

Desarrollo Empresarial



Para vivir el trabajo verdaderamente, sin eliminar nada y sin renegar de nada, es preciso reconocer en lo cotidiano el significado profundo de nuestra acción. Dicho de otra manera, es preciso tener las razones que nos hacen descubrir el gusto por lo que hacemos.

Indice

Editorial	Seguir una intuición	1
Comercio	El comercio internacional y la ventaja competitiva <i>Tesis doctoral</i> <i>Dr. Raffaello Benetti</i>	2
Experiencias	Pastelería Del Jardín <i>El inicio de un negocio propio</i>	5
Trabajo	Más de lo que creemos <i>Una mirada sobre el trabajo diario</i> <i>Pablo García Arévalo</i>	7
Investigación	Ser empleado ¿resuelve el problema del trabajo? <i>Investigación realizada en 4 universidades y 4 bolsas de trabajo de Santo Domingo</i> <i>Con la colaboración de Ana Corina Pérez</i>	8
Entrevista	RD necesita trabajadores especializados en su área <i>Comentarios expresados por José Pérez, Director de la imprenta "Búho"</i>	10
Derechos	Derechos del trabajador <i>Basado en el Código del Trabajo</i> <i>Con la colaboración de Altigracia Martínez</i>	11
Ideas	Como elaborar un curriculum <i>Elementos que intervienen en la búsqueda de trabajo</i>	12



Revista oficial de CYDE (Centro de Capacitación y Desarrollo Empresarial), proyecto de la Asociación La Aventura Humana.
Año 1, no. 1
Calle Santo Domingo no. 3, Ensanche La Julia, campus de la Universidad Católica Santo Domingo.
Santo Domingo, República Dominicana
Tel. (809) 544-2812 ext. 239

Directora
Rocío González

Colaboradores
Raffaello Benetti
Pablo García Arévalo
Ana Corina Pérez
Altigracia Martínez

Ejemplar gratuito
Distribuido en Santo Domingo, R.D.

CYDE
Ofrece los servicios de capacitación, bolsa de trabajo y asesoría profesional para el desarrollo de proyectos productivos. Es un proyecto auspiciado por la Asociación de Voluntarios para el Servicio Internacional (AVSI) -con sede en Italia-, el Consejo Episcopal Italiano, la Universidad Católica Santo Domingo (UCSD) y la Asociación La Aventura Humana.



Consejo
Episcopal
Italiano




Seguir una intuición

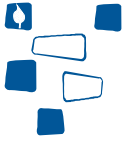
A ctualmente la situación laboral del mundo, el acelerado ritmo económico y la globalización provocan una exigencia más fuerte -en lo que a competencia se refiere- a las empresas y a sus trabajadores. Esto indica una provocación para atreverse a arriesgar y preguntarse ¿qué puedo hacer yo?

Esta revista pretende ser un instrumento de apoyo para que el joven trabajador conozca aspectos puntuales del mundo laboral, y experiencias de personas que han tomado la iniciativa de crear un negocio propio, no siendo los “héroes” que arriesgan el todo por el todo sino con pequeños pasos que responden a lo que la realidad les va mostrando, al mirar con detenimiento las habilidades que tienen y cómo éstas pueden responder a alguna necesidad del ambiente en el que se encuentran.



Reconocer el trabajo que hacen “los nuestros... los dominicanos”, así como las iniciativas de los extranjeros en nuestro país, es también una ayuda real, que nos incita a observar qué rumbo va tomando el mundo del trabajo. Todo esto no se aleja de mirarnos a nosotros mismos, nuestras dotes, temperamentos, capacidad, nuestra historia personal (y la de nuestro país) y hasta el ambiente en el que nos encontramos. El trabajo no va separado de todo aquello que nos rodea, ni tampoco es una imposición de la sociedad, es una necesidad que nos ayuda a reconocer lo que somos, “ese hombre que ha sido hecho para algo bueno” y que tiene la exigencia de vivir con plenitud.

¿Quién no ha experimentado una sensación de satisfacción cuando ha realizado algo “bien hecho”? ¿quién no ha vivido una gran atracción hacia algo que “de alguna manera” corresponde con lo que él es?, ¿quién no se alegra cuando un extranjero dice algo bello de nuestro país, y le da orgullo por que se está hablando bien del lugar al que se pertenece? Todo esto es una provocación que, si no se toma en primera persona, se esfuma rápidamente y se cae fácilmente en la indiferencia. Cuando exista esta provocación, una intuición verdadera de que “aquello de lo que se me está hablado corresponde con mi deseo de plenitud”, sólo hay que secundarla, hacerle caso, ir tras ella. 



El comercio internacional

y la ventaja competitiva

El concepto *comercio internacional* se utiliza para indicar todas las transacciones comerciales que incluyen a dos o más países, con el propósito de satisfacer las necesidades de los individuos y las organizaciones. En esta investigación los términos “comercio” y “negocio” se usarán como sinónimos, aunque algunos autores hacen diferencia entre uno y otro. Específicamente, “comercio internacional” se utilizará para indicar la etapa más temprana (escuelas clásicas) de los negocios internacionales, cuando el comercio consistía esencialmente en un intercambio de bienes y servicios con los países extranjeros.

