giró en torno a la necesidad de que se rediscuta el Tratado de Libre Comercio entre Estados Unidos, Centroamérica y la República Dominicana (DR-CAFTA) a fin de extender el período de desmonte arancelario y que a su juicio no haya “una relación comercial asimétrica”.

### **¿QUÉ OPINA FERNÁNDEZ DE LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE?**

A juicio del candidato de la Fuerza del Pueblo, los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) no deben ser replanteados, pero sí ve necesario y urgente la realización de una asamblea general virtual de las Organización de las Naciones Unidas, a los fines de escuchar las situaciones actuales y articular políticas generales para el beneficio de todos los países miembros. A juicio de Fernández, la interrogante sobre si, a raíz del COVID-19, los países están en capacidad de cumplir con los 17 ODS debe ser

un tema de discusión global, no nacional.

Además, dijo que los ODS son base para ser responsables con los recursos naturales y garantizar un legado para las futuras generaciones, producto una aplicación de las economías verde y naranja. Preciso que, en un gobierno suyo, la construcción de acueductos, plantas de tratamiento de aguas residuales, viviendas e infraestructuras serán obras que posibilitarán el desarrollo que requiere el país para su avance sostenible.

### **SUS PLANES SOBRE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS**

Al ser cuestionado sobre las Políticas de Estado que implementaría para fomentar la innovación tecnológica, Fernández se refirió a la posibilidad de convertir el Parque Cibernético en el corredor tecnológico de las Américas. Criticó que el eCommerce no esté plenamente desarrollado en el país, ya que entiende que es “una fuente extraordinaria de generación de empleos y riquezas que se puede explotar”. Así mismo, Fernández afirmó que

en un gobierno suyo fomentaría la creación de empresas y el emprendedurismo con un fondo especializado, a través de incubadoras y aceleradoras de nuevas tecnologías, dirigidas principalmente a los jóvenes.

### **¿CUÁL SERÁ LA POLÍTICA ESTATAL DE UN GOBIERNO SUYO EN MATERIA DE ENERGÍA?**

Al preguntársele sobre la política estatal que ejecutaría en materia de energía y su papel en la política de precios, el candidato de la Fuerza del Pueblo aseguró que en un gobierno suyo no tendría una intervención directa en la venta de energía, sino que se ceñirían a lo que establezca la Ley 125-05 sobre Electricidad y dijo que debe funcionar la libre competencia entre los actores del sector energético.

Fernández no quiso referirse a una posible venta de Central Termoeléctrica Punta Catalina al sector privado, sino que dijo que primero debe ganar antes de evaluar qué hacer con esa planta a carbón.

**MÁS CERCA  
CON SUS ORADORES**



**LUIS ABINADER, CANDIDATO PRESIDENCIAL POR EL PARTIDO REVOLUCIONARIO MODERNO**

# **ELIMINAR LA CORRUPCIÓN, EFICIENTIZAR EL GOBIERNO Y ESTIMULAR LA INVERSIÓN**

**ATRAER LA INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA, QUE CONSIDERA MOTOR DEL DESARROLLO, Y GARANTIZAR UN CLARO ORDEN REGLAMENTARIO PARA COMPETIR SON TAMBIÉN PILARES ESENCIALES DE LA ESTRATEGIA QUE COMBINARÁ CONTROL DEL CORONAVIRUS.**

En los primeros 100 días de su gobierno, el candidato presidencial por el Partido Revolucionario Moderno (PRM), Luis Abinader, emprenderá un programa de políticas públicas para eliminar la corrupción y la impunidad, concertará un acuerdo para una reforma fiscal integral, que estimule la inversión; importanzar los mercados y el comercio; y establecerá una administración pública eficiente.

Así lo hizo saber a los principales directivos y miembros de la Cámara Americana de Comercio de la República Dominicana (AMCHAMDR), la embajadora de los Estados Unidos, Robin Bernstein, el presidente del Consejo Nacional de la Empresa Privada, Pedro Brache, y el público que se congregó virtualmente para ver su ponencia en el “Ciclo de Candidatos 2020”

Atraer la inversión extranjera directa, que considera motor del desarrollo, y garantizar un claro orden reglamentario para competir son también pilares esenciales de la estrategia que combinará control del coronavirus, la activación económica, generación de empleos y cambios en el modelo de desarrollo para que sirva a una gran transformación de la calidad de vida del pueblo.

El nominado a la Presidencia de la República por el PRM y fuerzas aliadas informó al auditorio virtual de la matrícula de AMCHAMDR que “el Gobierno del cambio” iniciará su gestión con la mejora en la calidad del gasto, cuidando las finanzas públicas y los niveles de deuda pública; fortaleciendo la capacidad de fiscalización del Congreso Nacional y de la Cámara de Cuentas.

Además, reveló que promoverá un régimen de sanciones efectivo para los funcionarios que no cumplan con las leyes; reduciendo el costo y simplificando los procesos de cumplir con las



“

**SI QUEREMOS  
GENERAR UN CÍRCULO  
VIRTUOSO  
DE PRODUCCIÓN Y  
CONSUMO ES  
IMPRESINDIBLE  
PROPORCIONAR  
FACILIDADES  
FINANCIERAS A LAS  
EMPRESAS  
PARA INVERTIR Y  
DEVOLVERLES LA  
CAPACIDAD  
DE COMPRA A LAS  
PERSONAS  
E INCENTIVAR LA  
PRODUCCIÓN.**

”

leyes, así como proveyendo servicios públicos que contribuyan a eliminar el incentivo a la informalidad, la evasión y la elusión de impuestos, entre otras medidas que estimularán la inversión, producción, competitividad y el bienestar social.

Abinader puntualizó que al nuevo gobierno le corresponderá manejar la situación de urgencia que implica la triple crisis sanitaria, económica y social, “mientras atendemos también los temas importantes de las reformas estructurales que ustedes demandan y que necesita el país”.

“Nuestro gobierno tendrá la responsabilidad de brindar seguridad epidemiológica, mientras mantiene funcionando todas las actividades productivas. Para ello, ejecutaremos un programa masivo para detectar, aislar, rastrear y tratar a los contagiados y sus contactos para controlar la propagación del CoVID-19. Controlar la propagación del virus es un requisito indispensable antes de pasar a organizar y ejecutar un plan integral de estímulos para la recuperación y la reactivación del crecimiento económico”, resumió.

Agregó que la paralización de la producción y la suspensión del trabajo por la crisis sanitaria mantienen a muchas personas con sus recursos agotados y con fuertes deudas; y de igual forma, las empresas vieron reducirse su capital de reserva junto a su capacidad de invertir.

Entiende que para recuperar el nivel de actividad anterior a la pandemia será necesario recurrir a estímulos económicos y financieros que permitan un rápido retorno al crecimiento. Citó que tanto la teoría económica como la experiencia práctica de crisis anteriores indican que un fuerte componente de gasto público a través de subsidios, transferencias de efectivo, préstamos blandos y beneficios fiscales para las personas y las

empresas, es la fórmula adecuada para recuperar el crecimiento.

“Si queremos generar un círculo virtuoso de producción y consumo es imprescindible proporcionar facilidades financieras a las empresas para invertir y devolverles la capacidad de compra a las personas e incentivar la producción. Al final es la demanda agregada la que determina el empleo y el producto en el corto plazo”, puntualizó.

Abinader observa que los expertos consultados coinciden en que el problema de nuestra balanza comercial no es por falta de acceso a mercados, sino por falta de competitividad sistémica para desarrollar una cultura exportadora.

“Adoptaremos medidas para aumentar la oferta de productos industriales con vocación exportadora, revisando y adecuando las leyes que actualmente regulan el sector industrial (nacional y zonas francas) con el objetivo de promover la productividad, competitividad, el empleo, las exportaciones y la distribución de las actividades económicas en todo el territorio nacional”, manifestó.

Un punto donde hizo hincapié el candidato presidencial del PRM fue con el Programa Gobierno Eficiente, mediante el cual pretende reducir significativamente la burocracia estatal de permisos, licencias, aprobaciones a las cuales está expuesto el sector privado.

Además, se refirió a que cualquier intento de fortalecimiento institucional del Estado tiene necesariamente que enfrentar los niveles de dispendio, las nominillas, los sobrepagos, los sobornos, entre otras desviaciones de los fondos públicos. A su juicio, la corrupción ahuyenta la inversión extranjera.

Por eso, dice que aumentará la independencia de las unidades de control interno y establecerá sanciones penales y civiles para los miembros de los comités de compras y contrataciones.

“Transformaremos la justicia

devolviendo al Consejo de la Magistratura su composición originaria; garantizaremos un Ministerio Público independiente del Poder Ejecutivo; y prohibiremos que una persona con militancia activa pueda ser juez de las Altas Cortes”.

### **POSICIÓN DE ABINADER SOBRE EL SECTOR ELÉCTRICO**

Tener energía confiable, 24 horas y a precios competitivos es la propuesta del candidato del PRM para el sector energético en un potencial gobierno suyo.

