

infocámara

Publicación Trimestral • Año 13 - Número 56 • Julio - Septiembre 2014

FOMENTANDO EL DESARROLLO
A TRAVÉS DE LA PRODUCCIÓN
Y EL COMERCIO DEL PAÍS



EXPO CIBAO '14

EDICIÓN
ESPECIAL

INCLUYE CATÁLOGO
PARTICIPANTES
EXPO CIBAO 2014



1914 - 2014



CENTRO DE RESOLUCIÓN
ALTERNATIVA DE CONTROVERSIAS
CAMARA DE COMERCIO Y PRODUCCION DE SANTIAGO

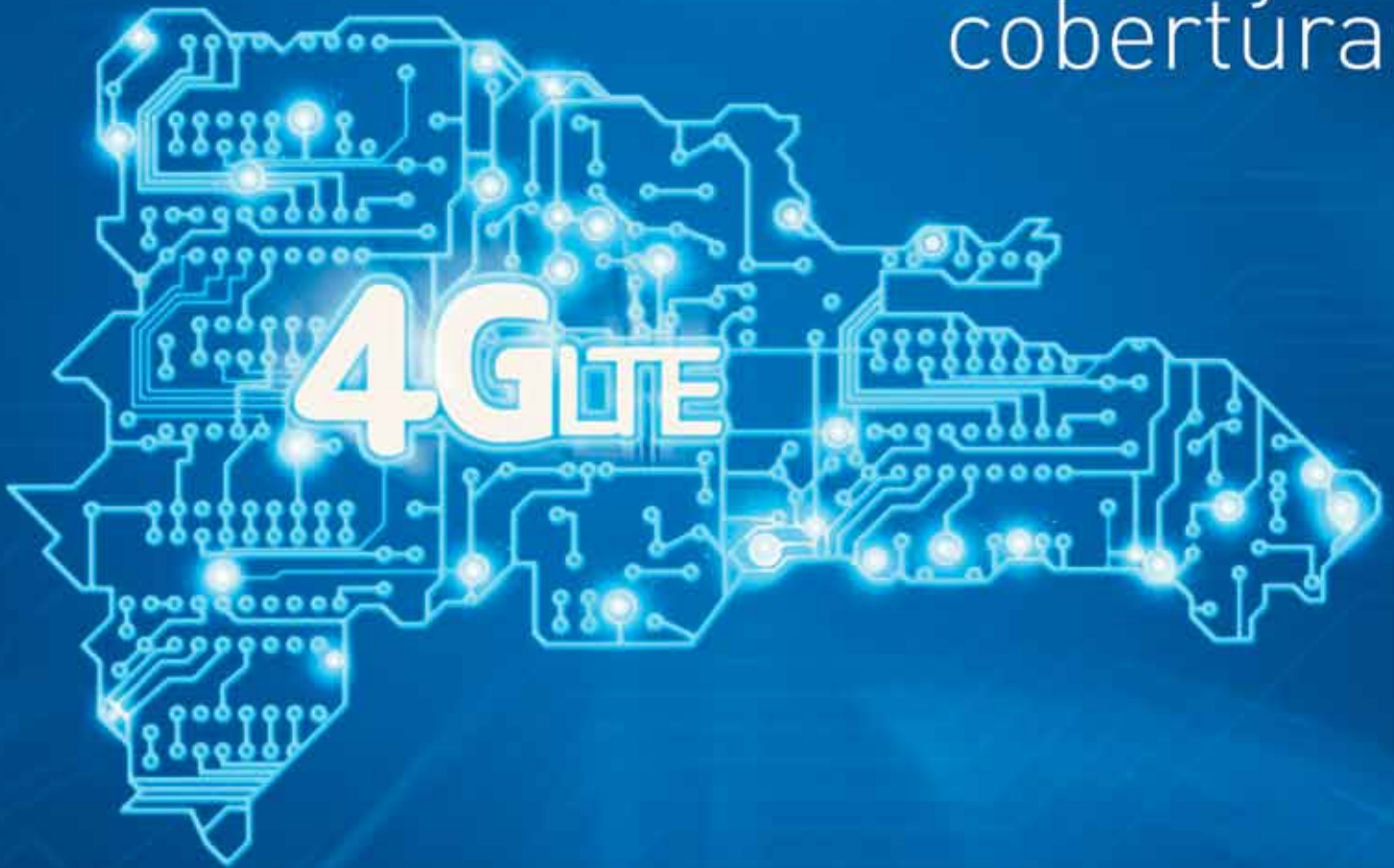


Comité de Responsabilidad Social de
La Cámara De Comercio y Producción de Santiago



Comité
de Jóvenes
CCYPS

La máxima
velocidad **4G LTE**
llegó a la red
de mayor
cobertura



¡Disponible ya!



ClaroRD



809 220 1111
claro.com.do

La Red
donde todo es posible



50 AÑOS

**SIENDO EL CEMENTO
PREMIUM DOMINICANO**

CEMENTO CIBAO

**ALTO RENDIMIENTO
MAYOR RESISTENCIA**

SUPERIOR

EN TODOS LOS SENTIDOS



infocámara

Revista No. 56 • Año 13
Julio - Septiembre 2014
Publicación Trimestral

Director Ejecutivo
Fernando Puig

Coordinadora
Carla Fernández

Diagramación
ocho_ochenta design

Portada
Fernando Puig

Impresión
Editora Teófilo

Asesor
Raymundo Víctor

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

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

Tel.: 809. 582. 2856

Fax: 809. 241. 4546

Email: secretaria@camarasantiago.com

Web: <http://www.camarasantiago.com>

Web: <http://www.expocibao.com>

 [CamaraDeComercioYProduccionDeSantiagoInc](https://www.facebook.com/CamaraDeComercioYProduccionDeSantiagoInc)

 [@camarasantiago](https://twitter.com/camarasantiago)

 [expocibao](https://www.facebook.com/expocibao)

 [@expocibao](https://twitter.com/expocibao)

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

CONTENIDO

- 05 Editorial: 100 Años de la Cámara -
27 Versiones de Expo Cibao
- 06 Patrocinadores
- 07 Carta de la Presidencia
- 08 Actividades del Trimestre
- 14 Actualidad: Las Instituciones Internacionales
de Intermediación Financiera en RD.
- 18 Actualidad: El Precio en los Tiempos del
BOGO
- 22 Actualidad: Sucesión en la Empresa Familiar
- 26 Legal: Legalidad Requisitos de Empleo
- 30 Asesoría: Escuchar Estratégicamente sus
Diversos Públicos Facilita el Logro de sus
Objetivos Empresariales
- 32 Mapa de Expo Cibao 2014
- 34 Bases Concurso Fotográfico
- 36 Actualidad: Oportunidades para
Exportadores y Zonas Francas en el
Marco del Acuerdo DR-CAFTA
- 40 Programa de Actividades Expo-Cibao
- 50 Lista de Empresas Expositoras
- 62 Lista de Empresas por Sección
- 65 Agradecimientos
- 67 Nuevos Socios
- 70 Socios Hablan

100 AÑOS DE LA CÁMARA

La Cámara de Comercio y Producción de Santiago arriba al primer centenario de su existencia. Se cumple un siglo desde su fundación por un grupo de comerciantes y empresarios, quienes entendieron que debían unirse para enfrentar el escenario comercial de aquel momento.

Cierto es que múltiples altibajos han acontecido en estos cien años. Sin embargo, la ocasión es propicia para reiterar, hoy más que nunca, el compromiso asumido en 1914, de luchar para que las condiciones para el desarrollo empresarial fueran apropiadas, significando entonces, proteger a los productores, especialmente los de tabaco, encontrarle mercado a sus cosechas y garantizar los pagos por las exportaciones.

La economía rural de entonces se ha transformado en una economía de servicios; en multiplicidad de países y sectores que compiten por obtener el favor del consumidor y en abundancia de información sobre las condiciones del mercado y los compradores.

Hoy los retos son otros. Podemos identificar como desafíos actuales la seguridad jurídica y el estado de derecho que debe prevalecer para que el inversionista arriesgue sus capitales. Asimismo, la competitividad necesaria para poder contender en un mercado global, incluyendo condiciones de transporte y leyes apropiadas, competencia ética, así como ampliación de la formalidad en los negocios de manera que el Estado pueda hacer sostenible la implementación de sus políticas y mantener la estabilidad necesaria para aprovechar las potencialidades que tenemos como nación.

Pero, el principal de esos retos es combinar esas condiciones con el logro de una adecuada transferencia de poder adquisitivo a los sectores trabajadores, de forma que el crecimiento que exhibe el país se convierta a su vez en desarrollo y calidad de vida para la población en sentido general.

Para trabajar en este sentido reiteramos nuestro compromiso como Cámara de Comercio y Producción de Santiago, junto a nuestro Comité de Responsabilidad Social, el Centro de Resolución Alternativa de Controversias y el Comité de Jóvenes de la Cámara.

Es propicia la ocasión para agradecer el reconocimiento general que la sociedad y diversos organismos han otorgado a esta Cámara de Comercio por su trayectoria institucional. De manera particular agradecemos al Arzobispado de Santiago, a la AMCHAM-DR, a la Federación Nacional de Comerciantes y Empresarios de la República Dominicana (FENACERD) y a la Federación Dominicana de Cámaras de Comercio (FEDOCAMARAS).

27 VERSIONES DE EXPO-CIBAO

Expo-Cibao surgió en 1988, como iniciativa de don Luis María Pieter, entonces presidente de la Cámara. En el 2014 estamos presentando la versión número 27 de este evento que ha sabido evolucionar y mantenerse como el escenario idóneo para que empresas industriales, de servicio o de comercio, exhiban ante un público multitudinario; para que muestren sus marcas, productos y ofertas.

A pesar de la Cámara haber organizado, desde el momento mismo de su surgimiento, muchas exhibiciones comerciales y ferias, Expo-Cibao es el parámetro de referencia para este tipo de eventos y la principal actividad de impacto que presenta la Cámara de Santiago por su actualización, evolución y renovación.

Este año Expo-Cibao se muda al área exterior del Gran Teatro del Cibao y a los espacios del Monumento a los Héroes de la Restauración con el propósito de ofrecer un fácil acceso a los visitantes y al mismo tiempo una visibilidad de excepción para los patrocinadores y expositores. A propósito del cambio de local, queremos reiterar nuestro agradecimiento por la acogida que tuvimos en el complejo deportivo de La Barranquita, en el Ayuntamiento y en la Universidad Católica Madre y Maestra, donde fueron montadas todas las versiones anteriores.

La oferta de Expo-Cibao 2014 incluye una gama interesante de charlas, paneles, ruedas de negocios, presentaciones culturales y artísticas, programa de visitas para estudiantes, y un solemne acto inaugural en la sala de la Restauración del Gran Teatro del Cibao. Agradecemos las facilidades recibidas por el Gran Teatro, el Monumento y el Ministerio de Cultura para el montaje y celebración de un renovado Expo-Cibao.

Como atractivo especial tendremos la presentación de un mapeo tridimensional, o mapping 3D, en la cara Este del Monumento. Utilizando alta tecnología y dicha superficie como pantalla, proyectaremos videos y mensajes en tres dimensiones, para que la estructura cobre vida. Por la novedad, haremos de Santiago un lugar de atracción e innovación.

Expo-Cibao 2014 tiene como lema Perseverancia - Continuidad – Compromiso, rúbrica que aplica tanto a la conmemoración de los cien años de la institución, como a la expo comercial. Por eso, bajo la dirección de su presidenta, María Victoria Menicucci Mella, la Cámara reitera su propósito de perseverar, continuar y comprometerse con el desarrollo futuro del comercio y la producción de Santiago, la región y el país.

PLATINO



ORO



PLATA





CARTA DE LA PRESIDENCIA

La Cámara de Comercio y Producción de Santiago asume, nueva vez, la responsabilidad de organizar Expo-Cibao, el más importante evento de exposición de productos y servicios en la República Dominicana. Al arribar a la vigésimo séptima versión hemos ganado la experiencia para ofrecer un espacio con verdaderas potencialidades para la empresa que se inicia, la que desea crecer o la que requiere mantener una imagen y posicionamiento, tanto en el mercado nacional como en el global.

La Cámara de Comercio y Producción de Santiago, en el centenario de su fundación, presenta EXPO-CIBAO 2014 – PERSEVERANCIA – CONTINUIDAD – COMPROMISO, en referencia a la gestión, logros y construcción de un futuro digno, temas que forman parte de la agenda pasada, presente y futura de nuestra institución.

En el 2014 estamos dando un paso trascendental al cambiarel escenario de Expo-Cibao. Con el firme propósito de fomentar la generación de negocios realizaremos la exhibición en los jardines del Gran Teatro del Cibao y el parqueo del Monumento a los Héroes de la Restauración.

Tenemos la convicción de que los esfuerzos que hacemos para lograr un ambiente propicio para la expansión del empleo, los negocios y el desarrollo de nuestra provincia y región, están cayendo en terreno fértil. Basados en el postulado de que en la unión y la integración está la fuerza, y que los sectores privado y público deben accionar juntos, reiteramos nuestro compromiso y brindamos el espacio de Expo-Cibao para encaminar nuestras aspiraciones.