La información sobre el comercio internacional contemporáneo muestra una multiplicación sin precedentes del nivel de transacciones financieras entre países durante la segunda mitad del siglo XX. La información a continuación puede servir de ejemplo:

- Desde finales de la Segunda Guerra Mundial, el comercio internacional de bienes y servicios ha aumentado más rápidamente que la producción mundial, subiendo de casi el 4% (1920-1950) a más del 20% del producto bruto mundial para un volumen de intercambio estimado hasta 7 trillones de dólares al año.

- Sólo en la década del '80, los veinte países líderes del mundo en exportación mejoraron su intercambio con otros países con aumentos que fluctuaron desde el 50% hasta más del 200%.

- El flujo monetario de las transacciones financieras y las inversiones foráneas se ha elevado ahora a más de un trillón de dólares por día, excediendo por mucho el valor de las importaciones/exportaciones mundiales, estimadas

entre 20 y 25 billones de dólares.

Con frecuencia se ha pensado que una de las razones principales para este desarrollo radica en las innovaciones del último siglo, particularmente en el gran esfuerzo tecnológico vinculado a la Segunda Guerra Mundial y a la Guerra Fría. Como se mostrará más adelante, el siglo veinte ha visto la afirmación del avión y del automóvil como medios de transportación masiva; el teléfono, el facsímil y la radio han ocasionado un impensable nivel de comunicación entre los individuos; la computadora ha despertado la posibilidad de automatizar una gran cantidad de actividades humanas; Internet ha hecho

posible el uso de un nuevo e inesperado método de comercio internacional: el comercio electrónico (*e-commerce*).

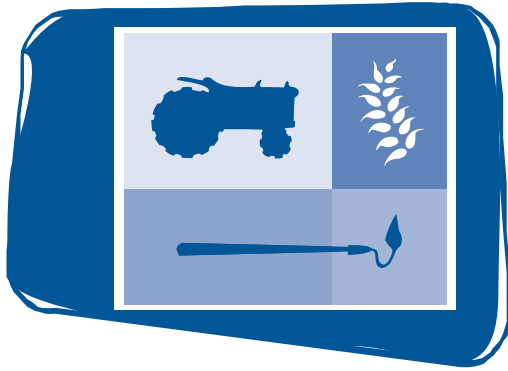
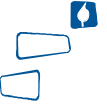
El siglo que acaba de concluir también ha visto el increíble desarrollo de las instituciones de apoyo al comercio internacional (bancos, firmas de seguros, empresas de distribución, agencias gubernamentales especializadas...) que con sus actividades han agilizado y facilitado las transacciones

internacionales, además de hacerlas hecho más seguras.

Otra razón para el extraordinario desarrollo del comercio internacional en los últimos cincuenta años es, sin duda, la liberalización de las políticas de muchos gobiernos en los movimientos de bienes, servicios y capital a través de las fronteras. La reducción de las barreras existentes en el comercio internacional y particularmente la acción tomada por los países del GATT - WTO (Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio - Organización

Este estudio describe el fenómeno de la globalización, **define el significado de "país débil" y se concentra en algunos países de la cuenca del Caribe**, como ejemplos ilustrativos.

Además desarrolla nuevas herramientas para interpretar el comercio y el mercadeo internacional, enfocado en el factor humano como recurso fundamental de la economía globalizada. La investigación ofrece algunas sugerencias para que la política sostenible de un país logre el papel de protagonista en el comercio global.



Mundial de Comercio, por sus respectivas siglas en inglés), ha facilitado las relaciones políticas y económicas entre los países, multiplicando exponencialmente las oportunidades de intercambio.

Un aumento en la competencia global puede considerarse como otra de las razones para el crecimiento del comercio internacional. La presión de la acrecentada competencia internacional puede persuadir a una empresa de expandir su negocio a mercados internacionales mediante la compra de suministros más baratos en el exterior, mudando sus facilidades a un país de bajo índice salarial o concertando alianzas estratégicas con empresas foráneas.

Existen varias teorías que intentan explicar los motivos de las empresas de un determinado país para enfrascarse en el comercio internacional, además de intentar descifrar qué es aquello que decide el éxito de la empresa de un país en lugar de las de otro. A grandes rasgos estas teorías son: el mercantilismo y el comercio colonial, ventaja absoluta y ventaja comparativa, proporción de factores, similitud de los países, brecha tecnológica, ciclo de vida del producto, inversión directa foránea, internacionalización y estrategia en los mercados foráneos, centralización económica y por último teorías ambientalistas y de conservación local, así como la teoría del Diamante.

Conclusiones

Los modelos teóricos presentados hacen que afloren conceptos económicos y comerciales bastante heterogéneos, y por consiguiente usan diferentes modos para tratar con las causas y los factores que

podrían llevar a las empresas de un país a comprometerse con el negocio internacional. Aquí parece importante establecer que pudiera no ser completamente correcto hacer comparaciones entre teorías que se desarrollaron en distintas épocas históricas, definidas por distintos elementos del mercado (la desaparición de las colonias, el surgimiento de los bloques políticos, el desarrollo tecnológico, la aparición de las empresas multinacionales) y que representan diversas situaciones sociales, políticas y económicas. Con estas limitaciones y para fines de esta investigación, se puede llegar a las siguientes conclusiones del recorrido histórico presentado:

- El comercio internacional es un fenómeno social con un índice de crecimiento excepcional, especialmente durante la segunda mitad del siglo veinte.
- Excepto en el caso de algún fenómeno traumático a nivel global, se puede predecir un desarrollo exponencial del comercio internacional: el aumento en las similitudes entre las economías de muchos países, o las diferencias tecnológicas entre ellos en realidad parecen factores multiplicadores del comercio mismo.
- El comercio internacional se interesa principalmente en dos actores: las empresas y los gobiernos. Las relaciones entre ambos y sus respectivos propósitos son eje de un gran debate y una dialéctica fuerte.