Criticó que, a la fecha, se desconozcan los costos reales que ha invertido el gobierno en la Central Termoeléctrica Punta Catalina. Sin embargo, favoreció que la planta a carbón se mantenga en manos del gobierno, por entender que reducirá los precios del consumidor final.

Abinader afirmó que trabajaría en reducir las enormes pérdidas de las distribuidoras, a las que catalogó como el grave problema del sector eléctrico, ya que ascendieron en 2019 a 1,300 millones de dólares y que conforman uno de los principales déficit del sector público.

### **SU VISIÓN SOBRE LA FACILITACIÓN DEL COMERCIO**

Luis Abinader proyecta trabajar en conjunto con el sector privado para eficientizar y facilitar el comercio exterior en la República Dominicana, ya que entiende es la clave para crear más empleos, nuevos negocios y posicionaría al país como Hub Logístico Regional. “Trabajaremos junto al sector privado para que haya una sola plataforma de facilitación de comercio. Así mismo buscaremos aplicar una guillotina regulatoria, que reduzca las regulaciones y pasos que no son necesarios en los procesos”, manifestó.

Al ser cuestionado sobre su posición frente a los Tratados de



Libre Comercio, Abinader cree importante que antes de adentrarse a nuevos acuerdos se debe trabajar mucho más hacia dentro para capacitar y eficientizar el aparato productivo nacional.

### **¿QUÉ PLANES TENDRÍA EL GOBIERNO DE ABINADER RESPECTO A LA SOSTENIBILIDAD?**

Para Luis Abinader, antes de estallar la crisis del COVID-19, el país estaba atrasado con el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenibles (ODS), porque no se estaban asignando los recursos necesarios para cumplirlos. Favorece que al final de la pandemia, la ONU tome medidas para que los ODS se puedan lograr. Asegura que está identificado con el logro de los ODS y que se compromete a asignar los recursos y el capital humano que sean necesarios para su cumplimiento, ya que los mismos forman parte de la guía de políticas públicas que implementará en su gestión.

Invitó a que se unan los sectores público y privado para construir lo que califica como “un plan de nación”, porque los ODS no deben

ser de un gobierno, sino una tarea de todo el país. “Sin la participación de los empresarios, Sociedad Civil y otros sectores, no lo vamos a lograr”.

### **LOS PLANES DE ABINADER SOBRE EL CLIMA DE INVERSIÓN**

Luis Abinader planteó claramente que los inversionistas van donde aseguren su inversión y cuenten con seguridad jurídica. Ahí radican los planes de fortalecer el clima de inversión de un gobierno suyo, del que dijo se apoyaría en cambiar la Justicia para que haya transparencia, honestidad, se asignen los recursos necesarios y haya un Ministerio Público independiente de las decisiones políticas.

Revela que buscará crear incentivos para que se mantenga el mismo marco regulatorio y los inversionistas tengan la certidumbre de que no le cambiarán las reglas de juego, además habló de la importancia de mantener la estabilidad política y social para facilitar las inversiones.

“Con el fortalecimiento institucional, mejoramiento del sector laboral y de los aspectos que

afectan la competitividad, vamos a hacer un país donde los inversores extranjeros tendrán mucho más interés en invertir en el país”, puntualizó.

### **¿CUÁL ES SU POSTURA SOBRE LAS TIC Y LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL?**

El candidato presidencial por el PRD aseguró que su gobierno privilegiará la transformación digital de la sociedad, en los negocios, en la educación y en la vida cotidiana en general de los dominicanos y dominicanas.

“No podemos permitir que se erija un nuevo muro invisible entre los que tienen acceso a la banda ancha y los que tienen las capacidades necesarias para hacer uso de la tecnología y los que no. Nadie se nos puede quedar atrás, no consentiremos una nueva forma de segregación social”, aseguró.

A su juicio, si el país no va al mismo nivel en que avanzan las Tecnologías de la Información y Comunicación, no se conseguirá un verdadero desarrollo y la República Dominicana estará detrás en términos de competitividad y eficiencia.



GONZALO CASTILLO, CANDIDATO PRESIDENCIAL POR EL PARTIDO DE LA LIBERACIÓN DOMINICANA

## **ATRAER MÁS INVERSIÓN EXTRANJERA Y CONVERTIR A RD EN HUB LOGÍSTICO**

EL CANDIDATO OFICIALISTA MANIFESTÓ QUE DENTRO DE SU PROGRAMA DE GOBIERNO IMPLEMENTARÍA UN PLAN DE REACTIVACIÓN ECONÓMICA, QUE SEGÚN DIJO, SE HARÁ CON RESPONSABILIDAD FISCAL.

El último evento del “Ciclo de Candidatos 2020” concitó gran interés: Traía al candidato presidencial por el Partido de la Liberación Dominicana (PLD), Gonzalo Castillo, quien durante todo el período de campaña se había caracterizado por ausentarse de entrevistas o espacios para presentar su propuesta de gobierno.

En AMCHAMDR hizo la segunda y última aparición frente a un foro gremial de empresarios para promover su plan de gobierno en caso de ganar la presidencia de la República en próximo 5 de julio. En ese escenario, aseguró que hará un gobierno más moderno, abierto, cercano a la gente y que resuelva.

El candidato presidencial por el PLD aseguró que, de gobernar a partir de agosto, trabajará de la mano con los sectores productivos del país para atraer más inversión extranjera, exportar productos con mayor valor agregado, convertir el país en un hub logístico de la región.

“En mi gobierno, seguiremos trabajando para asegurarnos de que la República Dominicana siga siendo un país donde los inversionistas puedan de forma confiada, colocar su dinero y recursos sabiendo que tienen un gobierno que es una mano amiga, que garantiza reglas claras y que les da seguridad”, puntualizó.

Además, manifestó que dentro de su programa de gobierno y plan de reactivación económica adoptará las medidas fiscales y monetarias necesarias para mantener la estabilidad macroeconómica en el país con un tipo de cambio estable y una tasa de inflación baja.

Castillo planteó que fomentará las actividades de sectores que generen mayor impacto sobre la economía, por su alta demanda de insumos y de mano de obra, así como aquellos que produzcan bienes y servicios, con alta



“



**SEGUIREMOS TRABAJANDO PARA ASEGURARNOS DE QUE LA REPÚBLICA DOMINICANA SIGA SIENDO UN PAÍS DONDE LOS INVERSIONISTAS PUEDAN DE FORMA CONFIADA.**

”

demanda de exportación, entre ellos los sectores agropecuario, industrial, comercio, turístico y Mipymes.

Para fomentar las exportaciones, el candidato oficialista indicó que va a favorecer la creación de clústeres industriales, para elevar la productividad y la competitividad de la industria nacional y que los mismos contarán con tasa de interés preferencial y financiamiento del BANDEX.

“Como empresario conozco las necesidades de los sectores productivos y comerciales. Por mi experiencia en la función pública, también conozco cómo el Estado, junto con el sector privado, pueden potenciar la economía del país”, dijo.

En relación con la minería, dijo que promoverá la aprobación de un nuevo marco legislativo que facilite la inversión en ese sector y que permita que los recursos naturales del país se conviertan en fuente de desarrollo. Pero al mismo tiempo resaltó que en su gobierno estarán siendo vigilantes del cumplimiento de las normas ambientales y que las comunidades locales, así como el gobierno central, reciban grandes beneficios de esa actividad.

Durante el evento virtual participaron la vicepresidenta de la República, doctora Margarita Cedeño, los Ministros de Hacienda y de Economía, Planificación y Desarrollo, Donald Guerrero y Juan Ariel Jiménez, respectivamente; la embajadora de los Estados Unidos, Robin Bernstein, el presidente del Consejo Nacional de la Empresa Privada (CONEP), Pedro Brache, entre otras personalidades.

#### **LA POSICIÓN DE GONZALO SOBRE CLIMA DE NEGOCIOS E INVERSIÓN**

Mantener las relaciones diplomáticas con los Estados Unidos, posicionar a la República Dominicana como un gran Hub Logístico y

promover precios de la energía a bajo costo serán algunas de las prioridades de un gobierno del candidato presidencial por el Partido de la Liberación Dominicana (PLD), Gonzalo Castillo.

Durante su comparecencia en el Ciclo de Candidatos que organiza la Cámara Americana de Comercio de la República Dominicana, Castillo aseguró que trabajará para incentivar la inversión extranjera directa diversificada y por sectores de mercado, así como el mantenimiento de la seguridad jurídica, a fin de que el país vuelva a posicionarse como uno de los mayores receptores de Inversión Extranjera de la región.

El candidato oficialista manifestó que dentro de su programa de gobierno implementará un plan de reactivación económica, que según dijo, se hará con responsabilidad fiscal y en consonancia con las medidas necesarias para establecer la estabilidad macroeconómica.

En otro orden, planteó que no tiene contemplado en un gobierno suyo la venta de la Central Termoeléctrica de Punta Catalina, sino que su principal enfoque será en trabajar para que en el país se tengan los menores costos de electricidad de la región.