Estamos propiciando una semana que incluye seminarios empresariales, exhibición, venta y oferta de productos, así como una variada gama de entretenimiento, combinada con actividades educativas. En este año 2014 pondremos nuestro mejor esfuerzo para fortalecer las ruedas de negocios, las misiones comerciales y la tercera versión del foro empresarial. Estamos convocando a empresarios y misiones, nacionales y extranjeros, en procura de ampliar nuestros horizontes comerciales.

Participemos de la aventura de construir el futuro sentando las bases para la creación de riquezas, mostrando lo que hacemos, comunicando nuestra versatilidad, cruzando las fronteras, superando los obstáculos y enarbolando con orgullo nuestro potencial de producción, para hacer que la ciudad de Santiago sea un centro logístico, productivo y de servicios.... Esa es la finalidad de EXPO-CIBAO.

Cordialmente,

María Victoria Menicucci Mella
Presidente

PRESENTAN NOVEDADES EXPO-CIBAO A MEDIOS DE COMUNICACIÓN

La presidenta de nuestra Cámara y el comité organizador de Expo-Cibao 2014, realizaron una conferencia de prensa para dar a conocer las innovaciones que tendrá el evento este año. María Victoria Menicucci anunció que Expo Cibao, en su versión 27, viene con una agenda totalmente renovada con el interés de reposicionarlo como la exposición comercial más importante del país.



Menicucci informó que el Gran Teatro del Cibao será la nueva sede y que su realización coincide con la celebración de los 100 años de fundación de la Cámara de Comercio y Producción de Santiago.

Como elemento de excepción, Expo-Cibao 2014 contará con la presentación, por primera vez en el país, de una proyección tridimensional a escala ("Mapping 3D") sobre la estructura del Monumento a los Héroes de la Restauración. Además, incluirá ruedas de negocios, exhibición comercial, talleres educativos, paneles de actualidad, charlas y otras actividades diarias que enaltecerán la ciudad de Santiago durante cinco días.

MESA REDONDA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

La Fundación Universitaria Iberoamericana (FUNIBER) organizó el pasado mes de julio la Mesa Redonda "Responsabilidad Social Empresarial: Tendencias, Iniciativas y Resultados", en los salones del Edificio Empresarial de Santiago. En la actividad expusieron destacados profesionales en el área como el Dr. José Figueroa, Director del Área de Organización Empresarial y Desarrollo Directivo de FUNIBER y el Lic. Edison Manuel Santos, Presidente y Fundador de Emprendimiento Sostenible, la señora María Victoria Menicucci, Presidenta de la Cámara de Comercio y Producción de Santiago, dio la bienvenida a los participantes e hizo una breve introducción al tema, explicando el interés de concientizar a los empresarios de la región sobre los beneficios de involucrar sus empresas en programas de RSE.



El Dr. Figueroa expuso el tema "Las Tendencias Globales en RSE", mientras que el Licenciado Santos se enfocó en

las iniciativas y resultados obtenidos con los proyectos implementados. Ambos ponentes mostraron en sus presentaciones los programas de RSE que han desarrollado las organizaciones que representan, su impacto en la sociedad y los logros alcanzados.

La actividad concluyó con una sesión de preguntas y respuestas, lo que hizo más enriquecedor el tema abordado y facilitó la creación de un espacio de diálogo donde se discutieron las tendencias

en el ámbito de la RSE, a nivel local y mundial, así como las diferentes acciones que se vienen desarrollando en los distintos sectores empresariales; lo que se puede hacer desde las Pymes y desde nuestro entorno como ciudadanos y los resultados que se han obtenido hasta la fecha con la implementación de la RSE como estrategia empresarial.



Espacios a tu alcance

- TERRAZO
- PORCELÁNICO
- PIEZAS SANITARIAS
- GRANITO NATURAL
- CERÁMICA

- MÁRMOL
- ADOQUINES
- TEJAS
- JACUZZI




menicucci
transformando espacios

... servicios a todo el país y para exportación

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

HOMENAJE A LA CÁMARA POR SU CENTENARIO

En ocasión de la celebración del Día de Santiago Apóstol, el Arzobispado de la Arquidiócesis de Santiago incluyó dentro de su programa de actividades una eucaristía dedicada al trabajo.



El solemne acto contó con la confortante presencia de Monseñor Jesús María de Jesús Moya, Obispo Emérito de la Diócesis de San Francisco de Macorís, quien presidió la conmemoración eucarística.

Al concluir el acto religioso el Arzobispado reconoció diversas entidades y a nuestra Cámara, en ocasión de celebrar sus 100 años de existencia. Entre las otras instituciones que participaron de forma especial están la AIREN, AMAPROSAN, ACIS, la Asociación de Empresas de Zona Franca, varias instituciones bancarias y financieras, cooperativas, asociaciones de profesionales, asociaciones sindicales y de trabajadores.



CONVERSATORIO SOBRE REFORMA LABORAL

Con la finalidad de discutir la importancia del tema laboral y los avances alcanzados hasta el momento en los esfuerzos por lograr un pacto por el empleo formal y la necesidad de una reforma al Código de Trabajo, las asociaciones empresariales de esta ciudad asistieron al conversatorio "La reforma laboral para la promoción del Empleo Formal" organizado por el Consejo Nacional de la Empresa Privada (CONEP).

El presidente del CONEP, señor Manuel Diez, resaltó que una propuesta de pacto por el empleo formal implica grandes reformas estructurales que permitan al país convertirse en una economía más desarrollada y competitiva.

Representantes de la Asociación de Industriales de la Región Norte (AIREN), de la Asociación de Comerciantes e Industriales de Santiago (ACIS), de la Asociación de Empresas de Zonas Francas (AEZFS), de la Cámara Americana de Comercio (AMCHAM) y de la Cámara de Comercio y Producción de Santiago (CCPS).

EMPRESARIOS ASISTEN A PRE-ESTRENO DE EXPO-CIBAO



La Cámara de Comercio y Producción de Santiago realizó una exhibición privada con un montaje real, en tamaño reducido, para presentar las primicias de Expo-Cibao 2014. La actividad, que se realizó en el Gran Teatro del Cibao, contó con la asistencia de representantes de empresas de República Dominicana que estarán mostrando sus productos en la exhibición comercial.

La presidenta de la Cámara de Comercio, María Victoria Menicucci, informó que con el cambio de escenario de la Expo se persigue lograr una ubicación estratégica para recibir las 150,000 personas que se espera visiten la exhibición este año. Además resaltó que esta versión se desarrollará simultáneamente con la celebración de los 100 años de fundación de la Cámara de Comercio y Producción de Santiago.

Fernando Puig, director ejecutivo de la CCPS, dio a conocer la propuesta educativa que presentará Expo-Cibao 2014. Explicó que se incluirán conferencias y paneles ofrecidos por profesionales dominicanos reconocidos por su trayectoria en el mundo empresarial, social y de salud. Entre los temas a tratar están "Turismo de Salud", "Nuevas Tendencias en la Comunicación Estratégica", "Historias de Éxito Empresarial", "Impacto de la Minería en la Economía Dominicana", "Emprendedurismo" y "Finanzas Personales". Además, se presentarán testimonios de personalidades y su contribución al desarrollo de la sociedad ejecutando proyectos de interés social y económico.

Los invitados al pre-estreno de Expo-Cibao fueron los primeros testigos de la muestra de proyección de video e imágenes en tercera dimensión.

VENTANAS AL DESARROLLO

"Certificado
como Solución
fiscal por
la DGII"

Newsoft ERP

RECURSOS HUMANOS

- PERSONAL
- NÓMINA
- TIEMPO Y ASISTENCIA
- ENTRENAMIENTO Y CAPACITACIÓN
- HISTORIAL MÉDICO Y CONDUCTUAL
- PRÉSTAMOS AL PERSONAL
- PLANES DE AHORROS
- ASIGNACIÓN DE EQUIPOS Y HERRAMIENTAS

MANUFACTURA TEXTIL

- ADMINISTRACIÓN DE CONTRATOS
- PLANIFICACIÓN DE PRODUCCIÓN
- CONTROL DE CORTE
- CONTROL DE PRODUCCIÓN
- CONTROL DE CALIDAD
- INVENTARIO COMPONENTES Y TELA
- CONTROL DE PAGOS PRODUCCIÓN
- CONTROL DE EMPAQUE
- INVENTARIO DE PRODUCTOS TERMINADOS
- FACTURACIÓN DE EMBARQUE

CONSTRUCCIÓN

- PRESUPUESTO Y ADMINISTRACIÓN DE OBRAS
- PRODUCCIÓN EQUIPOS
- MANTENIMIENTO PREVENTIVO CORRECTIVO

FINANZAS Y VENTAS

- CONTABILIDAD GENERAL
- LIBROS DE BANCOS
- ACTIVOS FIJOS
- CAJA CHICA
- COMPRAS
- INVENTARIO
- CUENTAS POR PAGAR
- FACTURACIÓN
- CUENTAS POR COBRAR
- PRE-VENTAS UTILIZANDO HANDHELD
- VENTAS DIRECTAS UTILIZANDO HANDHELD
- NEWSOFT VENDEDOR TRACKING (GPS)
- NEWSOFT POS-RESTAURANTE

OTRAS APLICACIONES

- ADMINISTRACIÓN DE SOCIOS
- CONTROL JORNALEROS
- TALLER DE SERVICIOS

MANUFACTURA INDUSTRIAL

- PLANIFICACIÓN INDUSTRIAL (PMP, MRP)
- PRODUCCIÓN INDUSTRIAL
- COSTO PRODUCCIÓN INDUSTRIAL
- CALIDAD INDUSTRIAL (MIL-STD-1916)
- PAGO PRODUCCIÓN INDUSTRIAL



POSIBILIDADES ILIMITADAS

www.newsoft.com.do

SANTIAGO: AV. 27 DE FEBRERO, ESG. CALLE TEXAS,
CENTRO COMERCIAL METROPOLITANO, MOD.
TEL. 809-583-9600 FAX: 809-724-0356
SANTO DOMINGO, TEL.: 809-475-9600
ESPAILLAT, TEL.: 809-278-0113
DUARTE, TEL.: 809-290-9160

FEDERACIÓN NACIONAL DE COMERCIANTES Y EMPRESARIOS DE LA REPÚBLICA DOMINICANA (FENACERD) RECONOCE LABOR DE LA CÁMARA



El pasado mes de agosto, durante la celebración del 6to Congreso Nacional de Comerciantes y Empresarios, la FENACERD entregó una placa de reconocimiento a la Cámara de Comercio y Producción de Santiago “por sus excelentes aportes a la industria, la agropecuaria y el comercio de Santiago, la Región Norte y el país”, así como por su trayectoria institucional, destacando de manera especial la conmemoración de sus 100 años de existencia. La actividad celebrada en el Hotel Aloha Sol contó con una nutrida asistencia de representaciones de comerciantes de todo el país

y con la presencia del Alcalde Municipal, Dr. Gilberto Serulle.

Al recibir la placa, el Director Ejecutivo de la Cámara, Sr. Fernando Puig, expresó que, “así como el surgimiento de la Cámara en 1914, fue la reunión de comerciantes y empresarios que buscaban defender su actividad y garantizar sus ventas, hoy en día la CCPS reitera ese compromiso ajustado a los retos actuales y con la firme convicción de que la unidad de propósitos y la competencia ética deben prevalecer en toda sociedad que aspire a desarrollarse”.

En el acto también fueron reconocidos, la Asociación de Comerciantes Mayoristas de Provisiones de Santiago (AMAPROSAN), representada por su presidente, señor Marcos Pichardo, y de manera póstuma, el empresario Huáscar Rodríguez, fundador de la empresa Cementos Cibao.

AMCHAM DEDICA TORNEO GOLF A LA CÁMARA

El Capítulo Santiago de la Cámara Americana de Comercio (AMCHAM DR) decidió dedicar la onceava versión de su tradicional torneo de golf a la Cámara de Comercio y Producción de Santiago, por la celebración de sus cien años y por su incidencia en el que hacer empresarial del país.

En rueda de prensa celebrada a finales de agosto, en el restaurante Noah, se ofrecieron los detalles de la actividad deportiva que persigue donar los beneficios del torneo a la escuela Marcelino Valenzuela del Ensanche Espaillat de esta ciudad de Santiago.

Ricardo De La Rocha, presidente de la AMCHAM Santiago, resaltó la continuidad del torneo, la necesidad de mejorar la escuela y la importancia del surgimiento de la Cámara de Comercio de Santiago en el 1914, cuando empresarios y comerciantes vieron la necesidad de aunar esfuerzos para mejorar el ambiente para desarrollar sus negocios.

El Director Ejecutivo de la Cámara, señor Fernando Puig, agradeció la dedicatoria del torneo y expuso: “la recibimos con orgullo y con el compromiso de renovar cada año los compromisos asumidos por la Cámara desde su origen hace 100 años”.



Ahorra el triple con

TRIPLE PLAY

Tricom

50%

de descuento por

3 meses en Triple Play

+ Doble de Velocidad de Internet

+ Paquete Protección

Familiar McAfee

GRATIS

x12 meses

Instalación
gratis

Contrata
telecable y llévate

50 Canales HD GRATIS x 6 meses

+ Un control de niños
Gizmo



tricom

¡Solicítalo ya!

f Tricom | @Tricomdr | Tricomchannel | @Tricomdr
809.476.6000 • 809.200.8011 • www.tricom.net

* Algunas condiciones aplican. Descuento aplica solo en nuevas activaciones de Línea, Cable y/o Internet Residencial. Plan línea a partir de 400 minutos, internet a partir de 1Mb y plan Superior HD y Max HD. Disponible para clientes nuevos y existentes. Las ofertas del paquete Premium HD gratis y el control de niños Gizmo gratis, aplican en contrataciones de telecable que formen Triple Play. Canales HD gratis al contratar Plan Superior HD. Control Gizmo gratis al contratar Plan Superior HD o Plan Max HD.