Las motivaciones esenciales que llevan a las empresas y a los gobiernos al comercio internacional pueden resumirse de la siguiente manera:

(continúa en la siguiente página)

Globalización es un fenómeno de interrelación entre personas y organizaciones sobre una base planetaria. Abarca el reto de entender, establecer relaciones y vivir con diversos hábitos culturales y sociales de la gama multicultural de personas que viven en este mundo.



- Adquirir recursos (como materia prima, productos o servicios que no estén disponibles en el país de origen, que sean de mejor calidad o más baratos, etc.)
- Examinar, adquirir e intercambiar información con países donde esto sea de importancia estratégica.

Motivaciones para las empresas:

- Ampliar el mercado (ej. encontrar más clientes o posibilidades de mayores ganancias; balancear los altos costos de investigación; alcanzar economía de escala, etc.)
- Estar presente en mercados estratégicos mediante inversiones locales (anticipar a la competencia en un mercado; obtener acceso a fuentes de materia prima o a los clientes más importantes; aprovechar la mano de obra a un precio menor que en otros lugares; usar los incentivos fiscales de los gobiernos foráneos; aprovechar alianzas estratégicas, etc.)
- Diferenciar las fuentes de riesgo distribuyendo la estructura y la actividad en más de un país (ej. corregir las imperfecciones del mercado; obtener garantías para los suministros o múltiples ventas; diversificar la actividad, etc.)

Motivaciones para los gobiernos:

- Participar en alianzas estratégicas para controlar o utilizar recursos particulares.
- Participar en un consorcio internacional o en áreas de libre intercambio entre países para propiciar la importación/exportación nacional.
- Influir en el desarrollo socio-político de los países controlados.

Con referencia a los factores que pudieran ayudar a las empresas de un país a obtener éxito internacional, se deducen los siguientes resultados, en pares opuestos de opiniones:

- Por una parte, un grupo de escuelas de pensamiento sostiene que las políticas del gobierno no deben interferir con las estrategias de las empresas (Smith y el liberalismo); por otro lado hay un grupo que piensa que es preciso que el gobierno asuma un papel central para controlar las acciones de las empresas (mediante políticas centralizadas).

■ Por un lado, un grupo de escuelas sostiene la importancia de explotar la dotación de factores locales, la diferenciación productiva y las brechas tecnológicas como elementos fundamentales del fructífero comercio entre los países (Heckscher-Ohlin, Posner-Vernon); por otra parte (parcialmente), otras escuelas encuentran que la fuerza para mantener un negocio exitoso radica en la similaridad entre mercados y en la demanda de consumidores relacionados.

■ Finalmente, por un lado, ciertos grupos enfatizan la importancia primaria de la inversión foránea y de la distribución de la organización en el extranjero como un elemento ventajoso en el negocio internacional (Casson, Kojima); mientras otras teorías dan prioridad a las características internas de la propia empresa, concentrándose en la actitud de la gerencia y su habilidad para definir estrategias adecuadas para el negocio y el mercadeo internacional.

■ El modelo del Diamante de Porter parece ser una herramienta flexible y adecuada para la definición de todas las variables del problema que se define en las interrogantes de la investigación.



En la próxima publicación sobre **Globalización** presentaremos un estudio más amplio de cómo este fenómeno exaspera este último aspecto del comercio internacional...en otras palabras, tanto a los gobiernos como a las empresas se les pide que comprendan más profundamente el complejo fenómeno del comercio internacional, para que 'sean capaces de vender' los productos y servicios nacionales en un campo internacional aún más abarrotado y competitivo. La competencia internacional, por lo tanto, reta a las empresas a re-evaluar sus estrategias de mercadeo corporativas e internacionales. Simultáneamente, la globalización provoca que los gobiernos nacionales estudien nuevas formas de políticas económicas y de **mercadeo territorial**, que pudieran ofrecer nuevas posibilidades para el desarrollo del país, atraer capital internacional y promover las industrias nacionales.

Por lo tanto, parece importante para todo tipo de organizaciones contemporáneas el entender los mecanismos de mercadeo más apropiados para lograr sus metas. En esta investigación se define **mercadeo internacional** como el proceso multinacional de planificar y llevar a cabo los conceptos: precio, publicidad, distribución de ideas, bienes y servicios, para crear intercambios acordes con los objetivos de individuos y organizaciones.