Previo a la intervención de Castillo, el vicepresidente ejecutivo de la Cámara Americana de Comercio, William Malamud, aseguró que se mostró complacido por culminar el “Ciclo de Candidatos 2020”, que por más de 40 años han organizado un foro para que los aspirantes presidenciales puedan presentar sus propuestas de gobierno.

#### **POSICIÓN DE CASTILLO SOBRE EL SECTOR ELÉCTRICO**

“Punta Catalina tendrá un impacto positivo en el sector eléctrico nacional, porque suplirá entre el 30-35 por ciento de la

electricidad del país". Así le respondió Gonzalo Castillo al presidente del Comité de Energía, Rafael Velasco, al ser cuestionado sobre qué política frente al sector energético implementaría en un gobierno suyo.

Tras descartar que en un gobierno suyo venda la Central Termoeléctrica Punta Catalina, Castillo consideró que la misma comenzó a tener un impacto positivo sobre el sector eléctrico nacional, al suplir de forma eficiente una gran cantidad de energía a precios competitivos y que la misma promoverá que los generadores mejoren su competencia y ayudará a redefinir el precio completo de las distribuidoras.

"Dado que el crecimiento económico del país requerirá nuevas inversiones en generación, tenemos como objetivo crear las condiciones para que la empresa privada siga invirtiendo en el sector. Adoptaremos las medidas necesarias para las distribuidoras reduzcan su nivel de pérdida hasta los niveles de estándares internacionales aceptables. Necesitamos avanzar hacia un sistema de precios razonables, a través de la competitividad y protección los derechos de los consumidores", puntualizó.

### ¿QUÉ PIENSA CASTILLO SOBRE LA FACILITACIÓN DE COMERCIO?

Tras enfatizar que la República Dominicana cuenta con una posición privilegiada, Gonzalo Castillo manifestó que trabajará directamente con el sector privado para que el país se convierta en un gran Hub Logístico y alcance el puesto 50 en el Índice de Puesto Logístico antes de finalizar el 2024. Dijo que un gobierno suyo se concentrará en incrementar la eficiencia del despacho de cargas con procesos rápidos, simples y predecibles, así como también



minimizar la burocracia y los permisos innecesarios que, según dice, representan pérdidas para todos.

Al ser cuestionado por el presidente del Comité de Facilitación de Comercio de AMCHAMDR, Alexander Schad, sobre los Tratados de Libre Comercio, Castillo asegura que deben ser respetados, ya que en un mundo globalizado ese es el camino para ser competitivos.

### VE EXTEMPORÁNEO CAMBIAR LOS ODS

Cuando en el Ciclo de Candidatos la presidenta del Comité de Sostenibilidad de AMCHAMDR le cuestionó sobre qué implementaría para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenibles, Gonzalo afirmó que, aunque se han hecho importantes avances, falta mucho para alcanzar los ODS y plantea que es extemporáneo cambiarlos en esta coyuntura.

Lo que sí favorece el candidato oficialista es que se trabaje en una revisión profunda en la Asamblea de las Naciones Unidas de dónde ha dejado la pandemia esos

Objetivos de Desarrollo Sostenible. Dice que en el país para el 2024 [de ganar la presidencia] se habrán dado pasos firmes hacia una sociedad de mayor bienestar y más justa, con una reducción significativa de la pobreza. "La pandemia ha complicado la situación, pero nos proponemos redefinir y ampliar los programas sociales, fomentar la inclusión financiera, proteger la niñez, adolescencia y adultos mayores", dijo.

### FAVORECE QUE RD SEA UN DESTINO COMPETITIVO

Durante el evento virtual, María Esther Fernández, presidenta del Comité Legal de AMCHAMDR, le preguntó al candidato sobre cómo piensa mantener la inversión extranjera y éste reiteró que trabajará con el sector privado para proveer a los empresarios de la infraestructura adecuada para que sean más productivos.

"Tendremos una presidencia de procesos ágiles", dijo Gonzalo Castillo en el Ciclo de Candidatos 2020 y reafirmó que su prioridad será la simplificación de procesos administrativos y trámites innecesarios.

Además prometió que en una gestión suya trabajará para la apertura del Puerto de Manzanillo, por entender que es clave para el desarrollo de la región norte y la frontera.

### LA TECNOLOGÍA COMO HERRAMIENTA DE COMPETITIVIDAD

¿Cuáles serán sus planes para impulsar una economía "Contact less" y "Cash less" y apoyarse apoyada en las nuevas tecnologías? Para el candidato oficialista, el uso de las tecnologías es una herramienta de competitividad y reveló que las TIC serán un pilar estratégico de su gobierno.

Al responder a la pregunta de la presidenta del Comité TIC, María Waleska Álvarez, Castillo aseguró que trabajará para cerrar la brecha digital y construir una infraestructura que garantice el acceso a internet a todos los hogares del país.

Además señaló que promoverán el conocimiento, la innovación y la tecnología, así como la formación del talento humano.

TEMPORADA CICLÓNICA **2020**

¿ESTÁ **PREPARADA** TU EMPRESA  
PARA LA LLEGADA DE UN **HURACÁN**?



**PREPÁRATE**

Durante la temporada ciclónica, sus operaciones pueden verse afectadas ante el paso de un fenómeno natural. Presentamos la **GUÍA PRÁCTICA DE PREPARACIÓN CONTRA HURACANES PARA LAS EMPRESAS**. Un compendio práctico para crear un plan de contingencia que le ayudaran a proteger vidas y su negocio.



United States Embassy  
Santo Domingo



## OFICINA REGIONAL NORTE DE AMCHAMDR: 40 AÑOS IMPULSANDO EL DESARROLLO DEL CIBAO



Corría el año 1979 cuando se comenzaron a dar los primeros pasos para la formación de la Oficina Regional Norte de la Cámara Americana de Comercio de la República Dominicana (AMCHAMDR). La cantidad de socios dispersados en las provincias de Santiago, La Vega, Moca, San Francisco de Macorís y Puerto Plata iba en ritmo ascendente. De ahí, la necesidad de destinar una oficina más cerca de la zona desde donde se coordinaran actividades para contribuir al desarrollo de los empresarios del Cibao.

Así surgió el sueño de ofrecer un servicio directo, rápido y eficiente a los socios de la región Norte, que constituye una visión compartida de William Kirkman y los miembros de la Junta Directiva de aquel entonces, conformada por Wilson Rood, quien en ese tiempo desempeñaba la labor de Director Ejecutivo de la Cámara, Frank Rainieri, Eduardo Fernández, Marcelino San Miguel, Luis Heredia Bonetti, Gustavo Tavárez, entre otros. Ellos decidieron ubicar las nuevas oficinas de AMCHAMDR en el mismo corazón del Cibao: En la ciudad de Santiago de los Caballeros.

En agosto de 1979 comenzó a funcionar provisionalmente la Oficina Regional Norte de AMCHAMDR dentro de las instalaciones de la Asociación de Industriales de la zona Norte. En ese entonces la

presidía el empresario Don Víctor Manuel Espaillat Mera, quien puso a disposición todas las facilidades para su funcionamiento de la Oficina Regional Norte de AMCHAMDR.

Oficialmente es el 14 de mayo de 1980 que la Cámara Americana de Comercio inaugura sus propias oficinas, ubicadas en el cuarto piso del Edificio Haché, situado en la Avenida Estrella Sadhalá esquina Avenida Bartolomé Colón en Santiago para brindarles servicios a sus 57 socios de la zona. El costo de membresía de AMCHAMDR en aquel entonces rondaba los RD\$5 por cuota de ingreso y RD\$200 por la anualidad, mientras que una entrada a los almuerzos valía RD\$10.

Para la inauguración, Monseñor Roque Adames bendijo las nuevas oficinas y posteriormente se celebró un almuerzo, que contó con la disertación del economista Bernardo Vega, quien

**EL 14 DE MAYO DE 1980 QUE LA CÁMARA AMERICANA DE COMERCIO INAUGURA SUS PROPIAS OFICINAS, UBICADAS EN EL CUARTO PISO DEL EDIFICIO HACHÉ, SITUADO EN LA AVENIDA ESTRELLA SADHALÁ ESQUINA AVENIDA BARTOLOMÉ COLÓN EN SANTIAGO PARA BRINDARLES SERVICIOS A SUS 57 SOCIOS DE LA ZONA.**



para ese entonces era miembro de la Junta Monetaria del Banco Central. Este evento, celebrado en el Restaurante El Dragón, contó con la masiva asistencia de 250 empresarios de la zona norte. Así se iniciaban los encuentros empresariales que forman parte de la parrilla de actividades que desde hace más de cuatro décadas organiza AMCHAMDR en el Cibao junto al tradicional Torneo de Golf Regional Norte.



**LA HISTORIA DEL "DIRECTOR CIBAEÑO" DE AMCHAMDR**

Aunque oficialmente no ostentaba ningún cargo, William Kirkman jugó un rol trascendental en la creación de la Oficina Regional Norte de AMCHAMDR, hasta el punto de ser considerado para la época como "el Director Cibaëño".

Su dinamismo, trato afable y rectitud impulsaron la creación de las Oficinas. Es recordado por haberse involucrado durante varios años en el proceso de captación y depuración de socios, así como el seguimiento de las actividades y organización logística de las oficinas.