LAS INSTITUCIONES INTERNACIONALES DE INTERMEDIACIÓN FINANCIERA Y EL EMBARGO INMOBILIARIO ABREVIADO EN REPÚBLICA DOMINICANA

Por: Richard A. Benoit Domínguez

La Ley 183-02 Monetaria y Financiera, dispone en su Art.3, acápite B: “se entiende por entidades de intermediación financieras aquellas dedicadas a “ la captación habitual de fondos del público con el objeto de cederlos a terceros, cualquiera que sea el tipo o la denominación del instrumento de captación o cesión utilizado. Reglamentariamente se determinarán los supuestos de captación habitual que, por su carácter benéfico, no constituyen intermediación financiera”.

Más adelante la indicada ley en su artículo 35 establece: “Los Bancos Múltiples y Entidades de Crédito que se constituyan y funcionen de acuerdo a las disposiciones de esta Ley serán regidas por las disposiciones de este Título III, en tanto que las Entidades Públicas de Intermediación Financiera, las Asociaciones de Ahorros y Préstamos y las Cooperativas de Ahorro y Crédito que estén autorizados a realizar intermediación financiera estarán sujetas a las disposiciones del Título IV de esta Ley, así como a las Secciones V, VI, VII, VIII y IX de este Título III, en la forma que reglamentariamente se determine. Las entidades de intermediación financiera,

según corresponda conforme a su naturaleza y los Reglamentos de desarrollo de la presente Ley, quedarán sometidas a las siguientes disposiciones en cuanto a inicio y cese de operaciones: a) Autorización Previa. Para actuar como entidad de intermediación financiera, deberá obtenerse la autorización previa de la Junta Monetaria, que sólo podrá ser denegada por razones de legalidad y no de oportunidad. La autorización caducará si al transcurrir seis (6) meses de haberse otorgado, la entidad no ha iniciado sus operaciones. También es obligatorio obtener la correspondiente autorización previa de la Junta Monetaria, en los casos de fusión, absorción, conversión de un tipo de entidad a otra, segregación, escisión, venta de acciones de otras entidades que representen un porcentaje mayor o igual al treinta por ciento (30%) del capital pagado, traspasos de la totalidad o parte sustancial de los activos y pasivos, así como apertura de sucursales y agencias de bancos locales en el extranjero y oficinas de representación de entidades financieras extranjeras en el territorio nacional. En cada caso se requerirá la opinión previa de la Superintendencia de Bancos. **LA APERTURA DE SUCURSALES Y AGENCIAS EN EL TERRITORIO NACIONAL, ASÍ COMO SU TRASLADO Y CIERRE, REQUERIRÁ AUTORIZACIÓN PREVIA DE LA SUPERINTENDENCIA DE BANCOS.**

Dados los postulados anteriores, las entidades de intermediación financiera deben gozar de las

autorizaciones necesarias para operar en la República Dominicana, por lo que sólo las entidades, debidamente autorizadas, pueden beneficiarse de las disposiciones de dicha ley. Todo esto viene a colación por el hecho de que muchas entidades de este tipo operan en nuestro país, concertando contratos de préstamos hipotecarios a empresas nacionales o extranjeras radicadas aquí, que son registrados en el Registro de Título correspondiente y a la hora de ejecutar su hipoteca y cobrar su acreencia quieren utilizar el proceso abreviado establecido en el artículo 79 de la indicada Ley.

Ahora bien, la ley de marras (183-02) dispone un proceso abreviado, (el cual, particularmente está consignado en la Ley No.6186, de fecha 12 de febrero del 1963, sobre Fomento Agrícola), cuando establece: “literal a) Art.79:a) No Discriminación Extra regulatoria. No podrán existir privilegios procesales ni beneficios de cualquier clase basados exclusivamente en la naturaleza jurídica de las entidades que realicen legal y habitualmente actividades de intermediación financiera. Las discriminaciones extra regulatorias serán determinadas en atención a la tipología de instrumentos financieros. En consecuencia, a partir de la entrada en vigor de esta Ley será de aplicación a todas las entidades que realicen legal y habitualmente dichas actividades, el procedimiento abreviado de embargo inmobiliario previsto en los Artículos 148 y siguientes de la Ley de Fomento Agrícola”.

Nuestra.
mejor
reserva...



*Personas como tú conforman nuestra esencia.
Sigamos construyendo unidos nuestro país.*



El banco de los dominicanos

Lo que esto quiere decir, más llanamente, es que sólo las entidades de intermediación financiera que estén debidamente autorizadas a operar en la República Dominicana pueden beneficiarse del procedimiento abreviado que establece la Ley No.6186. Por tanto, todas aquellas entidades que no cumplan con los requisitos legales de registro no pueden utilizar este procedimiento abreviado, sino que deben regirse por el proceso de embargo inmobiliario de derecho común, establecido en el Código de Procedimiento Civil.

En el caso de las instituciones de intermediación financiera que no estén registradas en la República Dominicana, lo que corresponde es utilizar el proceso de embargo de derecho común establecido en el Código de Procedimiento Civil. Ahora bien, en el caso de que utilicen el procedimiento abreviado, su accionar conlleva una nulidad absoluta, toda vez que según la doctrina reseñada por Marcel Planiol y George Ripert en su tomo de Derecho Civil de 1999, "Un acto jurídico es nulo cuando se halla privado de efectos por la ley, aunque realmente haya sido ejecutado y ningún obstáculo natural que lo haga inútil. Por tanto, la nulidad supone, esencialmente, que el acto podrá producir todos sus efectos, si la ley así lo permitiera"

De igual forma, la nulidad procesal, según nos dice José Alberto Garrone, en su Diccionario Jurídico: "Es la privación de

efectos imputada a los actos del proceso que adolecen de algún vicio en sus elementos esenciales y que, por ello, carecen de aptitud para cumplir con el fin a que se hallen destinados. Si bien en virtud de la trascendencia que reviste las formas dentro del proceso, es usual que las leyes vinculen el concepto de nulidad a la idea de quebrantamiento o violación de algún requisito formal, no existen razones válidas que autoricen a excluir aquellos vicios que afecten los requisitos propios de los restantes elementos del acto procesal. la circunstancia que la ley autorice a declarar de oficio la nulidad, pues la facultad otorgada a los jueces en tal sentido juega en forma paralela y concurrente con la carga de impugnación que incumbe a la parte interesada en la declaración de nulidad, y no puede ejercerse cuando ha tenido lugar la preclusión o renuncia de la respectiva impugnación".

En ese orden de ideas, el artículo 40, de la Ley 834 del 1978, que modifica el Código de Procedimiento Civil, establece que las nulidades fundadas en el incumplimiento de las reglas de fondo pueden proponerse en todo estado de causa, salvo la posibilidad para el juez de condenar en daños y perjuicios a quienes se hayan abstenido con intención dilatoria de promoverlas con anterioridad.

De igual forma, la jurisprudencia es constante en el sentido de que la nulidad

de los actos de procedimiento, cuando adolecen de vicios de forma y de fondo, puede ser propuesta en todo estado de causa y más aún cuando la parte contra quien se invoca la nulidad carece de calidad para actuar sea en base a un título o en base a la ley. (Cas. Civ. No.5 del 13 de octubre del 2004, B.J.1127, Pág.197-204; Cas. Civ. No.3 del 12 de julio del 2006, B.J.1148, Pág.101-107; Cas. Civ. No.8 del 8 de noviembre del 2006, B.J.1152, Pág.167-174; Cas. Civ. No.7 del 10 de enero del 2007, B.J.1152, Pág.140-145; Cas. Civ. No.5 del 14 de mayo del 2003, B.J.1110, Pág.136-141; Cas. Civ. No.26 del 26 de mayo del 1999, B.J.1062, Pág.182-190.

De todo lo anterior se desprende un hecho indiscutible y es que las instituciones internacionales de intermediación financieras que no estén registradas y autorizadas a operar en territorio de la República Dominicana, pueden hacer negocios, suscribir contratos con garantía hipotecaria, PERO NO PUEDEN utilizar el embargo inmobiliario abreviado, pues el mismo sólo está reservado a las instituciones debidamente autorizadas por la Junta Monetaria para operar en nuestro país. De hacerlo conllevaría la nulidad absoluta de su proceder, en virtud de las leyes dominicanas y la jurisprudencia nacional.

El autor es Abogado-Consultor, Profesor Universitario y Arbitro de las Cámaras de Comercio y Producción de Santo Domingo y Santiago

inoa storres
Accesorios y Suministros, S.R.L.
Productos Básicos de Oficina

**Equipos y Materiales Gastables • Computadoras • Papelería • Muebles
Accesorios • Suministros • Redes • Reparaciones**

ASI
Computers & Office Supplies

Santo Domingo: Av. Niñez de Céspedes #22, Los Prados, Santo Domingo, D.N., Tel. 809.548.7575 • Fax: 809.548.7676
Santiago: Av. Bartolomé Colón #86, Los Jardines, Santiago, Tel. 809.247.3900 • Fax: 809.247.3901
Website: www.asi.com.do • E-mails: asi@asi.com.do • asi@dar.com.do



**UNIVERSIDAD
NACIONAL
EVANGÉLICA**

2014

La excelencia académica al alcance de todos

CELEBRA

**12 MIL
ESTUDIANTES
ACTIVOS**

**11 MIL
PROFESIONALES
EGRESADOS**

20
ANIVERSARIO

**22
PROGRAMAS
ACADÉMICOS**

**3
RECINTOS**



www.unev.edu.do
Av. Estrella Sadhalá, No. 202, Santiago, R.D
809 575 3535



UNEV SANTIAGO

EL PRECIO EN LOS TIEMPOS DEL BOGO: LAS (DES) VENTAJAS DEL COMPRE UNO Y LLÉVESE OTRO

Por: Ray Víctor, PhD

Ante todo, debo precisar que decidí utilizar el término BOGO (Compre Uno y Llévese Otro, por sus siglas en Inglés) porque si hubiese creado el acrónimo en Español, pudiese haber sido malinterpretado por los paladines de la lengua Cervantina e incluso hubiera resultado ofensivo.

Tras la aclaración, podemos entrar en materia y familiarizarnos con el precio, uno de los actores principales de este artículo.

ALGUNAS CONSIDERACIONES SOBRE EL PRECIO Y LAS ESTRATEGIAS MÁS USADAS PARA FIJARLO

Si usted está vinculado al mundo empresarial sabe que “el precio es el único elemento de la mezcla de marketing que produce beneficios” y que los demás componentes son factores de costo. Igualmente conoce que en la determinación y fijación del precio se incluyen factores psicológicos que sugieren o insinúan el nivel de calidad del producto que adquirirán los consumidores. Solo recuerde la expresión “si es más caro, debe ser mejor” o el refrán “recibes lo que pagas”, que sirven como detonantes para activar las neuronas que evalúan la calidad de un producto o servicio en relación a su precio.

Por otra parte hay quienes consideran que el precio es el “patito feo” de la mezcla dado que el interés de las empresas es obtener el mayor margen posible. Por lo que antes de reducir el precio las personas que toman decisiones mercadológicas deben agotar sus opciones con cambios en el producto, la plaza (distribución) y la promoción. Sea cual fuere la estrategia que utilicen, el objetivo es convencer al comprador que obtendrá la mejor calidad al mejor precio.

Antes de mencionar algunos de los métodos más comúnmente usados para establecer precios, es perentorio señalar que la fijación de los mismos se hace de manera estratégica, pues tiene consecuencias en el mediano y largo plazo. En ese sentido, las decisiones giran en torno a cuatro aspectos: costos, demanda, competencia y beneficios. Es decir, al establecer el precio las empresas calculan sus costos, para establecer el precio mínimo del artículo que les permita mantenerse en equilibrio; determinan la demanda para calcular el precio máximo y utilizan el margen de beneficios e información de sus competidores para seleccionar lo que entienden es el mejor precio para el producto y los objetivos de rentabilidad. Pero, ¿es este precio realmente el más ventajoso para los consumidores? La respuesta dependerá de la óptica con la que se analice y del mecanismo que se utilice para fijar el precio.

Entre las estrategias que son utilizadas con mayor frecuencia están: precio de penetración o descremado, precio de prestigio o económico, precio psicológico, precio para línea de productos, precio de producto cautivo o producto clave (“loss leader”) y precio promocional. La estrategia BOGO (Compre Uno y Llévese Otro) encaja dentro de esta última categoría.

ORIGEN DEL BOGO Y SU IMPLEMENTACIÓN EN EL ENTORNO EMPRESARIAL

A pesar de que el origen del Compre Uno, Llévese Otro no está muy claro, hay quienes afirman que ha existido por mucho tiempo y que surgió con la venta de provisiones. Probablemente algún comerciante al tratar de encontrarle salida a un lote de frutos o vegetales que se pudriría en un par de días tuvo la brillante idea del BOGO. Era una de esas alternativas en las que, supuestamente, todo el mundo ganaba: el consumidor obtenía mayor cantidad de producto a un precio bajo y la empresa eliminaba el exceso de inventario, sin tener que perder.