Pastelería Del Jardín

El inicio de un negocio propio

La atención a la realidad, a los hechos que se presentan cada día, es la fuente más grande de riqueza para la vida, incluso económicamente. Este fue el caso de dos jóvenes universitarias, Susana y Ana María Bisonó, de 17 y 19 años. Después de regalar sus pasteles y dulces un 14 de febrero de 1989 a familiares y amigos, les surgió la idea de iniciar el negocio que hoy es “Pastelería Del Jardín”.

“Regalamos muchos pasteles para amistades, y por la tarde nos llamaron de vuelta para saber

Gastos que deben tomarse en cuenta en el balance **mensual** del negocio:

- Depreciación del lugar
- Maquinaria
- Mantenimiento
- Pago de empleados
- Desgaste de materiales de oficina
- Transporte
- Teléfono
- Agua
- Luz



Entre los dominicanos de la capital, esta pastelería es conocida por la calidad y buen sabor de sus productos. La publicidad que utilizan es precisamente ésta, pues las personas recomiendan los postres entre sus conocidos. Además hacen promociones especiales en días festivos, contactos con amigos y empresas para ofrecerles sus servicios, y el uso esporádico de volantes y publicidad en medios de comunicación.

dónde los habíamos comprado” cuenta Susana. Así surgió la idea de comenzar el negocio, sacaron el costo y pidieron un préstamo de 500 pesos a su padre.

Pastelería Del Jardín es un negocio familiar, que comenzó en la cocina de la casa y después se estableció en el jardín, de ahí su nombre. Actualmente cuenta con dos sucursales que dan trabajo a 20 personas, además de los gerentes de Producción, Ventas y Mercadeo, y Administración, es decir Ana María, Susana y Rafael Emilio Bisonó, respectivamente; junto con el asesoramiento en materia de procedimientos y encargado de compras especiales, su padre Rafael Bisonó; y el apoyo constante de su mamá, Flor, de quien heredaron el toque y gusto culinario.

Quién diría que platicar una tarde tomando un café y un dulce en casa de una amiga, trae como consecuencia ofrecer una mayor variedad de productos en una

“Manejar este negocio entre nosotros, nos ha fortalecido como familia y nos ha exigido tomar con seriedad el hecho de que también somos colegas de trabajo. **El objetivo que siempre hemos seguido es hacer un buen trabajo, las ganancias vienen por añadidura.**”

Susana Bisonó



empresa, es así como Susana y Ana María lo han logrado. Prueban los postres que les ofrecen los amigos -incluso algunos extranjeros- y si les parece atractivo investigan el proceso para hacerlos ellas mismas.

Priorizar lo que propone la realidad -estar atentos a los postres que preparan los amigos- sobre la propia idea, como tratar de inventar un platillo, consigue mayores beneficios de los que uno se puede imaginar.

Además de esta atención a lo que se les presenta cotidianamente, Susana y Ana María pudieron crecer gracias a un apoyo verdadero, que les ayudó a dar los pasos adecuados; su padre Rafael, que las asesora constantemente, y su madre Flor, una mujer que ofrece su vida y casa para beneficio de sus hijas.

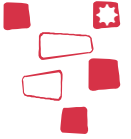
Sin embargo, en el desarrollo de un negocio también se presentan dificultades, como la que vivieron en 1991 cuando se enfrentaron a una crisis de agua, luz, gasolina, harina y azúcar, todos los materiales que necesitaban para trabajar; y gracias al apoyo de su padre, quien realizó las gestiones con diversas empresas, Susana y Ana María consiguieron los materiales necesarios para responder a sus compromisos.

Todos estos sucesos tienen ya diez años de historia, esas dos jóvenes son ahora madres y esposas que continúan realizando su trabajo, se han convertido en dos empresarias apoyadas por una carrera universitaria, Ana María es administradora y Susana mercadóloga, lo cual les ayuda a perfeccionar la metodología de trabajo además de tener una visión más amplia sobre los alcances que su iniciativa ha generado y aquellos que se pueden lograr con el tiempo y la dedicación.

Instancias gubernamentales a las que tuvieron que acudir para iniciar el negocio:

- **Dirección de Impuestos Internos**, para sacar el registro nacional de contribuyentes y tener claro los impuestos que se deben pagar.
- **Secretaría de Estado de Trabajo** para obtener un registro patronal e inscribir a todos los empleados.
- **Secretaría del Seguro Social** para inscribir a los empleados.
- **Secretaría de Salud Pública** para verificar la higiene del lugar.





Escrito por el Lic. Pablo García Arévalo

Más de lo que creemos

una mirada sobre el trabajo

“A mí me llaman El negrito del Batey, porque el trabajo para mí es un enemigo, el trabajar yo se lo dejo todo al buey, porque el trabajo lo hizo Dios como un castigo”. No obstante esta queja expresada en la tradicional canción caribeña, las personas en edad laboral ocupamos la tercera parte del tiempo de nuestra vida trabajando.

Tenemos muchos motivos valiosos por los cuales trabajar: para ganar el sustento diario, para contribuir al progreso de nuestra familia, para desarrollar nuestras capacidades, etc. Sin embargo parece que estas razones no son suficientes para evitar considerar que el trabajo “es un enemigo”. Basta mirar cómo anhelamos los fines de semana y los días feriados, es decir que buscamos la primera oportunidad para no trabajar o para hacerlo con el mínimo esfuerzo. En el extremo opuesto, se encuentran los adictos al trabajo, aquellos para los que no hay otra cosa más que trabajar, han renunciado a sus familias, amigos y quién sabe a qué cosas más por su obsesión.

