

Lleve su negocio al mercado global.

fedex.com 0-810-DE-FEDEX




Certamen IP:
Mentes innovadoras para el Desarrollo

PÁGINA 9

Lleve su negocio al mercado global.

fedex.com 0-810-DE-FEDEX



[commentsexpress]



UNA PUBLICACIÓN DE LA CAMARA DE COMERCIO DE LOS ESTADOS UNIDOS EN LA REPUBLICA ARGENTINA / AÑO 6 - NRO. 3 - MAYO 2007 - \$ 5.-

Comodidad entre las Nubes

Aumentan los servicios que prestan las aerolíneas en las clases ejecutivas. Lo que se viene



PÁGINAS 6

Plan estratégico de Seguridad Vial

Autoridades porteñas presentaron su programa para disminuir los incidentes de tránsito en la Ciudad



PÁGINA 8

Un Fisco con conciencia social

Así lo definió Alberto Abad, titular de la AFIP, en una visita a la Cámara. Destacó el rol de la tecnología



PÁGINAS 10

Con el perfil de Leonardo

El especialista de la Universidad Di Tella, Mariano Naradowski, trazó el rumbo para la educación argentina



PÁGINA 12



Turismo en la cresta de la ola

©Fotitis

PÁGINA 4

QUATTRINI,
LAPRIDA &
ASOCIADOS
A B O G A D O S

Av. del Libertador 602 - Piso 4º - (C1001ABT) Buenos Aires, Argentina - Tel.: (5411) 4814-1190/1196 - Fax: (5411) 4814-1091 - info@qlya.com - www.qlya.com

Para aprender Inglés y divertirse

El instituto In English ayuda a los ejecutivos a desarrollar habilidades comunicativas



To be or not to be, that's the question. Las reflexiones del atormentado Hamlet se escuchan más seguido en las oficinas del microcentro. Pero no se trata de un súbito ataque de existencialismo entre los ejecutivos porteños.

Sucede que ahora las clases de inglés

corporativo se valen de recursos como el cine, la música y el teatro para hacer más dinámica y entretenida la incorporación de una nueva lengua.

La compañía In English, que se especializa en capacitación, traducción y selección de personal bilingüe, promueve un novedoso

acercamiento al inglés enfocado en la participación activa del alumno.

Durante el curso Reaching for Shakespeare -que In English desarrolló este verano en AmCham-, los asistentes actuaron y recitaron algunos pasajes de obras del gran dramaturgo británico.

Aunque ese es sólo un ejemplo de las propuestas de este instituto para lograr que los estudiantes puedan sentirse seguros en el uso del idioma.

“Si bien hay una parte del aprendizaje que es formal, el objetivo final es que el alumno traslade el inglés a la vida real; no apuntamos al purismo lingüístico, sino a desarrollar una habilidad comunicativa, que es lo que necesitan las personas de negocios”, dicen Valeria Rodríguez Codina y María Emilia Troya, las profesoras que están al frente de In English.

En los programas de inglés in-company la idea principal es que los empleados

In-plant teacher y expansión

En In English desarrollaron una propuesta de In-plant teacher/s (un profesor asignado durante una banda horaria para la empresa), al tiempo que apuestan a la expansión: próximamente comenzarán a dictar clases en Córdoba y ya abrieron una sede en Pilar.

tengan la mayor exposición posible a la lengua. Por eso, si bien se imparten cursos regulares y workshops para incorporar nuevos conocimientos, se utilizan distintas actividades informales para ganar confianza al hablar y escribir.

Valeria y María Emilia dicen que en el sector corporativo son muy valoradas este tipo de actividades que permiten romper con la rutina. Bajo este concepto, el instituto desarrolló el EnJoy In English Programme, que incluye cursos como Greek Mythology, Movies & Drama, Useful Business Vocabulary and Idioms y Singing In English.