Sea cual fuere la fecha y el lugar de sus inicios, la realidad es que el BOGO se ha convertido en una de las estrategias de precio más utilizadas por los supermercados norteamericanos. De hecho, para la cadena Publix, con más de 900 establecimientos en Florida y Georgia, es ya rutina anunciar sus ofertas BOGO que incluyen alrededor de 50 artículos semanalmente. Del mismo modo, esta estrategia de precio promocional ha sido adoptada por prácticamente todos los sectores del negocio minorista, desde las cadenas de comida rápida hasta los más reputados establecimientos de ropa y calzado.

Vale la pena señalar que debajo de la sombrilla de esta estrategia de precio existen variaciones tales como BOGOF y BOGOHO (compre uno y llévese otro gratis; compre uno y llévese otro a mitad de precio, de acuerdo con sus siglas en inglés). Asimismo, se le ha adicionado una vertiente creativa al concepto del “dos por uno”, confiriéndole responsabilidad social corporativa al término, con la creación del Compre Uno y Donamos Uno (BOGO: “Buy One, Give One”). Aunque en muchos casos la estrategia es percibida por los consumidores como un truco de marketing, los fabricantes de calzados Toms la han implementado de forma responsable. Desde su constitución en el 2006 la compañía ha donado más de 10 millones de zapatos a niños necesitados en más de 60 países de todo el mundo.

¿QUÉ REPRESENTA EL BOGO PARA EL CONSUMIDOR?

Imagine que en su próxima visita a la estación de combustible encuentra un letrero que dice “compre un galón de gasolina y llévese otro gratis”. Aunque la probabilidad de que eso ocurra en nuestro país es muy remota, es posible que haya

ESTA NAVIDAD PODRÁS PINTAR LA CASA



GANÁNDOTE LA CUOTA DE CADA DICIEMBRE

¡SOLICITA TU PRÉSTAMO PERSONAL YA, CON TASA FIJA HASTA 3 AÑOS!
Promoción válida en préstamos solicitados del 11 de agosto al 4 de octubre

¡SÉ PARTE DE LOS 250 GANADORES!

  BancoLeonRD   BancoLeon

   BancoBHD  BancoBHD, S.A.

Conoce más www.bhd.com.do o en www.leon.com.do

Estamos en proceso de integración BHD León.

Ciertas restricciones aplican.



Banco BHD



encontrado este tipo de estrategia de precios en un supermercado o en una tienda por departamentos.

En esencia, a pesar de que los productos son diferentes, el concepto es el mismo. Y lo que me interesa es que conteste la siguiente pregunta: ¿Qué es mejor, llevar mayor cantidad de producto o pagar menos? Si piensa que fundamentalmente son la misma cosa, déjeme advertirle que es un error. Pero, usted no está solo. Un estudio publicado recientemente indica que la mayoría de los consumidores entienden que las dos opciones son iguales. Lamentablemente, el escaso dominio de las matemáticas y el pobre entendimiento de las fracciones no les permiten ver la diferencia.

Otro estudio realizado con un panel de consumidores de Estados Unidos determinó que el 66% de los compradores prefieren las promociones Compre Uno y Llévase Otro Gratis. Ese mismo panel estableció que apenas el 1% de los participantes sentían que

ese incentivo de precio le provocaba sentimientos negativos hacia la marca. Fruto de esa investigación, también quedó claro que la estrategia a utilizar variará de acuerdo con la categoría de producto. Por lo general, los descuentos funcionan mejor que la estrategia BOGO con artículos que se compran con menos frecuencia.

Entonces, volviendo al ejemplo del precio de los carburantes, si repentinamente el gobierno y los detallistas de combustible se pusieran de acuerdo y le ofrecieran la posibilidad de rebajarle 33% al galón de gasolina o le dieran un 33% más de gasolina por cada galón que compre, ¿cuál opción elegiría? Si aún lo está pensando, quiero que le quede claro que el descuento (la rebaja) es mejor. Para que las dos opciones sean iguales, tendrían que ofrecerle un 50% más de combustible por cada galón. Si quiere comprender mejor, imagine todo lo que puede ahorrar si, en su próximo viaje a la bomba, recibe una rebaja de RD\$ 100.00 (aproximadamente un par de

dólares) por cada galón de gasolina. De igual modo visualice como ese ahorro contribuiría a la reducción del precio de los productos que utiliza a diario (si baja el precio de los combustibles, debe bajar el precio de los supermercados, en teoría), o le serviría propiciaría dinero para comprar algún otro artículo que necesite.

En resumidas cuentas, depende del consumidor saber cuánto necesita y cuánto está dispuesto a gastar. Comprar uno y obtener uno gratis es realmente un buen negocio que muchas veces nubla su realidad y le hace cometer compras impulsivas, sin percatarse de que "necesita comprar más para ahorrar más". El comprador se deja seducir por la palabra "gratis" y sucumbe ante esa "oferta irresistible que no puede rehusar", perdiendo inclusive la perspectiva de la cantidad y comprando cosas que no utilizará, cuando le resultaría mejor usar el dinero del descuento para adquirir otros artículos que realmente necesita.

El autor es Profesor Universitario y Asesor Empresarial

ILTAE
Instituto de Lenguas y Tecnologías
Avalado por el Colegio Bilingüe New Horizons, Santiago

(Inglés y Gimnasia)
desde los 4 años.

Inglés y Francés para niños, jóvenes y adultos

FR EN

ELC Early Learners Club, sala de tareas y actividades

Futsal y Gimnasia Artística

C/Prof. Manuel García García No. 3, Jardines Metropolitanos, Tel. 809.247-4915
www.gnewhorizons.net

CREÍA QUE UN HIJO ERA LO MÁS GRANDE,
HASTA QUE LO MÁS GRANDE ME DIO UN NIETO

Hay tanto que aprender, afortunadamente
queda gente dispuesta a ayudarnos a crecer.



PRÉSTAMOS HIPOTECARIOS

GENTE QUE CUIDA
CADA PASO DE TU VIDA



www.acap.com.do

  @ACAPdom



*Un liderazgo responsable rompe el mito:
"el abuelo la fundó, el hijo la engrandeció
y el nieto la fundió".*

IMPORTANCIA DE PLANIFICAR LA SUCESIÓN EN LA EMPRESA FAMILIAR

Por: Ing. Mayra Ruiz

Varios estudios recientes reportan que de cada 7 empresas familiares solo 2 sobreviven a sus fundadores. Una de las razones principales por las que no pasan a la siguiente generación es **la falta de planificación de la sucesión**.

A los fundadores les resulta desconocido este proceso; es la primera vez que lo enfrentan y no saben cómo hacerlo. Ocurre la llamada "triple coincidencia perversa": es el último período activo del fundador en la empresa, la estructura organizativa resulta ya obsoleta y el producto ha madurado, es necesario reinventarse, innovar, para no perecer.

El fundador espera que – después de tantos años de esfuerzos, preocupaciones, noches de insomnio, reveses y logros, hasta ver materializado su sueño – su legado pase a la siguiente generación y que la empresa siga siendo el principal, y a veces el único, sustento de la familia. Pero, a la vez, hablar de sucesión implica una relación con la muerte; reconocer que deben "soltar" y "perder poder".

Sucede que los jóvenes sucesores, a veces no tan jóvenes, "reclaman", hasta donde pueden, que se planifique la sucesión, que se describa y concilie en

la familia cómo sería el traspaso generacional, de manera que se prevea lo obvio, se anticipen acciones y se realicen acuerdos acerca de las relaciones familia-empresa; que puedan tomar decisiones, que se les permita equivocarse y finalmente tomar el batón de relevo.

La planificación de la sucesión es una habilidad que ha de tener el fundador para asegurar un liderazgo responsable y competente en una empresa familiar a través de las generaciones venideras. El traspaso al sucesor ha de ser no solo de la dirección, la propiedad y el capital social, sino también del capital intangible construido por el fundador.

¿SUCESIÓN O TRASPASO GENERACIONAL?

La palabra sucesión quiere decir entrada o continuación de alguien en lugar de otra persona; sería entonces como clonar al fundador, destacar una persona con las mismas características intrínsecas del fundador, quien muchos años atrás inició el negocio con un gran carisma, perseverancia, creatividad, intuición, mentalidad emprendedora, a partir de un liderazgo centrado y controlador, – necesario en sus inicios, pero que una vez logrado su objetivo frena la empresa. Por esa razón, aunque prevalece en los libros y diferentes estudios el uso del término "sucesión", es más conveniente introducir TRASPASO GENERACIONAL, pues se consideran otros aspectos como: el desarrollo de la empresa, las buenas prácticas de gestión, la formación de nuevas generaciones, el desarrollo tecnológico, la evolución del ser humano ante los cambios constantes y la necesidad de profesionalización de la empresa. A través del traspaso se busca que la empresa deje de ser personalizada (como el espejo de cada fundador) para que se asimilen nuevos ámbitos y estilos de gobierno corporativo en los tres subsistemas que conforman una empresa familiar: Empresa-Familia y Propiedad.

Cibaeños de **Corazón**



Horario corrido de
8 a.m. a 10 p.m.



Pago con tarjeta de
Crédito a domicilio



Servicios a
domicilio

• Servicios **ARS**        

• Planes de **Laboratorios**

• PFIZER • LABORATORIO DE APLICACIONES MEDICAS (LAM) • ASTRA ZENECA
• PROCAPS • PHARMATECH • ALFACARE

• Planes **empresariales**

Benefit+

OFERCAMARA



En el proceso de traspaso generacional, de acuerdo con el modelo integral para una sucesión exitosa, los papeles fundamentales lo juegan el fundador (o antecesor) y el sucesor, vistos ambos en sus diferentes roles en el contexto empresarial y en la familia.

CLASES DE FUNDADORES

Hay diversos tipos de fundadores que según las características estudiadas se han denominado: el Monarca, el General, el Gobernador y el Embajador (entre otros nombres similares que los conceptualizan, pero que significan lo mismo).

El “Monarca” dice: **hijo mío, cuando muera, esto será todo tuyo**; el antecesor solo deja la empresa, solo “suelta”, cuando fallece. Mientras tanto los sucesores siguen trabajando en el negocio, pero se ven frenados en el desarrollo de sus iniciativas, lo que llega a suscitar conflictos intergeneracionales, afectándose la empresa y la familia, que a la larga queda sumida en situaciones conflictivas, en ocasiones muy penosas.

El “General”, se “retira” de la Empresa. “Comprende” que debe dar paso a las próximas generaciones. Pero regresa de cuando en cuando, confundiendo a los empleados y dando orientaciones como si hubiera estado el día anterior en la empresa. Resulta que no sabe qué hacer con tanto tiempo libre, después de haber dedicado toda su vida al negocio familiar.

El “Gobernador” reconoce que la próxima generación ha de tomar las riendas de la empresa, y lo decide abruptamente, dejando el negocio en manos de los hijos sin haber llevado a cabo el proceso adecuadamente; los sucesores quedan en pleno desconcierto con mucha preparación académica, pero pocos conocimientos prácticos y sin tiempo suficiente de prepararse para el traspaso.

Hay fundadores muy conscientes de la necesidad de llevar a cabo el proceso de traspaso generacional. Desde que sus hijos eran pequeños fomentaron en ellos el amor hacia la empresa, viviendo los valores que motivaron a los fundadores. Paulatinamente fueron transfiriendo conocimientos, y compartiendo experiencias, hasta que los jóvenes sucesores reciben el batón de relevo y llevan adelante el negocio familiar con un

gran compromiso afectivo y responsabilidad social. Estos antecesores son los “Embajadores”: se mantienen lejos, como para dejar hacer y permitir que los jóvenes se equivoquen, y están lo suficientemente cerca para asesorarlos cuando sea conveniente.

El grado de compromiso de los sucesores con el negocio familiar también ha de tenerse en consideración. Se debe analizar si es que se sienten obligados (por razones sentimentales u otras), o asumen el compromiso por necesidad o por una realidad calculada, dadas las condiciones actuales del mercado laboral.

REQUISITOS PARA EL TRASPASO GENERACIONAL

Para lograr una sucesión exitosa, se debe tener presente que debe darse en la gestión y en la propiedad, a tiempo, sin dilaciones innecesarias.

Los factores de éxito a tener en cuenta en el desarrollo y cuidado de los sucesores son: un plan de carrera dentro de la empresa; la conveniencia o no (no debe ser obligatoria) de experiencia de trabajo fuera de la empresa; valorar la tutoría-mentoría-coaching necesarios; proveer una adecuada educación formal y contar con un programa de entrenamiento para que el joven pueda asumir las responsabilidades futuras.

Entre ambas generaciones ha de cultivarse una relación estrecha, amistosa, de respeto, de apertura, para poder lograr una efectiva transferencia de conocimientos. Debe crearse un círculo virtuoso de confianza, comunicación y retroalimentación, donde juega un papel fundamental la motivación del fundador para permitir que la sucesión se produzca y decidirse a delegar y ¡¡¡a soltar!!!; permitiendo que el sucesor aprenda, tome decisiones ... se equivoque y ¡aprenda! Y ambos logren mantener siempre un buen manejo emocional.

Cada caso es único y merece ser bien estudiado con la intervención de un especialista externo, ya que resulta muy difícil para los miembros de la Familia Empresaria ser “juez y parte” dentro de un proceso intenso de cambios sustanciales y nuevos ámbitos de gobierno.