Pero para vivir el trabajo verdaderamente, sin eliminar nada y sin renegar de nada, es preciso reconocer en lo cotidiano el significado profundo de nuestra acción. Dicho de otra manera, es preciso tener las razones que nos hacen descubrir el gusto por lo que hacemos.

La persona trabaja porque es un ser incompleto e inacabado, que no se basta a sí mismo; la persona vive dentro del mundo tratando de ensimismarse (abismarse, hacerse uno con) con la realidad de modo que pueda satisfacer las necesidades inmediatas y también las profundas. Pero el gran reto se da al tratar de comprender cómo esas necesidades y deseos quedan satisfechos. Para ello es necesario hacer una elección, usar la libertad. Encontrar el significado del trabajo (y de todas las demás cosas que hacemos) implica preferir aquello que la realidad me presenta (preferir: tenerle más afecto) en vez de las ideas que previamente tengo sobre esa realidad.

Que debamos madurar, completarnos significa que hay aspectos que nos sobrepasan, que no dominamos. Si todo ocurre tal y como lo hemos pensado... ¿en qué debemos madurar, qué hay que completar en nosotros? Por ello, todo lo que nos ocurre (lo que nos sale bien y lo que no, lo que responde a nuestras ideas previas y lo que no), es un instrumento pedagógico para caminar a nuestro cumplimiento, una oportunidad, una gracia.

Para vivir el trabajo así es necesario contar con personas que nos recuerden estas razones y nos acompañen en el camino de la vida. Solos normalmente nos equivocamos y fácilmente nos invade el desánimo, y entonces hacemos igual que todos, nos convence la idea de éxito que nos ha vendido la cultura moderna y que le ha puesto precio a todo.

Este camino que busca el significado de la realidad no evita la lucha y la fatiga, pero ofrece una alegría que no la quita nadie: la seguridad de no saberse solo y la paz de reconocer que el valor de la propia vida no depende de la cantidad de bienes poseídos, de negocios realizados o del escalón que ocupamos en nuestro ámbito laboral. El Valor de la vida está ahí, esperando ser reconocido.





Ser empleado

¿resuelve el problema del trabajo?



La búsqueda de empleo es una de las grandes preocupaciones del universitario. Por esta razón, comúnmente acude a las bolsas de trabajo para depositar su curriculum, se dirige a las grandes empresas, o revisa los clasificados del periódico esperando encontrar una buena oportunidad... Estas son, en la mayoría de los casos, las únicas opciones que los jóvenes logran entrever dentro de un ambiente plagado de egresados que tienen la misma visión. Pero hacer esta tarea ¿les resuelve el problema del trabajo?

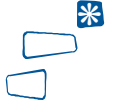
Según la información proporcionada por algunas bolsas de trabajo en Santo Domingo, sólo un 7 por ciento de las personas que buscan empleo logran obtenerlo. En una de las empresas, de 260 solicitudes que recibe mensualmente sólo un 9% es ubicado y de 2,280 curriculums que recibe una bolsa de trabajo por Internet, logra ubicar el 0.48%.

Esta sobreoferta de empleados provoca que muchas personas opten por realizar cualquier labor aunque no corresponda con su profesión; frecuentemente se conoce gente que ha estudiado una carrera como Comunicación Social y está realizando labores de contador, o trabaja en la caja de un banco, o en el mejor de los casos, como secretaria en algún medio de comunicación.

Pero además de esta situación, existe otra dificultad real: en muchas ocasiones, estos “posibles empleados” no cubren el perfil deseado por la empresa o cuentan con grandes deficiencias como el manejo del inglés, la redacción y la ortografía, inclusive -mencionó la encargada de Recursos Humanos de Carlott y Asociados, Caris Carlott- estas deficiencias se han observado en algunas personas que tienen grado de maestría.

Con respecto al servicio de búsqueda de empleo, se puede decir que esta preocupación es nueva, pues de tres años a la fecha las universidades y bolsas de trabajo se han encargado de esta tarea, no sólo realizando su labor cotidiana de recopilación de curriculums sino también estableciendo las llamadas “ferias de trabajo”, donde son convocadas una serie de grandes empresas que durante algunos días atienden un stand para encontrar a la gente que responda a sus necesidades laborales, iniciativa que ha dado como resultado el ofrecimiento de empleos temporales pero no una solución real a la situación laboral del universitario.

Por un lado, la labor principal de las bolsas de trabajo es obtener curriculums que puedan colocarse en diferentes compañías -según las necesidades de éstas-, se valora la experiencia de la persona y en algunos casos se realiza una



Las empresas no tienen la capacidad de emplear a todo egresado universitario, por esta razón, el trabajo exige mucha creatividad para que la misma persona pueda crear su propia fuente de empleo y quizá la de otros también. El universitario debe ponerse en primera persona mirando los medios a su alcance.

evaluación psicológica y de habilidades. Con respecto a las universidades que tienen programas de búsqueda de empleo, solamente una de ellas cuenta con un proyecto que apoya la profesionalización del estudiante, así como el desarrollo de la mediana y pequeña empresa; las demás presentan una inquietud por encontrar trabajo a los estudiantes, aunque no es una prioridad, pues no existe un seguimiento de los resultados y tampoco una preocupación porque el joven realmente responda a los requisitos que exige al ambiente laboral.