“La idea es fortalecer las relaciones entre empleados, aprender vocabulario y expresiones, y mostrar las habilidades artísticas del staff de profesores que no sólo son docentes, sino que muchos de ellos son cantantes y actores”, cuentan las teachers.

DELEGACIÓN CÓRDOBA

Estancias del Sur cerrará 2007 con 30 locales

Luis Resio, presidente del frigorífico cordobés Estancias del Sur, anunció que su empresa se expandirá este año, pasando de 14 a 30 carnicerías en la provincia y sus zonas aledañas.

El crecimiento refleja la importancia que cobró el mercado interno para la compañía, cuyas bocas de expendio hoy venden casi 700.000 kilos de carne vacuna y más de 200.000 kilos de cerdo, embutidos, corderos y pollos.

“Si tenés un cupo que limita la exportación hay que lograr introducir los cortes que a nosotros nos interesan en el consumo interno. La estrategia de las carnicerías nos sigue funcionando, porque podemos manejar qué cortes vendemos en nuestros locales a través de una política de precios”, dijo el empresario a la revista.

A la hora de explicar la situación del sector, Resio señaló: “Los planes de la industria frigorífica en el país se dividen en dos etapas: el corto plazo, donde el horizonte de planificación es un mes, porque a fin de mes nos dicen cuánto vamos a poder exportar el mes que

viene. Y la apuesta de largo plazo, donde el contexto internacional cambió: más consumo, menos producción a nivel mundial y nuevos mercados (China, Corea y Rusia, por ejemplo), con lo que se

Hay que buscar la mejor ecuación entre mercado interno y externo

genera un incentivo para pasar el vía crucis diario. En ese contexto hay que buscar la mejor ecuación entre los dos mercados”. En busca de esa combinación que asegure mejor rentabilidad, el directivo confirmó un viaje a Venezuela, para cerrar un acuerdo con el gobierno, donde se venderán cortes delanteros y traseros en paquetes de un kilogramo, incluidos en las 900 toneladas mensuales que hoy tiene permitido exportar.

PROPIEDAD INTELECTUAL

Una mesa de creadores

Con la presencia del director de cine Juan José Campanella, el desarrollador de software Santiago Siri, la guionista Graciela Maglie y el músico y productor Oscar Mediavilla, la Asociación Argentina de Distribuidores Cinematográficos (AADC), la Cámara Argentina de Productores de Fonogramas y Videogramas (CAPIF), la Motion Pictures Association (MPA), Software Legal y la Unión Argentina de Videoeditores (UAV) celebraron el Día Mundial de la Propiedad Intelectual.

Los invitados compartieron sus experiencias como creadores, explicaron la necesidad de proteger la propiedad intelectual, dieron su visión sobre la piratería y resaltaron la falta de conciencia sobre el tema.

La presentación estuvo a cargo de Juan Carlos Alesina, representante de la MPA, quien destacó que la Organización Mundial de Propiedad Intelectual (OMPI) trabaja por la justa necesidad de fomentar la creatividad y recompensar el talento de los creadores en cada país.

“Las leyes de propiedad intelectual son las que permiten que miles de creadores podamos vivir de nuestro trabajo. Por eso

insistimos tanto en que la gente tome conciencia de lo importante que es respetarlas”, dijo Mediavilla. Por su parte, Maglie destacó la importancia de reivindicar los derechos económicos de los autores y de generar conciencia sobre el valor de la propiedad. Siri, en tanto, comentó que luego de tres años de inversiones para desarrollar un video juego, lo encontró antes de que saliera a la venta ofrecido a \$5 en el parque Rivadavia. “Hoy solamente hago desarrollos que estén patrocinados”, dijo. La historia de Campanella fue parecida, pero en relación a su miniserie ‘Vientos de agua’. “Es necesario reconocer el derecho de propiedad intelectual, como primera medida, y rever los modelos de negocio vigentes, porque sino, si los creadores seguimos sin ser recompensados, en definitiva va a sufrir la obra”, resumió.