Es importante que los fundadores estén conscientes de que se requiere de una estrategia que les permita llevar a cabo el

traspaso generacional y así maximizar la eficiencia de su empresa para competir con mejores resultados, dirigir adecuadamente su negocio y fortalecer sus perspectivas de éxito a largo plazo, manteniendo el negocio en manos de la familia.

RICHARD P. FEYNMAN, ESTADOUNIDENSE, MERECEDOR DEL PREMIO NOBEL DE FÍSICA EN 1965, EXPRESÓ: “CADA GENERACIÓN QUE APRENDE ALGO A PARTIR DE SU EXPERIENCIA DEBE TRANSMITIRLO, PERO DEBE HACERLO GUARDANDO UN DELICADO EQUILIBRIO ENTRE EL RESPETO Y LA OFENSA, PARA QUE LA RAZA HUMANA...NO IMPONGA SUS ERRORES CON DEMASIADA RIGIDEZ A LOS JÓVENES, SINO QUE TRANSMITA LA SABIDURÍA ACUMULADA JUNTO CON AQUELLO QUE NO ES SABIDURÍA”.

El fundador que se retira exitosamente cuenta con reglas, organización y estructura. Es decir, con un **Protocolo Familiar** que contiene acuerdos consensuados para mantener una relación sana y duradera entre Empresa-Familia; cuenta con un plan financiero para su retiro; sabe qué actividades fuera del negocio le pueden proporcionar más contactos sociales y satisfacción; tiene deseos de escuchar a asesores externos y confianza en su sucesor.

Lo verdaderamente importante no es que las distintas generaciones piensen igual, sino que hablen acerca de un mismo tema - LA EMPRESA DE LA FAMILIA - y lo hagan con respeto, escuchándose, con honestidad, tolerancia, paciencia y amor, logrando así un negocio rentable, sostenible, duradero y a la vez armonía, confianza y paz en la familia. En ese sentido, las palabras de Gildo Zegna, miembro de la cuarta generación del grupo familiar de moda Ermenegildo Zegna, fundada en 1910, simplifican la idea del traspaso generacional y sirven para terminar este artículo: “Una gran familia crea una gran empresa, una gran empresa crea una gran familia”.

La autora es Consultora Senior de Empresas Familiares, Coach ICC y Facilitadora



FUENTE DE LUZ MEMORIAL PARK S.R.L

UN REMANSO DE PAZ Y TRANQUILIDAD

Av. Circunvalación Norte, Las Palomas, Stgo. Rep. Dom.

Tel.: 809-241-0114 / 809-241-5808

info@cementeriofuentedeluz.com

www.cementeriofuentedeluz.com

A diario aparecen en la sección de clasificados de los diarios impresos y/o digitales del país, anuncios con ofertas de empleo. Es común encontrar dentro de los requisitos para aplicar al puesto frases como **“se requiere persona menor de 35 años y de buena presencia”**, condición que a todas luces limita las posibilidades de algunos aspirantes potenciales. No obstante, la pregunta del millón es si este tipo de requerimientos por parte del empleador es legal, porque a simple vista un anuncio así podría catalogarse como discriminación.

¿Es Legal el Uso de Frases Discriminatorias en las Ofertas de Empleo?

Por: Gisell López Baldera, MSJR

Para que no nos suene radical el término, empecemos por definir ¿qué es discriminar? El concepto tiene dos definiciones. La primera es “seleccionar excluyendo” y la segunda es “dar trato de inferioridad a una persona o colectividad por motivos raciales, religiosos, políticos, etc.”. Si aplicamos el primer criterio al contexto que nos ocupa, entonces diríamos que el requisito de ser menor de 35 años para aplicar a un empleo es colocar un rango para seleccionar partiendo de un determinado grupo de candidatos. En cambio, si aplicamos la segunda definición, el mismo requisito resultaría discriminatorio para determinado grupo de personas por motivo de su edad. Parecería que estamos hablando de dos caras de la misma moneda, porque por un lado, aquellos candidatos jóvenes se llevan el lado positivo de la acción, mientras los demás candidatos sufren la consecuencia de la misma selección.

Empero, no cometamos el error de satanizar el tema, porque la forma de determinar si un requisito así es legal o no, consiste en verificar en qué consiste el puesto ofertado. En este sentido, si nos encontramos ante una propuesta de trabajo consistente en cargar cajas pesadas, resulta obvio que el requisito de la edad obedece a obtener del candidato un mejor desempeño debido a sus condiciones físicas y que una persona de 60 años estaría agradecida de no trabajar en este puesto. En cambio, si se trata de un trabajo en el que la edad no influya para su eficiente ejecución, entonces la limitación por parte del empleador podría ser considerada discriminatoria.

El famoso requisito de “buena presencia” es otro tema... Vivimos en una sociedad en la que requerir una secretaria con buena presencia puede resultar sospechoso; incluso cuando detrás de esto el empleador no guarde ninguna mala intención, porque sencillamente hay que reconocer que la buena presencia es del todo subjetiva. Por esa razón, bien se dice que la belleza está en el ojo de quien la mira. Pero el punto es el siguiente: existen investigaciones y estudios que determinaron que un personal de venta bien parecido da mejores resultados. Esto nos lleva a pensar que pedir buena presencia en una oferta de empleo quizás no sea una idea descabellada; el detalle es que se debe ser totalmente transparente en este aspecto.



Estrella & Tupete

abogados

Al igual que usted,
somos *diferentes* y
lo queremos compartir.



¿A qué nos referimos con ser transparentes con el requisito de buena presencia? Nos referimos a ser específicos con el candidato; explicar ¿qué implica para la empresa ofertante tener una buena presencia? Muchas de las veces esto consiste en llevar vestiduras limpias, dar un aspecto de pulcritud y vestir formal.

La solución por la que optan la mayoría de las empresas es controlar este aspecto con el uso de uniformes, lo cual proporciona también una imagen institucional y de equipo.

Ahora bien, ¿CUÁL DEBERÍA SER EL LÍMITE PARA LA BUENA PRESENCIA REQUERIDA? No debe exigirse nada que ponga en desventaja a una persona que tenga la capacidad y el perfil para hacer el trabajo ofertado. Si solo la falta de "buena presencia" es lo que impide que esa persona obtenga el trabajo, entonces hay que sopesar el requisito para evitar la cuestión de discriminación.

Desde el punto de vista legal, hasta ahora no ha habido, en la República Dominicana, ningún caso relevante en la justicia que haya establecido algún precedente sobre discriminación en la pre-selección de los candidatos para un puesto de trabajo. Esto quizás se deba a que resulta cuesta arriba probar que un potencial empleador estaría provocando un daño directo a un particular por el hecho de anunciar este tipo de requisitos para un puesto de

trabajo. Diferente es el caso cuando ya existe una relación laboral y el trabajador, estando ya dentro de la empresa, alega algún tipo de discriminación para la obtención de un mejor puesto.

En conclusión, hay que considerar que existe una infinidad de motivos por los que un empleador podría poner requisitos de edad o de apariencia para la obtención de un puesto y está en todo su derecho de hacerlo, siempre que esta selección no contravenga alguna norma legal ni ocasione un daño a particulares o a determinado grupo de personas. También es útil que quien ofrezca un puesto de trabajo defina claramente qué es lo que quiere evitar con la selección de un grupo con determinadas características y de acuerdo con esta finalidad controle la forma como lo publicite, porque lo ideal es asegurarse que el requisito en sí no sea en el fondo una discriminación negativa.

La autora es abogada especializada en Derecho Corporativo



Fortalecemos el talento humano de las organizaciones de la región Norte y el país, a través de ofertas especializadas e innovadoras de capacitación para el logro de su desarrollo sostenible.

En Capex, transformamos el conocimiento en riqueza



www.capex.com.do
 Información: 809-575-1800 | info@capex.com.do | Siguenos @CapexRD
 Av. Mirador del Yaque, Esq. Av. Sur, Parque Industrial "Lic. Victor Espaillet Mera"
 Primera Etapa, Santiago, República Dominicana.



EL ALMACEN DE EQUIPOS PARA GIMNASIOS MAS GRANDE DEL PAIS

INSTALA TU GIMNASIO CON POCO DINERO

FINANCIAMIENTO DISPONIBLE



MÁQUINAS ORIGINALES DE LAS MEJORES MARCAS DEL MUNDO.



APROVECHA NUESTRAS OFERTAS!!!

Carretera Luperón Km. 6, Frente a la Zona Franca, Gurabo, Santiago, República Dominicana.

809-449-3432

809-736-2513

www.seinel.net • sgelectronic@claro.net.do



¿PROBLEMAS CON TU EQUIPO? TENEMOS LA SOLUCIÓN



electronic services

Novedosas soluciones Electrónicas

Calle Zona Franca, Esq. 1ra, Urb. Altos de Rafey, Santiago, Rep. Dom.

809. 570. 5282 • 809. 570. 0292

www.sgelectronic.com.do

- Imprenta
- Impresión Digital
- Letreros
- Diseño



809. 724. 1361
printing@sgelectronic.com.do

Ave. Las Carreras, Edif. F-24, Frente a Astra Bus, Santiago, Rep. Dom.



ESCUCCHAR

ESTRATÉGICAMENTE

SUS DIVERSOS PÚBLICOS

FACILITA EL LOGRO

de sus Objetivos Empresariales

Por: William E. Berry, PhD

Las empresas y otras organizaciones sienten a menudo la necesidad de “decirle algo” a sus clientes y consumidores. Buscan profesionales de publicidad y relaciones públicas y les piden usar la radio, la televisión, sitios web, redes sociales, comunicados de prensa, promociones y todo que esté a la disposición de sus diversos públicos para decirles lo que la organización quiere que ellos escuchen. Gastan un montón de dinero y tiempo moviendo y distribuyendo información.

Pero en el entorno actual, donde los consumidores tienen una extensa gama de canales de información, así como tiempos de atención más cortos, ¿estará alguien prestando atención a los mensajes de su organización? ¿Está usted conectando con sus públicos? ¿Es capaz de romper el exceso de información e influenciar acciones, comportamientos y opiniones?

Contrario a la creencia popular, las empresas y las organizaciones no son dueñas de su reputación – sus públicos lo son. Su reputación se basa en lo que ellos saben y piensan de usted. Es por eso que cada vez resulta menos eficaz inundar el mercado con mensajes “centrados en la organización”, que cantan himnos de alabanza propia - presumiendo de lo buena que es y lo mucho que se preocupa por sus grupos de interés.

EN VEZ DE CONTINUAR ESA PRÁCTICA, CAMBIE SU ESTRATEGIA Y CONCÉNTRASE EN LO QUE LE INTERESA A SUS CLIENTES Y CONSUMIDORES. PREGÚNTESE: ¿QUÉ ES LO QUE QUIEREN Y DESEAN? ¿CÓMO ESTÁN SUS PRODUCTOS Y SERVICIOS SATISFACIÉNDOLE SUS NECESIDADES? ¿QUÉ PODRÍA HACER DE OTRA MANERA PARA SATISFACER Y SUPERAR SUS EXPECTATIVAS?

Uno de los mayores obstáculos para que las organizaciones “escuchen estratégicamente” es el modo de pensar dual en el que: (1) usted está más cerca de todos “los hechos” y conoce más que sus grupos de interés, y (2) que salvo que se obtenga

la retroalimentación de los consumidores y los clientes a través de los protocolos de investigación más formales y sistemáticos la información tiene menos valor y es menos confiable. En otras palabras, usted tiene más confianza en la información que fluye a través de canales que usted elaboró y aprobó, que si llega por rutas creadas por las personas que supuestamente usted quiere escuchar.

En las economías avanzadas como la de los Estados Unidos, este es exactamente el tipo de pensamiento que ha causado que varias organizaciones importantes se hayan desmoronado, perdiendo no sólo ingresos, sino también su reputación.

Como muestra está el ejemplo de la gran cadena de tiendas Sears. A pesar de que los consumidores a través de sus acciones y palabras comunicaban que preferían una experiencia de compra diferente, Sears no escuchó y continuó, más o menos, ejecutando las mismas cosas que ha estado haciendo desde su fundación en 1893. A pesar de los esfuerzos realizados en los

últimos 5 años para reducir costos, reducir inventario y vender activos para volver a ser rentable, la compañía continuó perdiendo dinero y patrimonio de los accionistas. De hecho, del primero de enero al tres de mayo de 2014 Sears perdió 402 millones de dólares, lo que equivale a US\$ 3.3 M. por día. Y según los comentarios de personas que han comprado en Sears desde los años 50s (que se pueden encontrar en la Web o en los medios tradicionales) la empresa todavía continúa “hablándole” a los clientes y no “escuchándoles” de manera estratégica. Peor aún, estos clientes dicen desconocer el proceso para decirle al gigante minorista lo que los consumidores están pensando.

ENTONCES, ¿CÓMO PUEDE UNA EMPRESA PASAR DE HABLAR A ESCUCHAR SUS GRUPOS DE INTERÉS?