El problema no es la cantidad de ofertas de trabajo que existan, sino la preparación que tenga la persona, porque actualmente las empresas requieren que sus empleados conozcan bien los alcances de su profesión y que tengan iniciativa. Según Rafael Arias, Presidente de empleos.com.do: “ Los jóvenes deben preocuparse por cubrir los requisitos que comúnmente pide una empresa (conocimiento de programas básicos de computadora y el idioma inglés) además de realizar estudios de ventas, relaciones personales y negocios, pues la economía de República Dominicana se dirige a los servicios”.

Examinando algunos programas de estudio de las universidades se pudo observar que existe una correspondencia con las necesidades laborales, pues ambos se dirigen al área de administración y mercadeo, aunque por un lado las empresas exigen que conozcan de ventas y servicio al cliente a un nivel

profesional que no requiere de un estudio de 4 o 5 años, sino conocimientos de relaciones humanas, ventas y trato al cliente, mientras que las universidades ofrecen maestrías y postgrados en gerencia administrativa, así como seminarios y cursos de alto nivel. Esto no significa que las instituciones no deban proporcionar estos estudios, sino que podría ser una buena ayuda ofrecer cursos de capacitación que cubran sólo los requerimientos básicos.

Según los datos proporcionados por las bolsas de trabajo, los empleos más solicitados son de las áreas de administración, mercadeo, informática, servicio al cliente y ventas, los cuales corresponden con las respectivas profesiones sumándose la de contador. Entre los requisitos que solicitan las compañías está el de preferir jóvenes que sean estudiantes de término o graduados, de manera que exista la posibilidad de que las mismas empresas puedan darle la formación basada en su política.

Si un joven universitario piensa laborar en una empresa, tiene que preguntarse si realmente es una persona competente y si está capacitada en esos aspectos básicos que se requieren, pues de no ser así existe una gran probabilidad de que el trabajo que encuentre no vaya más allá de ser ayudante en un área que no corresponde a su carrera. Para iniciarse en su desarrollo profesional, el estudiante debe tomar en cuenta que las pasantías son un gran apoyo, pues de esta manera comienza a conocer las exigencias del mundo laboral, le puede ayudar a reconocer sus habilidades y podrá dar un paso para saber qué rumbo va a tomar su trabajo. Otra cosa que también debe preguntarse es ¿puedo yo iniciar un negocio propio?

Este artículo está basado en una investigación realizada en 4 universidades de Santo Domingo: APEC, UNIBE, INTEC y UCSD; y además en 5 bolsas de trabajo: Carlott y Asociados, Servicio y Asesoría de Recursos Humanos, empleos.com.do, Bolsa de trabajo de APEC y bolsa de trabajo de UCSD.



RD necesita trabajadores

especializados en su área



La experiencia señala que terminar una carrera universitaria no implica necesariamente que el egresado responda a las necesidades laborales del país; según el criterio de José Pérez, Director de la imprenta Búho, es importante lograr una especialización en algún área específica. Un ejemplo claro: en el área de la impresión se requieren personas que conozcan de pre-prensa digital, pues para cubrir estos puestos se traen especialistas del extranjero.

En caso de no poder estudiar a nivel profesional, una solución viable y necesaria es iniciar estudios en áreas técnicas y artesanales, muy vinculadas a la economía de servicios en la que está sumergida República Dominicana. “Hay muchos jóvenes perdiendo el tiempo en la universidad y se da una gran deserción y frustración por empeñarse en mantener vocaciones equivocadas, sería mejor canalizarlos hacia esas áreas técnicas”, señaló Pérez.

El joven debe pensar en cuáles opciones están a su alcance y tomar sus decisiones. Actualmente existe un mercado de trabajo deprimido, muchas veces provocado por las mismas empresas que prefieren tener trabajadores con bajos sueldos aunque no conozcan bien la profesión; y por otro lado, el Estado no ha abierto canales viables de desarrollo.

El país goza de varias ventajas, alega Pérez: tiene buena ubicación geográfica, excelentes recursos naturales y cuenta con gente que tiene como atractivo su carácter alegre y el sentido de servicio, pero debe hacerle frente a sus debilidades, como su desinstitucionalización pues “vivimos como chivo sin ley, sin reglas ni orden”; no se toma conciencia de que República Dominicana es un país pobre, se quiere vivir con un modelo de vida estadounidense y se tiene la mentalidad de hacer las cosas “a medias” sin empeñarse en ofrecer calidad. Se vive el fenómeno de que poblaciones enteras “no hacen prácticamente nada” esperando las remesas de los familiares que viven en Nueva York.