## ROSA RAMOS: “APOYAMOS A NUESTROS SOCIOS PARA SALIR DE ESTA DIFÍCIL COYUNTURA”

Cuatro décadas después, la Oficina Regional Norte le brinda servicios a un 29% de la membresía AMCHAMDR e impulsa planes para el desarrollo de esa demarcación. Para conocer más sobre el rol que desempeña esta oficina y su importancia para los socios de la Cámara Americana de Comercio, conversamos con quien ha sido su encargada durante casi 40 años: Rosa Ramos.

### ¿CUÁL ES EL ROL QUE CUMPLE LA OFICINA DE LA REGIÓN NORTE?

La Oficina Regional Norte funciona desde nuestra Ciudad Corazón, Santiago de los Caballeros, con sus oficinas actualmente remodeladas y ubicadas en la misma sede que tuvo desde su fundación. Esta oficina ha expandido sus servicios hacia otras provincias donde la Cámara Americana de Comercio tiene representatividad, a través de sus comités provinciales en Santiago, Moca, La Vega, San Francisco de Macorís y Puerto Plata. Esta particularidad nos da la oportunidad de tener una cercana relación con casi toda la región y nos permite estrechar relaciones y ser partícipes de las principales iniciativas que inciden en los planes de desarrollo de estas localidades. Además, estamos integrados a los diferentes gremios que, a través de una

dinámica participativa y de compromiso, empujan una Agenda de Desarrollo de la Región Norte. Cuando celebramos nuestras reuniones extraordinarias de Comités Provinciales, que son presididas por nuestro Presidente del Consejo de Directores y Vicepresidente

Ejecutivo, podemos presentar estos planes de acción con el fin de alinearlos a la Agenda institucional de AMCHAMDR.

La membresía que representamos ha identificado a través de los años por la cercanía y buenas relaciones que tenemos con los Estados Unidos. Somos el principal canal para conectar a nuestros socios con las necesidades a nivel de comercio de los EE. UU. Nuestro destacado rol dentro de las negociaciones del Tratado de Libre Comercio con esa nación, el papel que jugamos ofreciendo información a través de actividades puntuales, el hecho de ser protagonistas para presentar formalmente las agendas de trabajo de cada Embajador norteamericano que llega al país, la celebración de la Semana Dominicana en Estados Unidos, entre otros son actividades que marcan nuestra agenda y nos distinguen entre nuestros socios.

### ¿CÓMO HA EVOLUCIONADO LA OFICINA REGIONAL NORTE DESDE SUS INICIOS A LA ACTUALIDAD?

La Regional Norte ha funcionado por 40 años de forma ininterrumpida. Surge en 1980 por la iniciativa de un grupo de empresarios de la región interesados en que los servicios de la Cámara, muy enfocados en propiciar el intercambio

comercial entre la República Dominicana y EE.UU., contaran con una representatividad en esta importante provincia. Además, que los mismos pudieran beneficiarse con una oficina de soporte para canalizar de una manera más directa y agilizada sus iniciativas, necesidades y proyectos identificados con su cartera de servicios y alineados con la misión y visión de la organización.

Desde ese entonces la Cámara bajo la dirección de sus diferentes Comités ha contado con la representatividad de importantes líderes empresariales en las diferentes provincias, que se han distinguido por su alto nivel de compromiso y lealtad hacia la institución y han logrado que la Cámara hoy en día tenga un posicionamiento y sea un referente donde sus socios puedan sentirse verdaderamente representados y conectados.

En este tiempo, la Cámara ha evolucionado y ha crecido. Hemos desarrollado una cultura de servicio adaptada a los intereses de nuestros socios, desde una óptica más moderna y siempre velando por ofrecer un servicio de calidad.

### ¿CUÁLES SERVICIOS SE OFRECEN A LOS SOCIOS?

La membresía que representamos se ha identificado mayormente con nuestras actividades, especialmente los almuerzos y encuentros empresariales que ofrecen un ambiente donde se



puede hacer networking y cuyos temas aportan positivamente a su labor empresarial y los mantiene actualizados.

Nuestra propuesta de valor proporciona a nuestros afiliados la posibilidad de concertar nuevas oportunidades de negocios y contactos empresariales para el desarrollo de sus relaciones comerciales y al mismo tiempo vela por los intereses de nuestra membresía, creando condiciones favorables para el crecimiento de sus empresas, a través de las Misiones Comerciales y de aprendizaje, Ferias y Ruedas de Negocios, interacción con nuestros Comités de Trabajo, Directorio Comercial, Boletines, Revista, etc.

A esto sumamos los servicios consulares para trámites de visado hacia los Estados Unidos, el acceso al AMCHAMDR Trade Center, que facilita la gestión comercial en la modalidad virtual y les organiza citas de negocios y listas de contactos a los interesados.

Hace unos 17 años en Santiago institucionalizamos nuestro Torneo Regional de Golf anual, el cual se ha convertido en una parada obligatoria en la zona. Tanto es así, que en 2019 el torneo, tradicionalmente realizado en Santiago, fue trasladado a Puerto Plata, donde tuvo excelente participación de jugadores y buenos resultados.

Realmente siendo una oficina regional, nuestros socios pueden desarrollar su estrategia comercial e internacional, eligiendo el mejor mercado para su producto o servicio y evaluando posibles aliados de la mano de AMCHAMDR.

### **¿QUÉ PERSPECTIVAS DE CRECIMIENTO TIENEN PARA SUS SOCIOS?**

En la actualidad tenemos 473



socios diseminados en las provincias de Santiago, Moca, La Vega, Puerto Plata, San Francisco de Macorís, Monseñor Nouel, Valverde, Santiago Rodríguez, Montecristi, que componen un 29% de la membresía de AMCHAMDR.

Como trabajamos con el firme interés de garantizar la permanencia de nuestros socios, nuestros ejes y planes de acción están concentrados en unas propuestas que recogen las necesidades puntuales y retroalimentación directa proveniente de grupos focales que realizamos en 2018 con nuestros socios.

En estos momentos estamos desarrollando un Plan de Referidos junto a unos descuentos para nuevos socios, con el interés de ofrecer facilidades de hacerse miembro de AMCHAMDR con unas consideraciones especiales, a propósito de la situación ocasionada por el COVID-19.

### **¿CUÁLES SON LOS RETOS QUE ENFRENTA A PROPÓSITO DE ESTA PANDEMIA?**

Desde la modalidad del teletrabajo hemos garantizado la capacidad de respuesta de manera continua con un servicio de excelencia al 100%. En esta época, nos hemos concentrado en transmitir a nuestros socios un mensaje optimista y positivo.

### **¿Y CÓMO SE HA REINVENTADO PARA MANTENERSE EN CONTACTO CON LOS SOCIOS EN ESTOS TIEMPOS?**

La situación nos reta a innovar y ser creativos. Vivimos un proceso evolutivo constante donde la transformación digital juega un papel preponderante. Esta modalidad nos ha permitido mantener esa interacción virtual con los diferentes Comités para, de esta manera, poder dar cumplimiento

a nuestras agendas de trabajo y nuestro plan estratégico.

Hemos dado continuidad a nuestras actividades, a través de los eventos virtuales de gran alcance, cuyo despliegue de temas responde a las principales inquietudes del empresariado ante la crisis generada por el COVID-19. Pero, esto no se logra sin los avances tecnológicos del momento. Las plataformas que tenemos a nuestra disposición nos han servido de apoyo para lograr un teletrabajo y organización de sesiones virtuales con buenos resultados.

Realmente en estos meses hemos logrado mantener esa empatía y sinergia con nuestros socios y tener un acercamiento con ellos para conocer la situación de sus negocios y sus familias y apoyarlos para salir fortalecidos de esta coyuntura. Entendemos que nuestro rol consiste en ser parte de la solución y ser solidarios.



**ALEJANDRO  
FERNÁNDEZ W.**  
ECONOMISTA

# “SOBREVIVIR AL 2020 PARA APROVECHAR LA MEJORÍA ECONÓMICA EN 2021”

**DOS PUNTOS A LOS QUE HIZO REFERENCIA EL ANALISTA FUERON A LA DEVALUACIÓN DEL PESO DOMINICANO, QUE SE SITUÓ EN UN 14.5% A MEDIADOS DE JUNIO**

“No perdamos la esperanza. El 2021 será mejor año que este. Es momento de demostrar nuestra resiliencia empresarial para poder aprovechar la mejoría que traerá el próximo año”. Con estas palabras concluyó Alejandro Fernández W. su ponencia en el webinar “¿Qué sucede? ¿Qué se espera en el corto y mediano plazo con la situación actual?”.

Durante su disertación de casi dos horas para miembros de la Cámara Americana de Comercio (AMCHAMDR), el analista financiero presentó el panorama económico de la República Dominicana, al tiempo que reconoció la difícil situación que se ha presentado a raíz del COVID-19, especialmente para los negocios.