Piense en escuchar y no en hablar. Los clientes, los consumidores y otros grupos de interés se preocupan por lo que es importante para ellos - no por lo que usted quiere comunicarles, a no ser que les resulte útil. Si ellos no necesitan la información van a ignorar su mensaje, no importa cuán extravagantemente usted lo presente y lo comunique. Lo mismo aplica a los artículos de promoción que las organizaciones regalan a menudo para establecer una relación con sus públicos. A pesar del dinero que gastan anualmente empresas en Santiago, Santo Domingo y otras ciudades del país regalando bolígrafos, fundas, botones y otros artículos con sus logos, no está claro si esos gastos producen actitudes más favorables hacia una empresa u organización. ¿Acaso alguien se molestó en preguntarle a los interesados si preferían recibir una taza de café, una camiseta, un bulto de mano, o un lápiz? Las organizaciones en los Estados Unidos gastan un estimado de 20 billones de dólares al año en estos regalos, sin tener evidencia que estas acciones producen resultados. Y aunque no hay cifras disponibles al respecto, es de suponerse que un caso similar ocurre en RD.

Conozca a su público. Si bien es fácil y más familiar “hablarle” a una audiencia, a la mayoría de las organizaciones les resulta casi imposible salir de esta cómoda posición y en su lugar “escuchar” a su

público. Para que las instituciones puedan acoplarse con sus diversos públicos en el siglo 21 se requiere un esfuerzo mucho más emocional que en el pasado porque las personas están en constante conexión con otras personas, lugares y situaciones. Usan sus teléfonos inteligentes para navegar por la Web, charlar, revisar fotos en Instagram y enviar mensajes de texto; utilizan sus computadores para ver videos en YouTube y postear sus actividades en Facebook, Twitter, etc. Es por eso que fácilmente pueden “desconectar” su mensaje si usted utiliza un lenguaje que no comprenden fácilmente.

Deje de pensar en “usted”; empiece a pensar en “grupos de interés”. Usted puede pensar que su organización es grande y que sus productos y servicios son fascinantes. La investigación muestra que pocas personas piensan de igual manera acerca de una marca o compañía. Usted necesita aprender a pensar cómo piensan los clientes y otros públicos. Esto no es fácil, ya que necesitará poner de lado sus suposiciones. Por ejemplo, muchos hoteles en RD gastan millones de pesos para anunciar y presumir de la calidad superior de sus camas, toallas y sábanas. Sin embargo, los comentarios en línea de los clientes narran una historia diferente – hubiesen deseado que los hoteles tuviesen agua caliente y mejor presión en la ducha y que los controles remotos para los televisores funcionasen.

Adapte su comunicación a los tiempos modernos. Si bien sigue siendo importante contar con comunicados de prensa y anuncios en medios tradicionales para llegar a los diferentes públicos, las organizaciones que esperan prosperar deben rediseñar su modelo de comunicación para conectar con el público cambiante de hoy. “Escuchar Estratégicamente” consiste en la búsqueda cuidadosa y deliberada de cómo le gusta a sus públicos recibir información y encontrar la manera de proporcionársela en todos los formatos que les interesan, con un contenido que les interese. Requiere preguntarles ¿qué funciona y qué no?, para entonces comunicarse con su audiencia a través de los canales que ellos prefieren, evitando así la presunción de que todos tienen el mismo gusto digital

y lo que funciona para uno funciona para todos.

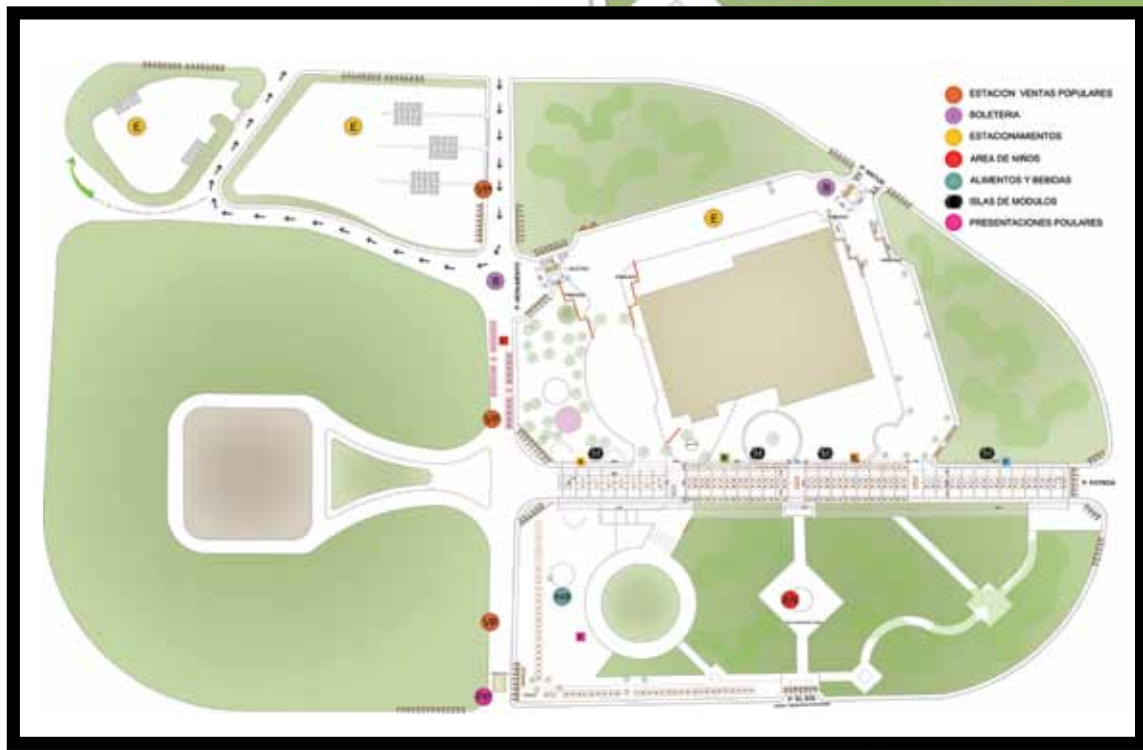
Descubra cómo utilizan las redes sociales sus grupos de interés. “Escuchar Estratégicamente” busca entender cuándo es propicio enviar mensajes utilizando medios impresos, radio, televisión, “webcasts”, “podcasts”, medios digitales y redes sociales. “Escuchar Estratégicamente” es explorar cómo y por qué los interesados eligen entre las diferentes opciones a su alcance. El no escuchar y aprender de los consumidores y los clientes pueden llevar a consecuencias desastrosas, muchas veces costosas. Basta mencionar lo que ocurrió con las compañías dedicadas al mercadeo de la moda en los Estados Unidos, quienes por muchos años abrazaron a Twitter para llegar a su público objetivo. Pero cuando por fin se decidieron a “escuchar” a los compradores de la moda y la belleza, fruto de un estudio realizado por la empresa de investigación de mercados Edison, se enteraron de que Twitter fue citado como la fuente menos popular para influir en las decisiones de la moda. Los consumidores dijeron que sus decisiones de compra eran influenciadas más frecuentemente por el contenido encontrado en los blogs y otras redes sociales populares como Facebook y Pinterest.

En resumen, “Escuchar Estratégicamente” significa entender cómo las redes sociales han cambiado el panorama de las relaciones públicas y la publicidad - y cómo no lo han hecho. Tras el estudio de las actitudes y opiniones de sus diferentes públicos usted puede utilizar el análisis para asegurarse de que su público objetivo no sólo recibe, sino que también responde sus mensajes. Esta relación dinámica con los consumidores y clientes lo elevará y lo diferenciará de sus competidores. También demostrará que lo que le importa a los clientes es importante para la organización. Como apuntó el multimillonario estadounidense Warren Buffett: “Se necesitan 20 años para construir una reputación y cinco minutos para arruinarla”, si medita sobre eso, seguro que hará las cosas de manera diferente. Un paso crítico es comenzar a “Escuchar Estratégicamente”.

El autor es Profesor Universitario y Consultor Empresarial

MAPA EXPO CIBAO 2014

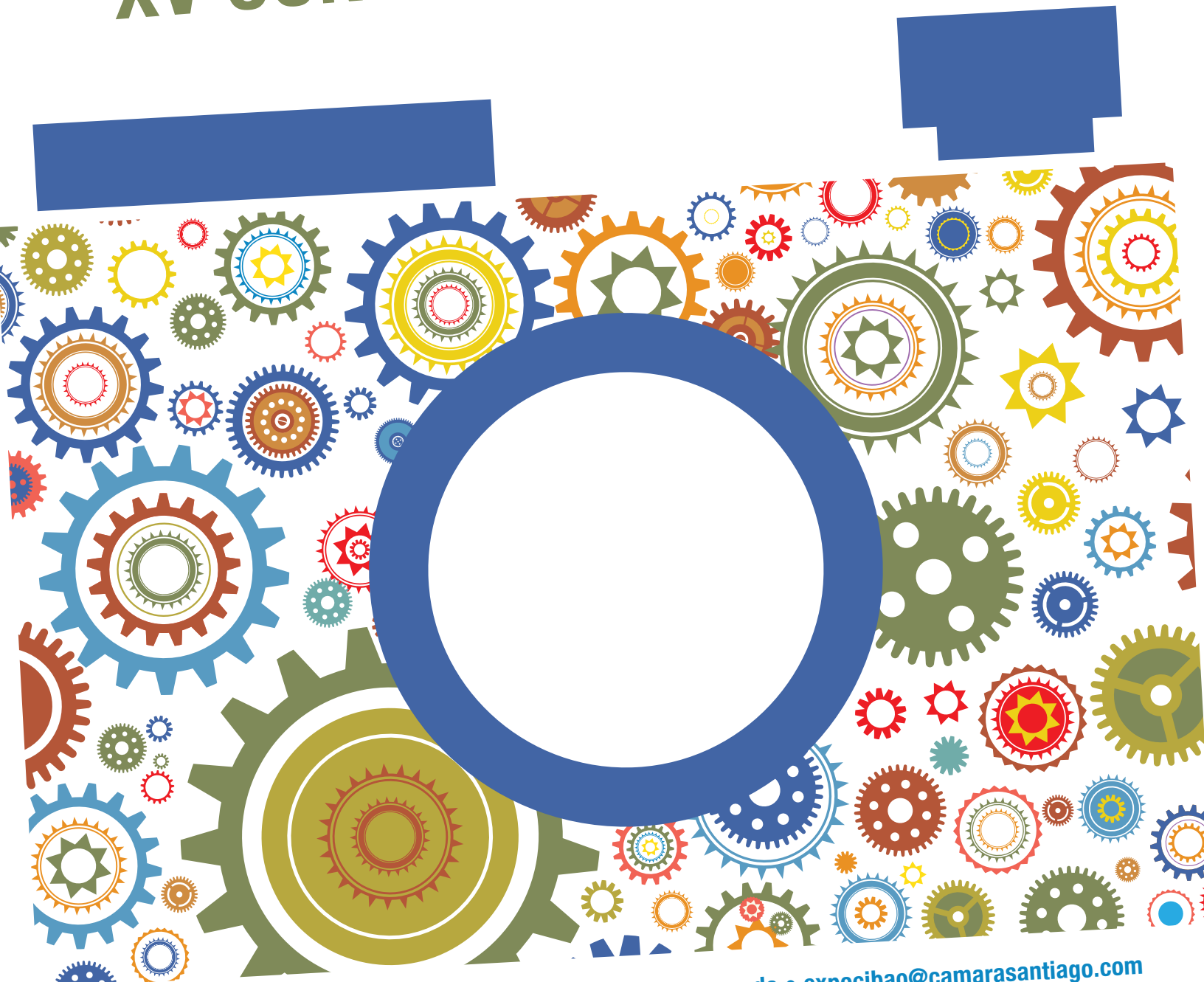
GRAN TEATRO DEL CIBAO



- ESTACION VENTAS POPULARES
- BOLETERIA
- ESTACIONAMIENTOS
- AREA DE NIÑOS
- ALIMENTOS Y BEBIDAS
- ISLAS DE MODULOS
- PRESENTACIONES POPULARES

EXPO CIBAO '14

XV CONCURSO FOTOGRAFÍCO



Para mayor información y bases del concurso: www.expo cibao.com.do • expo cibao@camarasantiago.com
tel: 809 582 2856 / fax: 809 241 4546 • Av. Las Carreras No. 7 Edificio Empresarial, Santiago, República Dominicana.
Fecha Límite entrega de trabajos el 10 de octubre 2014 @ 4:00 pm



BASES CONCURSO FOTOGRAFICO EXPO CIBAO 2014

El concurso fotográfico es parte integral de las actividades de Expo Cibao. Ha sido concebido y gestionado por la Cámara de Comercio y Producción de Santiago con la intención de promover el arte fotográfico entre los diversos públicos que asisten a la exposición comercial y de negocios. Al mismo tiempo, el concurso aspira resaltar los valores comerciales, culturales y artísticos que se fusionan en este entorno social.

El concurso de fotografía Expo Cibao queda oficialmente abierto a partir de la publicación de estas bases:

1. TEMA. El tema es "PERSEVERANCIA - CONTINUIDAD - COMPROMISO". Las fotos enviadas a concurso deberán reflejar aspectos relacionados con las manifestaciones comerciales, productivas, educativas, culturales, artísticas y artesanales en el recinto de la exposición comercial, durante la apertura, desarrollo y/o clausura de la misma.

2. PARTICIPANTES. Podrá participar en el concurso toda persona dominicana, o extranjera con residencia legal en República Dominicana (con documentación oficial definitiva y vigente), mayor de 18 años de edad. No serán admitidas en el concurso personas que laboren en la Cámara de Comercio y Producción de Santiago o que estén contratadas por la institución para realizar labores específicas en Expo Cibao 2014.