“Nosotros, como pueblo, hemos dejado escapar muchas riquezas, el mayor valor que tenemos es lo nuestro, debemos imprimir en nuestro trabajo un sello propio, mantener nuestra identidad, crear productos culturales y artesanales. Por ejemplo, riquezas como el ritmo musical del merengue se han vuelto un disparate y sólo pocos artistas como Juan Luis Guerra y Víctor Víctor son serios ante esto”, recalcó. ✱





Con la colaboración de Altagracia Martínez

Derechos del trabajador

Comúnmente el contrato laboral se realiza de manera verbal logrando un consenso sobre los derechos y obligaciones entre el empleado y el empleador. El trabajador se puede considerar parte de la empresa a partir de que llena la solicitud de empleo o la hoja de entrada y comienza a laborar la jornada indicada.

En caso de recibir un contrato, éste deberá tener especificados los nombres completos, nacionalidad, edad, sexo, estado civil, domicilio y las menciones legales de sus cédulas; además de la duración del contrato, el servicio que el trabajador se obliga a prestar y el monto del salario, que es la retribución que el empleador debe pagar al trabajador como compensación por su servicio, el cual debe ser proporcional al tipo de servicio que ofrece. Por ese motivo no es posible que una persona que hace la limpieza gane lo mismo que otra que realiza estrategias de venta, aunque laboren durante la misma jornada.



Con respecto al pago del salario existen 3 rubros que la empresa está obligada a introducir anualmente, estos son: salario de navidad, participación en los beneficios de la empresa y vacaciones.

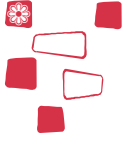
El salario de navidad, que se debe pagar a más tardar el 20 de diciembre, consiste en la duodécima parte del salario ordinario -devengado por el trabajador en el año calendario- excluyendo horas extraordinarias y participación de los beneficios de la empresa, aunque éste no debe ser mayor que el monto de cinco salarios mínimos legalmente establecidos.

Con respecto a la participación de los beneficios de la empresa, ésta debe otorgar el 10 % de las utilidades o beneficios netos anuales a todos sus trabajadores, pago que no podrá exceder al equivalente de 45 días de salario ordinario para aquellos que han laborado al menos tres años y 60 días para los que han superado ese tiempo.

Y por último, el trabajador tiene derecho a recibir 14 días laborables de vacaciones con disfrute de salario cada vez que cumpla un año de servicio ininterrumpido, y al sumar 5 serán 18 días de salario ordinario. Este derecho no puede ser objeto de compensación ni de sustitución alguna. Pero en caso de que el trabajador dejara de ser empleado sin haber disfrutado de sus días de vacaciones deberá recibir del empleador una compensación equivalente a su salario correspondiente a ese periodo vacacional.

Fuente: Código de Trabajo de la República Dominicana, promulgada el 29 de mayo de 1992. Basado en los artículos 24, 177, 219, 220, 221 y 223.





Cómo preparar un curriculum

Tu preparación, experiencia y habilidades conforman la mejor carta de presentación ante una empresa, por ello es importante que las menciones en tu curriculum. Pero no solamente el conjunto de ellas muestra la seriedad de tu trabajo, los detalles hablan mucho de la persona a la que “posiblemente contratarán”.

Por tal motivo estos detalles son expuestos en este artículo para que tú los tomes en cuenta al elaborar tu curriculum.

Datos generales

Nombre completo, lugar y fecha de nacimiento, nacionalidad, estado civil, domicilio y teléfono.

Estudios profesionales

Escribir el nivel académico en el que estés titulado y, si en el momento en que vas a entregar tu curriculum estás realizando otro estudio, inclúyelo. En caso de ser titulado, introduce el título de tu monográfico o tesis.

Desempeño profesional

- Enlista los cargos que has desempeñado y que te han ayudado a desarrollar tu experiencia laboral (aunque no hayan significado un trabajo formal). Debes incluir la empresa y el tiempo en el que trabajaste.
- Incluye la experiencia y participaciones que hayas realizado en otras áreas, aunque no tengan relación directa con tu profesión.

Habilidades

Puedes incluir programas de computadora, idiomas y otros conocimientos, incluyendo su porcentaje de conocimiento. Y al final incluir la fecha en que elaboraste ese curriculum.

Tips Adicionales

- Escribir tu curriculum en orden cronológico (del más reciente al más antiguo).
- Hacer una distinción gráfica entre las diferentes secciones de tu curriculum (empleos, educación, habilidades)
- Colocar tu nombre y teléfono en un lugar que se distinga fácilmente.

A continuación te daremos un ejemplo claro de cómo debes redactarlo y presentarlo. En primer lugar debes poner una hoja de presentación en la que escribas sólo tu nombre. A partir de la segunda página es importante numerarlas, ponerles un clip o engraparlas para que no se separen y entregarlo en un folder nuevo.





Datos Generales

Nombre: **Ricardo Jiménez Mena**
Fecha de nacimiento: 10 de enero de 1973.
Lugar de nacimiento: Santo Domingo, República Dominicana.
Nacionalidad: Dominicana.
Estado Civil: Soltero
Cédula de identidad: 001-9234-7
Domicilio: Calle Bonaire #20
Sector Ensanche Ozama. Santo Domingo, R.D.
Tel: (809)567 1234.
Cel: **(01) 252 1787**.
Beep: 799 0978.

Estudios profesionales

- Licenciado en Mercadeo egresado en 1996 de la Universidad Católica Santo Domingo (UCSD)
Tesis: "Técnicas metodológicas aplicadas al desarrollo de planes gubernamentales en el período del Presidente Leonel Fernández".
- Postgrado en Relaciones Públicas en la UCSD desde enero del 2000 hasta la fecha.