Previo a la comparecencia de Fernández, el director provincial de AMCHAMDR en Puerto Plata, Román Medina Diplán, dio la bienvenida a los asistentes y se refirió del impacto del COVID-19 en la población mundial, las medidas adoptadas para contener la enfer-

medad y su efecto contundente en la economía a nivel mundial.

“Ante esta situación y para evitar el colapso del sistema sanitario, el gobierno dominicano se ha visto precisado a aplicar medidas extraordinarias de limitación a la movilidad y libre tránsito de personas, entre otras”, dice Román Medina Diplán, quien se cuestiona ¿qué nos espera en el ámbito económico al final del actual estado de emergencia? ¿Cómo y en qué medida impactará esta situación a los diferentes renglones de nuestra economía a corto, mediano y largo plazo?

En ese contexto, Fernández inició su presentación hablando de las proyecciones de la CEPAL y el Banco Mundial, organismos que señalaron que la economía en América Latina experimentará una contracción económica, con excepción de República Dominicana que ni crecerá ni decrecerá.

Aunque, según revela Fernández, no todos los analistas financieros

comparten ese optimismo, pero sí coinciden en que el 2021 traerá un crecimiento y un repunte económico. Sobre esa base, exhorta a que los empresarios busquen cómo sobrevivir al 2020 para que puedan aprovechar la estabilidad económica del año siguiente.

“Sorpresivamente, a pesar de la crisis, a junio de 2020 se mantuvo el ciclo de expansión crediticia que inició en 2013. En el primer trimestre de la pandemia, los sectores productivos han recibido más crédito”, apuntó el analista financiero.

Sin embargo, resalta que “nunca se había dado una contracción tan fuerte como la que vemos ahora en el crédito minorista, que va dirigido a personas y hogares. El consumo es uno de los principales impulsores de crecimiento del país y el dinamismo económico de la banca”.

Fernández continuó su análisis hablando de que el Estado se mantiene con buena liquidez, dado que, al cierre de mayo de 2020, contaba con RD\$120 mil millones en depósitos en la banca, mientras bajaba su nivel de préstamos.

Dos puntos a los que hizo referencia el analista fueron a la devaluación del peso dominicano, que se situó en un 14.5% a mediados de junio, y la caída de las remesas en los meses de marzo y abril, pero que según el Banco Central se proyecta un repunte de 17% en mayo. Ante la interrogante de si esta situación económica podría generar una devaluación y una crisis como la ocurrida en el 2003 con la crisis bancaria, Fernández entiende que no será posible.

“No importa quién gane las elecciones, no se va a permitir los niveles de devaluación como ocurrieron en 2004”, sentenció.

Además, agregó que “cuando se defina la elección del próximo gobierno, se podrá ir avanzando con el Equipo Económico elegido para hablar con los organismos multilaterales, lo que dará bastante alivio a la actividad económica del país”.

Al ser cuestionado sobre las medidas de flexibilización extraordinaria que debería implementar la banca, Fernández favorece que lleguen a acuerdos con sus clientes para cumplir con los compromisos y negociar reestructuraciones para aquellos que fueron desvinculados de sus empleos.

El webinar “¿Qué sucede? ¿Qué se espera en el corto y mediano plazo con la situación actual?” forma parte de los eventos virtuales que se han organizado desde la modalidad AMCHAMDR Connect.

**“ANTE ESTA SITUACIÓN Y PARA EVITAR EL COLAPSO DEL SISTEMA SANITARIO, EL GOBIERNO DOMINICANO SE HA VISTO PRECISADO A APLICAR MEDIDAS EXTRAORDINARIAS DE LIMITACIÓN A LA MOVILIDAD Y LIBRE TRÁNSITO DE PERSONAS, ENTRE OTRAS”**



**ROMÁN MEDINA**  
DIRECTOR PROVINCIAL DE  
AMCHAMDR EN PUERTO PLATA



## MAYO DE 2020 LIQUIDEZ DEL ESTADO DOMINICANO

# RD\$120 MIL MILLONES EN DEPÓSITOS EN LA BANCA



# BACK TO NORMAL

## UNA GUÍA PARA READAPTAR LA DINÁMICA LABORAL POST COVID-19



Una de las mayores inquietudes tras meses de confinamiento por la pandemia del COVID-19 resultó ser cómo las empresas reintegrarían a sus empleados a sus labores habituales, mientras se mantenían las medidas para resguardar la salud colectiva. Esto se producía en momentos en que algunas organizaciones mantenían sus operaciones paralizadas, otras operaban parcialmente, mientras que un grupo se adaptaba a la dinámica del teletrabajo.

Es en este contexto que el Comité TIC de la Cámara Americana de Comercio de

la República Dominicana (AMCHAMDR) puso en circulación la primera edición de “Back to Normal: Guía práctica con medidas claves para el “Nuevo Normal”, un documento recopila las mejores prácticas implementadas por las empresas de Tecnología de la Información y la Comunicación asociadas a AMCHAMDR para adaptarse al nuevo contexto laboral y garantizar además la continuidad de las operaciones.

La guía se publicó a propósito de la flexibilización de las medidas de confinamiento domiciliario y previo al inicio del proceso de desescalada de la

economía y de reintegración laboral.

“Estamos convencidos de que con esta Guía las empresas podrán diseñar una estrategia que incluya protocolos innovadores, que ayudarán a mitigar el impacto de la pandemia en el mundo laboral y permitirán que las organizaciones superen este panorama que, sin lugar a duda, trae nuevos retos a la gestión empresarial”, afirmó la Presidenta del Comité TIC de AMCHAMDR, María Waleska Álvarez, quien resaltó que la Guía permitirá a las empresas readecuar sus procesos de trabajo y hacer una transición

efectiva a una economía “Contact less” como la que se ha generado post el COVID-19.

A juicio de la presidenta del Comité TIC de AMCHAMDR, la coyuntura de la pandemia ha puesto a prueba la capacidad de adaptabilidad, resiliencia e innovación de las empresas.

“Si algo nos ha enseñado el COVID-19 es que las organizaciones exitosas tienen la capacidad de reinventarse y ser resilientes ante los retos que se avecinan. En un contexto donde predomina la aceleración tecnológica y la adopción de procesos innovadores, se hace necesario abogar por la transformación

## PUEDA ACCEDER A LA GUÍA ESCANEANDO EL CÓDIGO QR



**LA GUÍA RECOPILA LAS MEJORES PRÁCTICAS IMPLEMENTADAS POR LAS EMPRESAS DE TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN ASOCIADAS A AMCHAMDR PARA ADAPTARSE AL NUEVO CONTEXTO LABORAL Y GARANTIZAR ADEMÁS LA CONTINUIDAD DE LAS OPERACIONES.**

digital en las organizaciones, un tema que desde hace años venimos impulsando desde el Comité TIC de AMCHAMDR”, manifestó Álvarez.

El documento está centrado en responder a inquietudes sobre el “Cuidado y la vuelta a la normalidad” y “El manejo del acceso de clientes y visitantes dentro de la empresa”. Plantea además el reintegro gradual y por fases a la oficina, así como la opción de adoptar un “modelo híbrido” de trabajo, que combine

las modalidades presencial y virtual.

Al inicio de la guía se habla de la importancia de reforzar de forma permanente la higiene en las facilidades e incrementar la frecuencia del protocolo de limpieza dentro de sus instalaciones y respecto a sus colaboradores. Todo esto acompañado de reglas establecidas para mantener el distanciamiento físico entre los empleados que deban acudir de forma presencial a las oficinas.

También se establecen recomendaciones en caso de que se precise efectuar reuniones presenciales con miembros de la oficina y la política a desarrollar para el proceso de visitas de instalaciones, principalmente de clientes.

Un punto en el que se hace énfasis en la guía es en la necesidad de que las empresas abracen la transformación digital y la omnicanalidad para mejorar su relación con los clientes. En ese apartado

se habla de la importancia del desarrollo de plataformas tipo eCommerce, la optimización del portafolio de productos y servicios, así como también la gestión de información de datos del cliente, logística de entrega, los sistemas de pago, entre otros.

“Back to normal: Guía práctica con medidas claves para el “Nuevo Normal”, puede ser descargada gratuitamente al completar el formulario que aparece en el website de AMCHAMDR.