3. LAS OBRAS. Las fotografías a concursar deberán ser originales, inéditas individuales realizadas en el período comprendido entre el 17 y el 21 de septiembre de este año. Las mismas deben evidenciar haber sido tomadas en la zona del Gran Teatro del Cibao y la Zona Monumental, área donde se realizarán las actividades de Expo Cibao 2014. Cada concursante podrá enviar un máximo de cuatro (4) obras.

4. CATEGORÍAS. El concurso contempla la participación en una única categoría, que incluya fotógrafos avanzados y/o aficionados a la fotografía.

5. CONDICIONES DE PARTICIPACIÓN. a) Los participantes tienen libertad técnica en la realización de las fotografías, que pueden ser análogas, digitales o un híbrido, como resultado de los nuevos medios de edición y reproducción digital por computadora. b) Las fotos deben ser a color y tener un tamaño comprendido entre las 10 pulgadas por el lado menor y 15 pulgadas por el lado mayor. c) Las imágenes deberán ser presentadas sin enmarcar y montadas en una base rígida, con un recuadro (passepartout) blanco de tres (3) pulgadas de ancho en cada uno de sus lados y con aditamento para montaje en su parte posterior. d) No se aceptará ningún otro montaje que no sea el especificado. e) Cada fotografía deberá tener una etiqueta pegada al dorso que indique el título de la obra y el seudónimo del autor. Cada participante sólo podrá usar un seudónimo. Adicionalmente debe entregar un sobre cerrado con un disco compacto (CD) de las obras participantes, al tamaño de impresión (en formato JPEG a 300 DPI de resolución) y una hoja con la siguiente información: nombres y apellidos del autor, seudónimo utilizado, dirección, teléfonos, fax, dirección electrónica (e-mail) y copia de la cédula al día. El sobre sólo tendrá escrito el seudónimo en la parte de afuera. f) Los organizadores se reservan el derecho de descartar y excluir del concurso a cualquier participante que se inscriba con datos falsos y/o no cumpla las presentes bases en cualquier forma.

6. ENTREGA DE LAS OBRAS A CONCURSAR. Los trabajos se recibirán en horario de 8:30 a.m. a 5:00 p.m. en las oficinas de la Cámara de Comercio y Producción de Santiago, ubicadas en el Edificio Empresarial, Avenida Las Carreras # 7, Santiago, República Dominicana. La admisión comenzará el lunes 22 de septiembre a las 8:30 a.m. y cerrará el viernes 10 de octubre de 2014 a las 4:00 p.m.

7. PROCESO DE SELECCIÓN Y PREMIACIÓN. El concurso tendrá un jurado único encargado de seleccionar y premiar las obras. Estará compuesto por tres (3) personas altamente calificadas, de las cuales al menos dos (2)

deberán ser fotógrafos. Sus decisiones son inapelables. De entre todas las obras presentadas a concurso, el jurado podrá seleccionar y decidir la presentación pública de una exhibición con las mismas. La fecha de esta actividad se dará a conocer oportunamente vía la página web y la s redes sociales de Expo Cibao.

Se otorgarán los siguientes premios en moneda dominicana:

1er. premio	RD\$ 30,000.00 y certificado
2do. premio	RD\$ 15,000.00 y certificado
3er. premio	RD\$ 10,000.00 y certificado

Nota: Los valores de estos premios son netos. La Cámara de Comercio y Producción de Santiago asume el impuesto en cada premio.

8. DEVOLUCIÓN DE LOS TRABAJOS NO PREMIADOS. Los autores de las fotografías no premiadas deben pasar a retirarlas por la Cámara de Comercio y Producción de Santiago, en horario de 8:30 a.m. a 5:00 p.m., en un plazo máximo de treinta (30) días a partir de la entrega de los premios. Las obras podrán ser retiradas por una persona que el autor designe, siempre y cuando esa persona deposite una autorización firmada por el autor. La firma debe ser idéntica a la que aparece en la copia de la cédula del autor. Los trabajos que no sean retirados transcurrido el plazo, se reputarán como abandonados por sus autores y los organizadores podrán disponer de los mismos, a su entera discreción.

9. DISPOSICIONES GENERALES. a) Los trabajos premiados pasarán a ser propiedad exclusiva de la Cámara de Comercio y Producción de Santiago, institución organizadora del concurso, la cual se reserva el derecho de reproducción o exhibición de los mismos para actividades promocionales, respetando los derechos morales del autor, de acuerdo a la ley 65-00 sobre Derecho de Autor o a la legislación que pudiere sucederle. b) Los participantes consienten en ceder a la Cámara de Comercio y Producción de Santiago, por tiempo indefinido, los derechos patrimoniales sobre las fotografías participantes en el mismo. El concursante debe ser el único titular de los derechos de autor y debe asegurar que terceras personas no puedan reclamar ningún derecho con respecto a las obras. c) La Cámara de Comercio y Producción de Santiago queda exonerada, no haciéndose responsable, respecto al incumplimiento de los participantes de cualquier garantía en materia de derechos de propiedad intelectual, industrial o de imagen, así como de cualquier responsabilidad que pudiera derivar del incumplimiento o cumplimiento defectuoso, por parte de los participantes, de lo estipulado en estas bases. d) Aunque los organizadores del concurso velarán en todo momento para que las obras recibidas sean tratadas con el mayor cuidado, no aceptarán responsabilidad alguna por deterioro, mutilación, fractura, descoloramiento o manchado de las mismas, así como tampoco respecto a la pérdida total o parcial, por cualquier causa que fuere, incluyendo incendio, robo y otros actos de vandalismo o de fuerza mayor.

La Cámara de Comercio y Producción de Santiago no cobra inscripción por participar en el concurso; de igual forma no se compromete con ningún tipo de gasto que ocasione la eventual y facultativa devolución de las obras, ni otro tipo de remuneración, reembolso o indemnización no previsto por las bases de este concurso. Para cualquier aclaración sobre las bases del concurso o el procedimiento del mismo, los interesados pueden informarse llamando, en horas de oficina, al teléfono 809-582-2856 de la Cámara de Comercio y Producción de Santiago. Igualmente pueden consultar en la página web: www.camarasantiago.com

¡en Orange estamos de feria!

Ilévate tu Smartphone en oferta y recibe gratis el doble de minutos por 12 meses



Alcatel
OneTouch Pixi

Plan Delfin 50 mins.
precio regular **RD\$1,590**
oferta Expo Cibao
RD\$10



Samsung
Galaxy Trend Lite

Plan Delfin 150 mins.
precio regular **RD\$2,590**
oferta Expo Cibao
RD\$500



Alcatel
OneTouch Idol Ultra

Plan Leopardo 200 mins. flexible
precio regular **RD\$4,990**
oferta Expo Cibao
RD\$500





Samsung
Galaxy S4

Plan Leopardo 500 mins. abierto
precio regular **RD\$12,590**
oferta Expo Cibao
RD\$6,590

En Orange el doble está por todos lados.

Oferta de móviles válida exclusivamente en el stand Orange de la Feria Expo Cibao 2014 del 17 al 22 de septiembre de 2014. Clientes Pospago reciben gratis el 100% de los minutos base de su plan. Clientes Prepago reciben gratis el 100% de la recarga acumulada el mes anterior, sujetos a una recarga mínima acumulada de RD\$250 o más. Bonos válidos para hablar de Orange a Orange los fines de semana.

orange.com.do | 809.859.6555

  OrangeRD

tu vida cambia con 

OPORTUNIDADES PARA EXPORTADORES Y ZONAS FRANCAS EN EL MARCO DEL ACUERDO DR-CAFTA

**Extracto del discurso del
Ministro de Industria y
Comercio, José Del Castillo,
en un almuerzo con
empresarios de Santiago y
la Región Norte adaptado
por Fernando Puig Miller**

En su reciente participación como orador invitado en un encuentro empresarial efectuado en la ciudad de Santiago de los Caballeros, el Ministro de Industria y Comercio, José Del Castillo, elogió la condición de esta ciudad como capital económica e industrial de la Región Norte y cuna de importantes grupos empresariales, destacados por la variedad de subsectores que representan y que aportan cerca del 20% de los ingresos fiscales del Estado Dominicano.

Al presentar el nuevo escenario que el DR-CAFTA trae en el 2015, fruto del proceso de liberalización total de ciertos productos, correspondientes al sector industrial, agro-industrial y agropecuario, el Ministro ponderó el importante desmonte arancelario que tendrá lugar, siendo el más amplio desde la entrada en vigencia del Tratado y el último peldaño en el desgravado de los bienes industrializados. Para el primero de enero del próximo año se liberalizarán 1,018 líneas arancelarias, de las cuales 811 corresponden al sector industrial y 207 a los sectores agropecuario y agro-industrial. Con ese paso se tendrá el 97% del total de líneas arancelarias en libre comercio, siendo esto un intercambio casi abierto en su totalidad con los Estados Unidos.

Entre los renglones a ser desmontados en el 2015 se encuentran productos del sector construcción como cemento, varillas, ventanas, tejas, ladrillos, lavamanos, inodoros y losetas; igualmente productos industriales como papel higiénico, velas aromáticas, colas, adhesivos, gorras y calzados. De igual manera, existen productos del sector agropecuario como yautía, ñame y frutas como chinola, papaya, piña y mango. No obstante, es importante resaltar que muchos de los productos que serán liberalizados, cuentan al día de hoy con aranceles muy bajos, resultantes de un proceso de desgravación lineal y no lineal implementado desde la propia entrada en vigor del Tratado. Tal es el caso del cemento que inició con un arancel de 14%, quedando sujeto a desgravación a 10 años y que actualmente paga apenas un arancel de 2.2%.

La mayoría de los renglones que llegarán a tasa cero en el 2015, tienen hoy día aranceles entre 3.2% y 1.4%. En otras palabras, ya han sido desmontados en alta proporción. En esta categoría se ubica el tabaco, particularmente importante en la provincia de Santiago.

Hay que tener presente que las categorías D, E y O, que comprenden 140 líneas arancelarias correspondientes al sector agropecuario, serán desmontadas en plazos posteriores, en el 2020 y en el 2025, con distintos niveles a partir del 2016. En estos renglones se ubican: cebolla, ajo, queso, maíz, harina de trigo, embutidos, cervezas de malta, ron y aguardiente de azúcar. Para enfrentar la nueva realidad la República Dominicana tiene el gran reto de “incrementar la competitividad de sus sectores productivos”. Para esto hay que fortalecer y transformar la capacidad productiva y exportadora que permita maximizar los beneficios de un acuerdo del alcance del DR-CAFTA.

ESTRATEGIA DR-CAFTA 2015

Reconociendo la importancia que representa el desmonte arancelario para el sector productivo, el Ministerio de Industria y Comercio (MIC), a través de su Dirección de Comercio Exterior (DICOEX), ha venido realizando actividades decisivas tendientes a apoyar el sector productivo nacional.



El titular del MIC valoró el lanzamiento de la Estrategia DR-CAFTA 2015, mediante la cual se ha dado la voz de alerta a todos los sectores, para encaminar los pasos en la ruta indicada, incluyendo asistencia y asesoría técnica a toda persona interesada en conocer y aprovechar el Tratado de Libre Comercio. Asimismo, considero de alto valor el consenso logrado sobre el proyecto de ley que modifica la Ley No. 392-07 de Competitividad e Innovación Industrial, que entre otras cosas renueva los incentivos fiscales para que las industrias acogidas a este régimen puedan descontar del Impuesto sobre la Renta lo invertido en renovación industrial, adquisición de bienes de capital y nueva tecnología. Enfatizó también la importancia de la mejora esperada en la capacidad del Ministerio de Salud Pública para dar respuesta a las solicitudes de registros sanitarios para productos farmacéuticos, cosméticos y de higiene del hogar.

Sobre las nuevas fuentes de trabajo, Del Castillo mencionó que existen 236,000 nuevos empleos directos, de los cuales más de 50,000 han sido creados por el sector de Zonas Francas, motor económico de la Región Norte y de Santiago. Destacó el hecho de que la región cuenta con un sector de zona franca sólido y en pleno crecimiento. En el año 2013, las exportaciones de zonas francas alcanzaron la cifra de 5,129 millones de dólares, superando por primera vez en la historia el umbral de los cinco mil millones de dólares y generando al mismo tiempo más de 145,000 empleos directos, con más 620 empresas, de las cuales más del 40% están ubicadas en Santiago y la Región Norte.

ZONAS FRANCAS EN EL CONTEXTO DEL DR-CAFTA

El dinamismo exportador de las zonas francas ha permitido que la República Dominicana conquiste el liderazgo en la exportación de distintos rubros:

- En el mercado mundial, como primer exportador de Cigarros;
- En América Latina y el Caribe, como el mayor exportador de tejidos de punto de algodón; y tercer exportador de instrumentos médico-quirúrgicos; y
- En el mercado de los Estados Unidos de América, como segundo proveedor mundial de hilo dental; segundo proveedor de disyuntores eléctricos; tercer proveedor de abrigos de lana; cuarto proveedor de instrumentos médico-quirúrgicos; quinto proveedor de calzados para hombres; y octavo proveedor de artículos de joyería.

Es importante destacar que la mayor parte de las exportaciones de zonas francas se están beneficiando de manera importante del tratamiento arancelario preferencial que establece el acuerdo. Por ejemplo, según datos de la Oficina de Textiles de los EE.UU. (OTEXA) el 85% de todas las exportaciones de textiles y confecciones que estamos efectuando hacia los EE.UU., se realizan al amparo del acuerdo, y cumpliendo con todas las reglas de origen establecidas.