Desempeño profesional

- Asistente técnico del Director de mercadeo de Vila Hermanos Cerería
De enero de 1999 a junio del 2001
- Gerente de ventas de la línea azul de la marca de ropa GG en la tienda Laterizi
De enero a diciembre de 1998
- Asistente del Departamento de Ventas y Mercadeo de Casa Monzón
De julio de 1997 a diciembre de 1998

Otras actividades

- Pasantía en Brugal y Cía., en el desarrollo de encuestas e investigación durante 1996.

- Participación en la organización de los congresos de mercadeo de la UCSD de 1995 y 1996.
- Asistencia al curso Mercadeo y estrategias de cambio de Phillip Kotler.
- Asistencia al curso Perspectiva económica de República Dominicana , organizado por la asociación de economistas del país en el 2001.

Habilidades

- Manejo
- Idioma inglés en un 85 %.
 - Programas de Microsoft Office, word, excel y power point en un 90 %.
 - Estrategias de administración Kaizen al 100 %.
 - Internet en materia de investigación.
 - Equipos de oficina: fax, máquina de escribir y registradora.

Referencias personales

- Minerva Estévez
Directora del Departamento de Administración de Cervecería Moctezuma
Teléfono 530-4567
- Alfonso Juárez
Cirujano plástico
Teléfono 799-9845
- Miguel Tavárez
Gerente de Casa Monzón
Teléfono 752-7568

Fecha de elaboración: mayo del 2002.





Asociación **La Aventura Humana**

Somos un centro para la maduración de experiencias de voluntariado, mediante el desarrollo de iniciativas culturales y sociales. Una de ellas es el proyecto de Capacitación y Desarrollo Empresarial (Cyde), que ofrece servicios de:

- Capacitación.
- Bolsa de trabajo.
- Asesoría profesional para el desarrollo de proyectos productivos.

Visítanos en:

www.aventurahumana.org

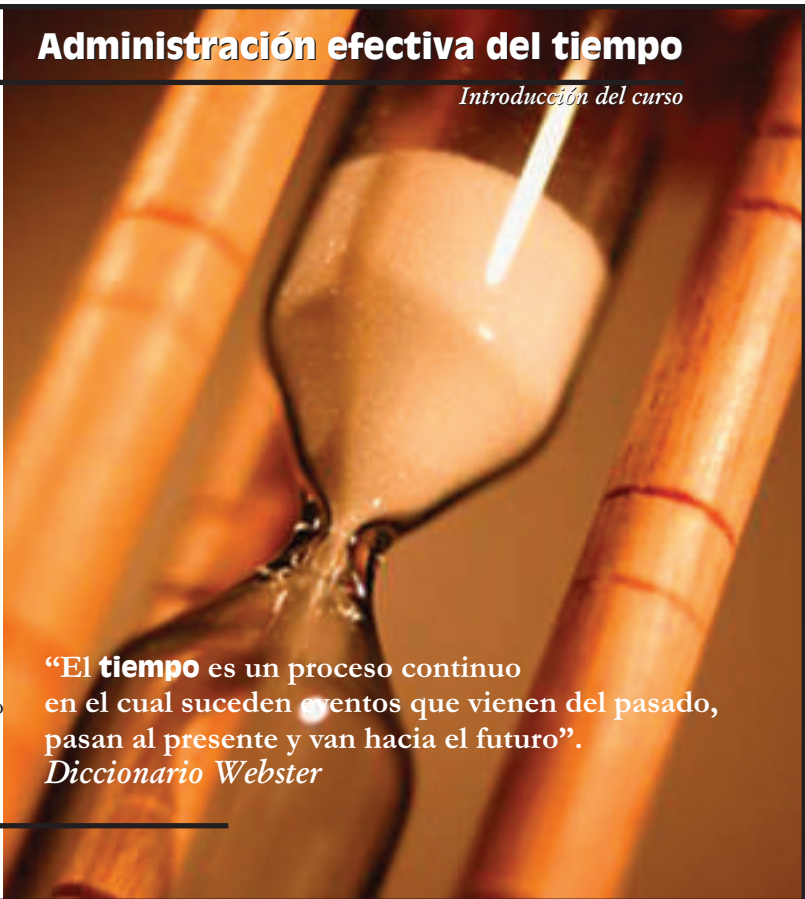
La clave en la administración del tiempo es: **el control de los eventos** (entiéndase hechos o acontecimientos diarios).

Uno de los efectos del control de los eventos es el tener una mayor **productividad** en el trabajo, lo cual provoca un mayor **gusto** por el mismo y trae como consecuencia una **adhesión propositiva**, que te hace realizar más y mejor las tareas.

Para esta planificación es importante establecer algunas pautas entre las cuales está dedicar unos minutos al día para establecer prioridades y así determinar cuáles serán las actividades diarias, de manera que durante el día no se pierda el tiempo pensando qué hacer o siendo presa de lo que se va presentando.

Administración efectiva del tiempo

Introducción del curso



“El tiempo es un proceso continuo en el cual suceden eventos que vienen del pasado, pasan al presente y van hacia el futuro”.

Diccionario Webster