POR **MEINY GONZÁLEZ**

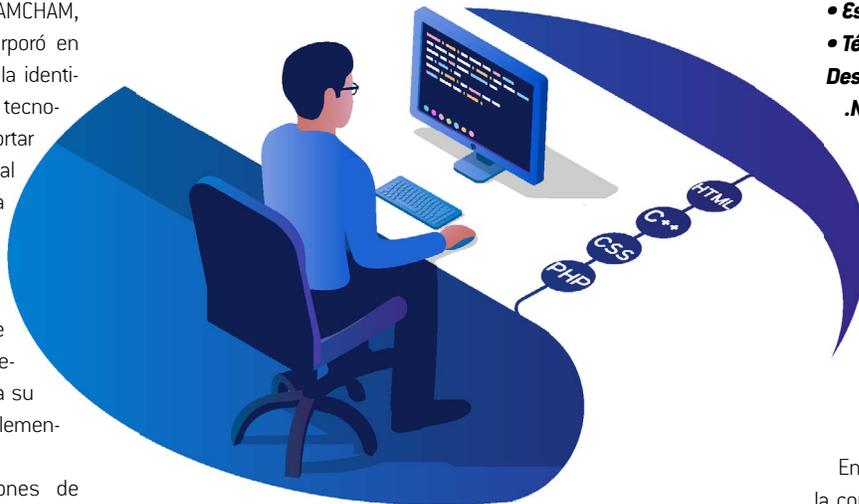
DIRECTORA COMERCIAL ONEMAX Y COORDINADORA  
COMISIÓN CULTURA DIGITAL DEL COMITÉ TIC AMCHAMDR

## PROGRAMA DE RENOVACIÓN DE OFERTA ACADÉMICA EN ÁREAS DE LAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

El Comité TIC de AMCHAM, desde sus inicios, incorporó en su dinámica de trabajo la identificación de tendencias tecnológicas que podrían aportar al desarrollo empresarial y social de la República Dominicana, en base a esto, desarrollar proyectos en para promoción y preparación de las empresas y los profesionales de las TICs para su adopción y correcta implementación.

En las estas sesiones de trabajo, siempre surgía como un obstáculo importante para la incorporación de nuevas tecnologías, la falta de recursos capacitados y, a su vez, la falta o escasez de ofertas académicas que puedan suplir estas necesidades. Una muestra simple de esto era la presencia de una cantidad significativa de profesionales de TICs extranjeros liderando las áreas de Tecnología en grandes empresas con asiento en el mismo Comité TIC de AMCHAMDR.

Motivados por esta necesidad palpable de armonizar intereses y esfuerzos entre la academia, sector productivo y gobierno, para desarrollar de forma oportuna programas académicos acorde a las tendencias y necesidades de las empresas y el país, para lograr dar pasos importantes de desarrollo y mejorar niveles de competitividad, surge PROATIC cuyas siglas significan Programa de Renovación de



Oferta Académica en áreas de las Tecnologías de Información y Comunicación.

Para el lanzamiento de la iniciativa y a su vez lograr una primera sesión de trabajo colaborativo, se llevó a cabo el evento de lanzamiento del Programa PROATIC realizado por el Comité TIC de la Cámara Americana de Comercio (AMCHAMDR), el 21 de junio del 2018 en la Torre Empresarial AIRD, en el cual, como resultado de las mesas de trabajo realizadas durante dicho evento, se identificaron las siguientes tres áreas de mayor prioridad para las empresas del sector privado:

1. **Desarrollo de Software, Ingeniería de Software**
2. **Ciencia de Datos, Data Análisis, Ingeniería de Datos**
3. **Ciberseguridad**

De igual manera, en seguimiento al documento "Asegurando el Talento del Futuro" elaborado por este Comité TIC, en noviembre del 2018, en el cual el sector privado, representado por los miembros del comité de TIC, identificó una lista de carreras y áreas técnicas necesarias para desarrollar y/ reevaluar, entre las cuales se pueden destacar:

- **Ingeniería en sistemas**
- **Arquitecto de información**
- **Científico de datos**
- **Ingenieros, técnicos y especialistas en ciberseguridad (Ethical Hacker).**
- **Especialistas en Machine Learning, Big Data y desarrollo de herramientas analíticas.**
- **Analistas de negocios (Business Analyst)**

- **Especialistas en Cloud**
- **Técnicos o Ingenieros en Desarrollo de Software (Java, .Net, Web, iOS y Android)**
- **Técnicos o Especialistas en Base De Datos (Oracle, SAP)**
- **Técnicos e Ingenieros Certificados en Redes de Datos (IP)**
- **Inteligencia artificial**

En este sentido, el equipo de la comisión de Cultura Digital del Comité TIC de AMCHAMDR ha continuado los acercamientos con las universidades y con el programa República Digital, con el objetivo de promover la creación y actualización de la oferta académica en las áreas de las tecnologías de la información y comunicación de las instituciones de educación superior (IES) de la República Dominicana basada en las necesidades y tendencias de la cuarta revolución industrial.

Para el año 2020, dando continuidad a los acuerdos e iniciativas con cada institución académica tocada, nos embarcamos en un proyecto para levantar y actualizar OFERTA y DEMANDA de talentos TICs en el mercado laboral dominicano. Este documento recoge el levantamiento de la oferta académica disponible. Se trabajará con una herramienta adicional a la actualización de la demanda.



---

República Dominicana te necesita para superar esta pandemia y garantizar el bienestar de los más vulnerables.

Recuerda que durante la pandemia tus acciones pueden impactar a todo un colectivo. Si te proteges y cuidas de tu salud, estás también cuidando y protegiendo la salud de los demás.

Tomar las medidas de precaución no es una opción, es una responsabilidad.



📷 | 🐦 @IniciaOficial

#NoBajesLaGuardia

#RDTeNecesita



## FERIA VIRTUAL DE NEGOCIOS DE LAS AMÉRICAS

### UNA INNOVADORA EXPERIENCIA PARA HACER NEGOCIOS EN UN ENTORNO COMPLETAMENTE DIGITAL

Ingresabas con tus credenciales a la plataforma. Unos segundos más tarde, visualizas un avatar en el dressing room que podías personalizar con el aspecto, la ropa y los accesorios que te gustaran. Completabas tu información de perfil que servía como tarjeta de presentación para compartir con otros contactos, salvabas y listo. Ya podías entrar a recorrer la primera Feria Virtual de Negocios de las Américas, que se celebró del 24 al 26 de junio en un entorno completamente online.

Este evento, organizado por AMCHAM Colombia, contó con la participación de más de 1,500 empresarios de 14 países que

buscaban nuevas formas de hacer negocios en medio de la pandemia del COVID-19, que ha obligado al mundo entero a mantener un distanciamiento físico para prevenir el contagio.

Como aliados de esta feria están la oficina del Servicio Comercial del Departamento de Comercio de los Estados Unidos, las Cámaras Americanas de Comercio de República Dominicana, Argentina, Costa Rica, Ecuador, México, Panamá, Perú y Uruguay.

#### ¿CÓMO ERA LA DINÁMICA DENTRO DE LA FERIA?

Cada participante que ingresaba a la feria tenía la oportunidad de

visitar el portal que lo teletransportaba a los 9 pabellones y 109 stands que congregaron a los empresarios participantes en la innovadora propuesta y hacer networking con los prospectos que caminaban en el entorno.

Adicional a las citas de negocios, los participantes contaron con una agenda académica mediante la cual conocieron sobre la manera de hacer negocios con Estados Unidos, innovación en agroindustria, desafíos de logística y oportunidades de negocios en los estados de EE. UU. participantes. Cuando un participante hacía el recorrido virtual hacia el stand de un expositor, se abría el potencial

contacto para entablar una relación de negocio en la Feria. A través de su avatar, el participante tenía la oportunidad con tan solo un click de conocer el catálogo de productos y servicios que ofrecía la empresa o entablar una conversación por chat o llamada con uno de los representantes para concretar relaciones comerciales con empresarios de los sectores tecnología, agroindustria, turismo, manufactura, farmacéutica, servicios, construcción, autopartes, seguridad y defensa, comunicaciones, equipos médicos y textil. Lo que más motivó a José Bautista, presidente de Pro-Ambiente, a participar de esta

Feria Virtual fue la posibilidad de conocer nuevas compañías y emprender negocios. Aunque reconoce que no tuvo el tiempo de visualizar todas las exhibiciones, sí afirma que recibió informaciones de expositores que evaluará en el corto plazo, según sus necesidades.

Una de las 15 empresas locales que se registraron para apostar por esta nueva modalidad de citas de negocios fue Caribbean Conexión. Su Gerente General, Fran Valenzuela, calificó su experiencia como 100% gratificante.

“La Feria estuvo excelente. Fue una experiencia bastante agradable que nos permitió tener varios acercamientos con potenciales clientes de Estados Unidos y países de Latinoamérica. Nuestra empresa tuvo 7 reuniones de negocios (con 3 empresas norteamericanas y 4 latinas) y más de 10 intercambios de contacto”, revela Valenzuela.

Como la nueva forma de negocios en estos tiempos describió la Feria Gloria Córdova Gassó, gerente de la Zona Norte de Gassó & Gassó.

“La experiencia fue muy buena, la plataforma excelente, parecía estar en una feria de negocios en vivo, con la ventaja del horario que se podía entrar en cualquier momento, ya que estuvo disponible 24/7. Toda la información de los expositores y de los contactos estaba clara y precisa”, afirma la ejecutiva, tras agregar que no concretó negocios ya que en su área no había expositores.

Durante la Feria, que surgió como respuesta para buscar nuevos mercados y prospectos de negocios en medio de la situación económica global impuesta por el COVID-19, se registraron más de 11 mil interacciones entre los participantes, según datos facilitados por AMCHAM Colombia. Además, se informó que se generaron más de 24 mil dólares en

expectativas de negocios y más de 1,200 reproducciones de las conferencias virtuales.

La Directora Ejecutiva de AMCHAM Colombia, María Claudia Lacouture, afirmó que este espacio busca llevar alternativas innovadoras para los empresarios en la región. Reveló que se habían programado 1,774 citas de negocios entre los prospectos registrados y los expositores.

Al consultar a empresarios internacionales sobre su opinión acerca del evento, hicieron un balance positivo de su participación. Según se informa en el website de AmCham Colombia, las compañías SCIC y Enterprise Florida se refirieron a la facilidad que tuvieron para encontrar nuevos prospectos de negocios y tener un acercamiento fluido con empresas de distintas industrias.

Otro caso similar fue el de María Noordover, director business development de la compañía Howe Corporation, quien les informó a los organizadores que “Solo en el primer día, hablamos con alrededor de 100 empresas potenciales y estamos seguros de que esas conversaciones van a concretarse en nuevos clientes”.

Una de las motivaciones para organizar la Feria consistió en sobrepasar los nuevos retos y dificultades para los encuentros presenciales en todo el mundo que enfrenta el comercio exterior,

según explica la directora de AmCham Colombia.

“En AmCham Colombia abrimos esta posibilidad de hacer negocios, que va más allá de una simple videollamada y trasladaba al ambiente virtual los pabellones y stands que les permitían a las empresas exhibir sus productos y servicios e interactuar con compradores y visitantes”, dijo Lacouture.

La directora de AmCham Colombia afirmó que la Feria era un espacio clave para la reactivación económica e impulsar el crecimiento de los negocios en el segundo semestre del año, que han dis-

**“ES LA NUEVA FORMA DE NEGOCIOS EN ESTOS TIEMPOS DESCRIBIÓ LA FERIA GLORIA CÓRDOVA GASSÓ, GERENTE DE LA ZONA NORTE DE GASSÓ & GASSÓ.”**



minuido por las medidas preventivas adoptadas en la región ante el COVID-19.

“En la nueva configuración del comercio internacional quedó en evidencia la alta dependencia de proveedores asiáticos, los inventarios cortos pensando siempre en términos de costos reducidos. Hoy a esas variables se incorporan el riesgo y la resiliencia que obligan a compradores, en particular de Estados Unidos a mirar diferentes opciones de proveeduría, en donde el costo sea competitivo, pero también que ofrezcan respuestas rápidas a las necesidades del comprador”, declaró en nota de prensa Lacouture.

En la Feria participaron 207 empresas de los Estados Unidos, provenientes de 11 estados (Florida, Illinois, Montana, Dakota del Norte, Oklahoma, Indiana, Michigan, Maryland, Virginia, Texas y California). De Latinoamérica hubo empresarios de México, Costa Rica, Guatemala, Panamá, Ecuador, Perú, Brasil, Bolivia, Uruguay, Chile, Argentina y República Dominicana.

Para la organización del evento, AmCham Colombia trabajó en conjunto con el servicio comercial de la Embajada de Estados Unidos en Colombia y Cámaras Americanas de Comercio de República Dominicana y otros países de América Latina.





## EMPRESAS SOCIAS DE AMCHAMDR FUERON RECONOCIDAS POR EL MINISTERIO DE TRABAJO POR “EXCELENCIA EN SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO”

El Ministerio de Trabajo, a través de la Dirección de Higiene y Seguridad Industrial (DGHSI), entregó reconocimientos a la “Excelencia en Seguridad y Salud en el Trabajo”, a empresas que de una forma íntegra hicieron parte de su cultura organizacional el Reglamento 522-06, sobre Seguridad y Salud en el Trabajo, y que pertenecen a los más de 1600 socios AMCHAMDR.

Las empresas reconocidas por su ardua dedicación en fomentar la prevención de los riesgos laborales, su adecuación y compromiso en certificarse, incentivar la mejora continua y servir de entes motivadores a otras empresas, fueron: Grupo SID, Barrick Pueblo Viejo, Banco Popular Dominicano, EGE Haina, Johnson & Johnson, Brenntag Caribe, SRL, GB Energy Texaco y Gerdau Metaldom.

Explicaron que el criterio para la selección de las empresas premiadas se basó en la revisión de su sistema de gestión, valorando la eficacia de su implementación, el fomento de la mejora continua durante toda una década, además, el evidente interés y compromiso mostrado con las buenas prácticas de seguridad y salud, inclusive, han contribuido a impulsar a otras entidades a mejorar las condiciones de seguridad y salud y medio ambiente laboral.



## CONSORCIO AZUCARERO CENTRAL Y FUNDACIÓN CENTRAL BARAHONA COMBATEN COVID-19 EN REGIÓN ENRIQUILLO

Con el propósito de brindar protección al personal de servicio y ayudar a los pacientes contagiados con el Coronavirus en las provincias de Barahona, Bahoruco e Independencia, el Consorcio Azucarero Central, a través de su brazo social Fundación Central Barahona, hizo entrega de un importante donativo de insumos médicos al Hospital Jaime Sánchez, la Dirección Provincial de Salud, la Quinta Brigada de Infantería del Ejército de la República Dominicana y la Defensa Civil de Barahona, entidades que trabajan arduamente para mitigar el virus entre los habitantes de la región.

Karla Rojas, directora de la FCB y Julio Fernández, superintendente de Comunicaciones del CAC, dieron la bienvenida a los presentes y realizaron la entrega de 10,500 mascarillas N95 y quirúrgicas, 42,000 pares de guantes, 450 trajes protectores médicos desechables, 100 galones de gel desinfectante, 50 galones de cloro y dos camionetas con combustible incluido para transportar a los laboratoristas y así agilizar los diagnósticos de las pruebas, elemento clave de detección.



## BHD LEÓN CONMEMORA 48 AÑOS DE SU FUNDACIÓN

El Banco BHD León arribó a su cuadragésimo octavo aniversario, que fue celebrado en un acto completamente virtual en el que participaron unos 5 mil empleados de la entidad financiera y del Centro Financiero BHD León.

Durante el acto, fueron reconocidos por su antigüedad de 5, 10, 15, 20, 25, 30, 35, 40 y 45 años de labor ininterrumpida, más de 800 empleados del Banco BHD León y del Centro Financiero BHD León. Además, se dieron a conocer las Historias Inspiradoras 2020, un reconocimiento que el Banco otorga cada año a empleados que se distinguen por sus valores del trabajo y sus virtudes humanas.

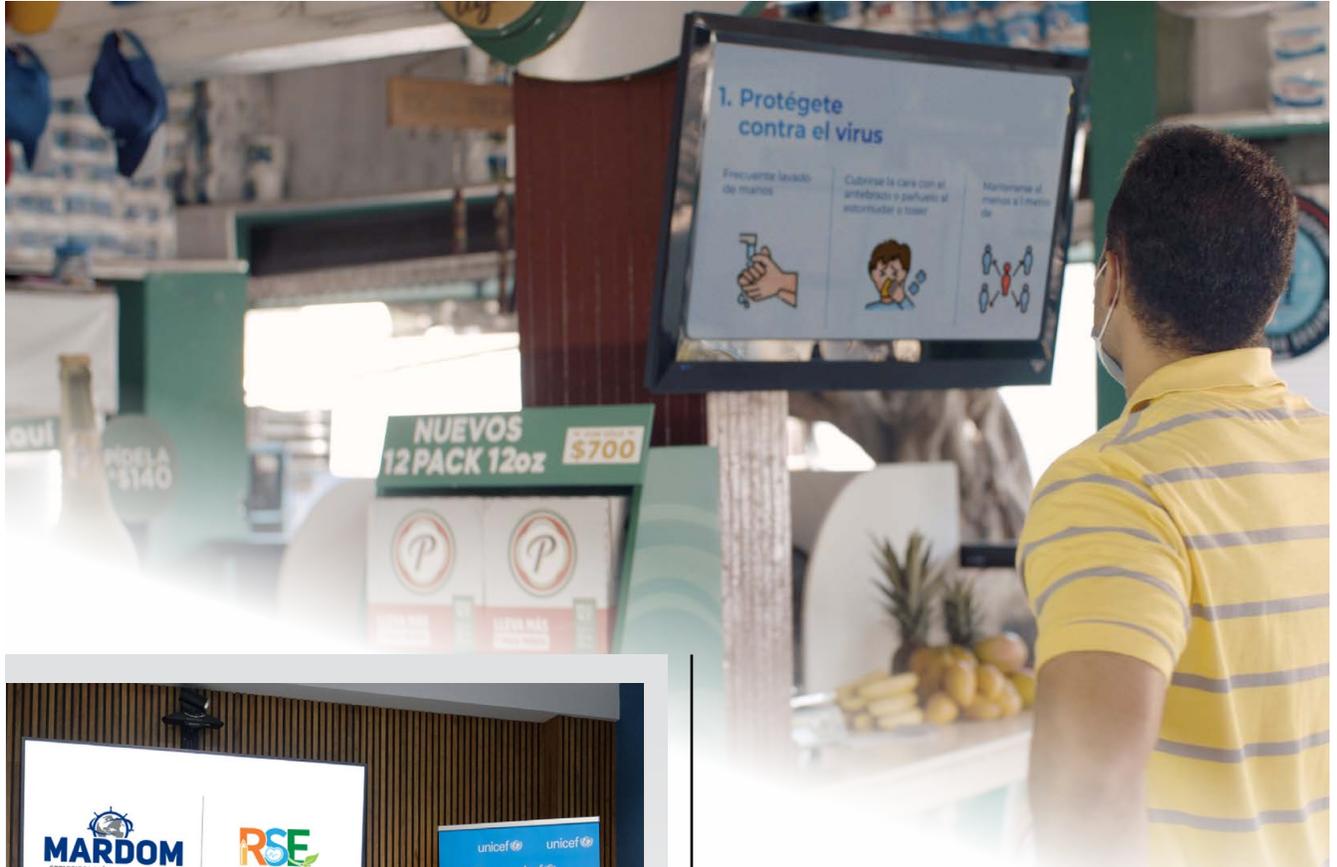
Como parte de los anuncios institucionales durante el acto de aniversario, Luis Molina Achécar, Presidente del Consejo de Administración del Banco, ratificó que la salud física y emocional de los empleados es una prioridad para la entidad y que por eso el Banco ha dispuesto nuevas medidas que benefician al personal en este sentido. También hizo referencia a cuidar la salud económica de los clientes, de la propia empresa y del país, y expuso sobre la transformación digital que desarrolla el Banco BHD León.

## FDA AUTORIZA LA COMERCIALIZACIÓN DE IQOS COMO UN PRODUCTO DE TABACO DE RIESGO MODIFICADO



La Administración de Alimentos y Medicamentos de Estados Unidos (FDA, por sus siglas en inglés) autorizó la comercialización en ese mercado de IQOS como un producto de tabaco de riesgo modificado (MRTP). Esto significa que, puesto que el producto calienta el tabaco en lugar de quemarlo, reduce significativamente la producción de químicos nocivos y potencialmente nocivos en comparación con el humo del cigarrillo tradicional.

Con propuestas como IQOS, Philip Morris no solo demuestra encontrarse al filo de las innovaciones, sino que se embarca en un modelo de negocios con el que reinventa su relación con el consumidor, con el que ahora mantiene una relación directa.



## MARDOM Y UNICEF SE UNEN CONTRA EL COVID-19

La empresa Marítima Dominicana se unió a UNICEF en un hermoso proyecto que busca mitigar los riesgos que la pandemia del COVID-19 representa para el personal de salud de nuestro país, poniendo a la disposición un personal altamente capacitado y su experiencia en logística, para llevar a cabo el almacenamiento, transporte y distribución de 10 toneladas de equipos de protección, destinados al personal de salud del Servicio Nacional de Salud SNS, beneficiando a 24 hospitales alrededor de todo el país.

A partir de este proyecto se han recabado 27,622 trajes de protección, 14,140 cubrecaras protectores, 34,460 mascarillas N95 y 144 termómetros infrarrojos. Esta acción contribuye significativamente a mejorar las condiciones de seguridad de médicos, enfermeras, camilleros, y todos los que trabajan para brindar asistencia a los pacientes con COVID-19; así como minimizar la interrupción de los servicios.

## CERVECERÍA ANUNCIA INVERSIONES MILLONARIAS PARA HACER DE LOS COLMADOS LUGARES SEGUROS PARA LOS CONSUMIDORES

Cervecería Nacional Dominicana está decidida a convertir el colmado en un lugar más seguro al que los ciudadanos puedan acudir con conciencia y responsabilidad. Para eso, la casa cervecera anunció una serie de acciones que conllevarán una inversión de cerca de RD\$100,000,000 para ayudar a transformar este tipo de comercios esenciales para la comunidad, adaptándolos a la nueva realidad post Covid-19.

Esta inversión impactará a más de 7,000 colmados con materiales de protección y educación, como afiches sobre las medidas contra el Covid-19, marcas de distanciamiento, protectores para los mostradores, lavamanos y dispensadores de gel, entre otros insumos.

## NUEVOS SOCIOS DEL SEGUNDO SEMESTRE 2020

LA CÁMARA AMERICANA DE COMERCIO DE LA REPÚBLICA DOMINICANA (AMCHAMDR) SIRVE A LOS INTERESES EMPRESARIALES DE SU MEMBRECÍA Y GARANTIZA LA CALIDAD DE LAS EMPRESAS AFILIADAS.

¡BIENVENIDOS!



SÍGUENOS EN NUESTRAS REDES [f](#) [@](#) [v](#) [t](#) [i](#) @AMCHAMDR



# RESILIENCIA

## MÁS ALLÁ DE LA CONTINUIDAD DE NEGOCIOS

Coronavirus, covid-19, Pandemia. Son las palabras más buscadas en los motores de búsqueda electrónica en los últimos 7 meses. Ciertamente la crisis sanitaria y su impacto a nivel económico, social e individual ha sido la fuente de discusión en los círculos profesionales y académicos que manejan temas como seguridad, gestión de riesgos y continuidad de los negocios.

El manejo del cambio y su adaptación es tema de debate constante en los incesantes webinars, charlas, presentaciones y cursos que se ofrecen. A la fecha solo en Latinoamérica, más de 100 eventos virtuales, atestiguan esta nueva tendencia. En adición a la COVIDIANIDAD, la nueva palabra es RESILIENCIA.

La resiliencia es definida como la capacidad adaptativa de un individuo u organización ante un ambiente cambiante y complejo. Vemos entonces con-

ceptos como resiliencia organizacional, resiliencia individual, resiliencia humana, resiliencia psicológica, entre otras, y como todos los expertos nos exhortan a aumentar nuestra capacidad de adaptación al cambio.

Todas las organizaciones enfrentan eventos imprevistos (y el COVID-19, definitivamente cumple con estos parámetros). Cada una de acuerdo con su cultura, gestión de riesgos, posición competitiva y recursos puede sobrevivir o incluso mejorar en épocas de crisis. Las normativas tales como ASIS, BASC, CTPAT, OEA e ISO nos hablan de establecer planes de contingencia y/o continuidad para enfrentar estos eventos. Pero ¿es esto suficiente?

Entre los factores de resiliencia organizacional se encuentran: contar con un equipo gestor competente, apostar al desarrollo de la tecnología, la reingeniería

de procesos, rediseño de productos y claro la transformación digital, entre otros elementos. En los momentos actuales nuestro enfoque debe estar orientado a la reevaluación de riesgos, el desarrollo de canales alternativos, la revisión de planes, actualización de acuerdos con terceros y en general actividades que nos permitan seguir cumpliendo nuestra misión y visión.

La resiliencia corporativa apunta a tres grandes hitos: IMPACTO, APRENDIZAJE y CRECIMIENTO. Mediante el uso de las herramientas y guías de las normativas, entendemos que una organización no solo debe contar con un plan de continuidad, sino que debe establecer estrategias de mitigación

y permanencia en el tiempo, sobrevivir al impacto, aprender del proceso e iniciar una evolución basada en la creatividad, mejora continua y protección de la cadena de suministro.

Los nuevos escenarios de riesgos futuros exigirán de las organizaciones un liderazgo ágil, con mayor demanda en seguridad y calidad de las partes interesadas, adaptabilidad de las operaciones y aumento de nuestra capacidad de respuesta, basado en criterios de competencias profesionales y recursos tecnológicos. La inversión en el desarrollo de un programa de Resiliencia Corporativa nos da la ventaja competitiva para enfrentar el miedo y la incertidumbre a lo desconocido. Nos permite hacerlo de una manera sistemática, profesional y basado en normativas consensuadas, prácticas y de gran utilidad en tiempos inciertos.

Si como dijo Heráclito "Lo único que permanece es el cambio", debemos aprovechar este tiempo para innovar, prepararnos y reinventarnos. Esperar lo mejor y prepararnos para lo peor siempre será el principio clave de una gestión de riesgos efectiva.

“

**LA INVERSIÓN EN EL DESARROLLO DE UN PROGRAMA DE RESILIENCIA CORPORATIVA NOS DA LA VENTAJA COMPETITIVA PARA ENFRENTAR EL MIEDO Y LA INCERTIDUMBRE A LO DESCONOCIDO.**

”

CUANDO TRABAJAMOS CON EMPEÑO,  
ALCANZAMOS GRANDES RESULTADOS.

## LOGROS



## 2019

DESCARGA **AQUÍ** LAS MEMORIAS INSTITUCIONALES  
Y CONOCE NUESTRA HISTORIA RECIENTE  
Y LEGADO DE ÉXITO.



**POPULAR**

*Canales Digitales*

## **Estamos a tu lado, siempre.**

*Realiza tus transacciones desde tu hogar.*

### **Utiliza nuestros servicios digitales**

Internet Banking, a través de Popularenlinea.com; nuestra App Popular y tPago, para pagar servicios, tarjetas y préstamos, transferir entre cuentas, consultar balances y realizar otras operaciones.

*A tu lado, siempre.*

[www.popularenlinea.com](http://www.popularenlinea.com)  
Telebanco 809-544-5555

 @Popularenlinea

 Banco Popular Dominicano