Por otra parte, el Ministro resaltó el rol del DR-CAFTA y su marco legislativo, en la atracción de capitales extranjeros, y especialmente de aquellos procedentes de nuestro principal socio comercial, Estados Unidos. En ese sentido, el sector de zonas francas ha sido uno de los principales beneficiarios de dichos flujos de inversión. Actualmente, más de la mitad de la inversión acumulada en el sector de zonas francas, procede de los Estados Unidos, específicamente de empresas que se han instalado para aprovechar las ventajas competitivas que ofrece dicho sector, incluyendo el acceso preferencial de nuestro país al mercado más grande del mundo.

Enfatizó el hecho de que el aumento de la inversión directa procedente de los Estados Unidos, no sólo se ha producido por el establecimiento de nuevas empresas, sino también por la expansión de la inversión de empresas norteamericanas que ya operan en nuestro país. Al respecto afirmó que el DR-CAFTA ha sido más que exitoso en el logro de uno de sus principales objetivos: mantener y expandir la inversión de empresas Estadounidenses en la República Dominicana.

Especificó que no todos los beneficios que han dejado las zonas francas al país pueden ser medidos con estadísticas tradicionales. Además de su impacto en los flujos de comercio e inversión del país, la presencia de estas empresas ha aportado dos grandes beneficios cualitativos: a) la formación de una nueva clase gerencial de categoría mundial, que conoce la dinámica de los mercados más exigentes; b) la adopción de tecnologías, estándares y mejores prácticas internacionales en los procesos de producción de bienes y servicios. Esto se evidencia en el constante proceso de transformación que experimentan estas empresas.

Al mismo tiempo, resaltó la función que han asumido las zonas francas en la potenciación de los enlaces industriales dentro de la Región Norte, tanto en el suministro de componentes y productos intermedios a las industrias domésticas, como en la dinamización del comercio local que suple materiales y servicios a las empresas que operan bajo el régimen. Durante los últimos años, se observa una mayor complementación en los sub-sectores de textiles y confecciones; pieles y manufactura de calzados; papelería, cartones e impresos; y por supuesto, en la industria del tabaco.

Otras actividades que se han venido desarrollando con éxito en las zonas francas de la provincia, incluyen el procesamiento de pieles y la manufactura de calzados, convirtiendo el sector en el tercer mayor generador de empleos directos de la región, con un total de once mil quinientos cincuenta y ocho (11,558) trabajadores, y donde se encuentra operando el 82% de estas empresas.

Por otra parte, los productos agroindustriales, manufacturas de plásticos, la industria de empaques e impresos y servicios basados en las tecnologías de la información, caracterizado

por la proliferación de los centros de contacto y la tercerización de los servicios tecnológicos empresariales, son algunas de las actividades económicas que experimentan mayor dinamismo dentro de la Región.

LA INDUSTRIA DEL TABACO

El Ministro de Industria y Comercio reconoció la posición de Santiago como la capital dominicana de la industria del tabaco, la cual se ha encargado de convertir a nuestro país en el líder mundial de las exportaciones de cigarros, con una participación directa de 24% en el mercado global. Los cigarros dominicanos, producidos en su mayoría en la Región Norte, específicamente en la Provincia de Santiago, gozan de altos niveles de calidad y prestigio en todo el mundo, con exportaciones de quinientos ochenta y cuatro (584) millones de dólares en el año 2013, y empleando a más de cien mil (100,000) personas en actividades de cultivo, procesamiento y manufactura en todo el país. A su entender, "los mejores atributos de nuestra cultura y tradición familiar, se han conjugado con excelentes prácticas de manufactura para otorgar a la República Dominicana una verdadera marca-país".

Debido a su gran vocación exportadora y a la creciente demanda internacional de cigarros, la industria tabacalera de Santiago se ha desarrollado casi de forma exclusiva dentro del régimen de zonas francas. Pero lo que la ha convertido en una industria única en la República Dominicana, es el hecho de que su cadena completa de abastecimiento, comenzando por el cultivo, con su gran variedad de tierras, semillas y microclima, se encuentra dentro de nuestro país. Hoy día no sólo los cigarros se manufacturan en las zonas francas; la mayor parte de los procesos de post-cosecha, como la fermentación, hidratación, clasificación, despalille y empaque; la fabricación de cajas, anillos e impresos, también se efectúan en las zonas francas de la Provincia de Santiago. Se puede afirmar que este sub-sector se constituye como el principal clúster industrial de nuestro país.

NUEVOS RETOS

Sobre los retos internacionales Del Castillo dijo que el régimen de zonas francas se ha fortalecido en la Región Norte y en todo el territorio de la República Dominicana. Definitivamente, los inversionistas extranjeros y emprendedores locales cuentan con un marco favorable de políticas de incentivos y de acceso a los mercados más importantes del mundo. Sin embargo, expresó reservas al referirse a la competencia que se avecina. Al respecto aseveró que "hay que reconocer que la República Dominicana no está sola en el mercado internacional, por eso la necesidad de lograr buenos niveles de competitividad". Sobre el potencial establecimiento de nuevos esquemas de comercio preferencial, como es el caso del Acuerdo Transpacífico (TPP), podrían propiciar la erosión de las ventajas obtenidas por nuestro país a través del DR-CAFTA, especialmente en el caso de las industrias de textiles y de calzados. Empero, manifestó que se han iniciado acciones de defensa de nuestras industrias, sosteniendo provechosos encuentros con legisladores y autoridades de Gobierno de Estados Unidos.

Por último evaluó la situación de las zonas francas ante la Organización Mundial del Comercio (OMC) a partir del año 2015. Los incentivos que reciben las zonas francas no finalizan en el año 2015, y ni siquiera tienen que ser reducidos, como en muchos casos se ha malinterpretado. En la fase actual en la que se encuentra la República Dominicana, después de la aplicación de la Ley 139-11 que permite a las zonas francas vender hasta el 100% de su producción en el mercado local, eliminando así los "requisitos de desempeño exportador" prohibidos por la OMC, la tarea que queda pendiente es ajustar la estructura impositiva de las ventas en el mercado doméstico, de conformidad con los lineamientos de ese organismo regulador del comercio global. En este sentido, la discusión fundamental que deben asumir los sectores público y privado, para promover el crecimiento de las zonas francas y el sector industrial doméstico, debe ser cómo estructurar un clima de negocios favorable para la inversión,

incrementando nuestra competitividad en materia de educación, energía, transporte, encadenamientos productivos y facilitación del comercio. El país está compelido a que el sector público y el privado corrijan los vicios que afectan la competitividad, refuercen lo bien hecho e impulsen las oportunidades del sector de zonas francas y se aseguren de enfrentar los desafíos, potenciando los beneficios de los acuerdos comerciales.

NOTA: el país ha tenido avances, tiene oportunidades y grandes retos que afrontar para competir. En la Cámara de Comercio exhortamos a emprendedores y potenciales exportadores a conocer las políticas relacionadas con su sector o mercado, para generar un aumento de producción, exportaciones y competitividad.



¿NECESITAS DINERO?

Préstamos para:

- Microempresas
- Personales
- Empleados de empresas
- Mejora de vivienda
- Inversiones agropecuarias

FONDESA
fácil te presta

Calle 30 de Marzo #40
Santiago, R.D.

Tel. 809.226.3333



PROGRAMA DE ACTIVIDADES DE EXPO CIBAO 2014

PERSEVERANCIA - CONTINUIDAD - COMPROMISO



Mi.3 V.5 L.8 Mi.10

MIÉRCOLES 3 DE SEPTIEMBRE

6:00pm – 10:00pm

Seminario “Cómo participar con éxito en Expo Cibao 2014”. (Grupo #1, primera sesión). Capacitación para el personal de empresas que participan como expositores en Expo-Cibao.

Lugar: Edificio Empresarial.

VIERNES 5 DE SEPTIEMBRE

6:00pm – 10:00pm

Seminario “Cómo participar con éxito en Expo Cibao 2014”. (Grupo #1, segunda sesión). Capacitación para el personal de empresas que participan como expositores en Expo-Cibao.

Lugar: Edificio Empresarial.

LUNES 8 DE SEPTIEMBRE

6:00pm – 10:00pm

Seminario “Cómo participar con éxito en Expo Cibao 2014”. (Grupo #2, primera sesión). Capacitación para el personal de empresas que participan como expositores en Expo-Cibao.

Lugar: Edificio Empresarial.

MIÉRCOLES 10 DE SEPTIEMBRE

6:00pm – 10:00pm

Seminario “Cómo participar con éxito en Expo Cibao 2014”. (Grupo #2, segunda sesión). Capacitación para el personal de empresas que participan como expositores en Expo-Cibao.

Lugar: Edificio Empresarial.

M.17

MIÉRCOLES 17 DE SEPTIEMBRE

6:00pm – 7:00pm

Coctel de bienvenida al acto de Conmemoración del 100 Aniversario de la Cámara de Comercio y Producción de Santiago y apertura de Expo-Cibao 2014.

Lugar: Gran Teatro del Cibao.

7:00pm – 8:00pm

Acto de Conmemoración del 100 Aniversario de la Cámara de Comercio y Producción de Santiago y apertura de Expo-Cibao 2014.

Lugar: Sala Restauración Gran Teatro del Cibao.

7:00pm – 1:00am

Proyección de Imágenes en tres dimensiones-Mapping 3D

Lugar: Área Monumental



CERVECERIA
NACIONAL
DOMINICANA



PROGRAMA DE ACTIVIDADES DE EXPO CIBAO 2014

PERSEVERANCIA - CONTINUIDAD - COMPROMISO



J 18

JUEVES 18 DE SEPTIEMBRE

- 10:00am – 11:00am** Charla “Emprendiendo mi proyecto” a cargo de Edison Santos de Emprendimiento Sostenible.
Lugar: Sala Julio Alberto Hernández.
- 11:00am – 12:00pm** Charla “Oportunidad para Estudiar en Francia” a cargo de Nathalie Da Fonseca, Coordinadora del Polo Formación Montpellier Business School y Evianny de los Santos, responsable de Campus France, R.D., en coordinación con la Cámara de Comercio Dominico-Francesa.
Lugar: Sala Julio Alberto Hernández.
- 5:00pm – 6:30pm** Presentación del estudio “Barrick Pueblo Viejo: Aliado del Desarrollo Dominicano” realizado por la economista Jacqueline Mora, Directora Ejecutiva de Analytica.
Lugar: Sala Julio Alberto Hernández.
- 6:30pm – 8:00pm** Panel “Turismo de Salud” a cargo de los doctores Rolando Báez, Daniel Rivera, Juan Ramírez, Rafael Sánchez Español, Milagros Ureña y Luis Campos. Moderadora: María de León.
Lugar: Sala Julio Alberto Hernández.
- 6:30pm – 7:30pm** Conversatorio “Mitos y Realidades del Arbitraje” a cargo de los expertos en el tema: Ismael Comprés, Eduardo Trueba y Juan Reyes Eloy en coordinación con el Centro de Resolución Alternativa de Controversias de la Cámara de Comercio de Santiago.
Lugar: Bar Moisés Zouain.
- 7:00pm – 9:00pm** Encuentro Comité de Jóvenes de la Cámara de Comercio.
Lugar: Explanada Frontal del Gran Teatro del Cibao.
- 8:00pm – 9:00pm** Rifa Diaria con boletas de entrada con el patrocinio de Jet Blue, Orange y Viva.
Lugar: Módulo de la Cámara de Comercio y Producción de Santiago.
- 7:00pm – 1:00am** Proyección de Imágenes en tres dimensiones-Mapping 3D
Lugar: Área Monumental.



#ComparteCocaCola

Comparte
una *Coca-Cola* con



Santiago



PROGRAMA DE ACTIVIDADES DE EXPO CIBAO 2014

PERSEVERANCIA - CONTINUIDAD - COMPROMISO



V.19

VIERNES 19 DE SEPTIEMBRE

- | | |
|-------------------------|---|
| 10:00am-11:00am | Charla "Personal Branding" a cargo de Chiarina Zarate.
Lugar: Sala Julio Alberto Hernández. |
| 10:00am – 3:00pm | Rueda de negocios.
Lugar: Salones Gran Teatro el Cibao. |
| 11:00am – 2:00pm | Reunión de Federación Dominicana de Cámaras de Comercio (FEDOCÁMARAS).
Lugar: Bar Moisés Zouain del Gran Teatro del Cibao. |
| 5:00pm – 6:30pm | Charla "Nuevas tendencias en Comunicación Estratégica" a cargo de Stella León.
Lugar: Sala Julio Alberto Hernández. |
| 6:30pm – 8:00pm | Panel "Historias de Éxito" con la participación de Elena Viyella de Paliza, Ligia Bonetti, Inmaculada Adames y Lina García. Moderadora: María Victoria Menicucci Mella.
Lugar: Sala Julio Alberto Hernández. |
| 7:00pm – 1:00am | Proyección de Imágenes en tres dimensiones-Mapping 3D
Lugar: Área Monumental. |
| 8:00pm – 9:00pm | Rifa Diaria con boletas de entrada con el patrocinio de Jet Blue, Orange y Viva.
Lugar: Módulo de la Cámara de Comercio y Producción de Santiago. |
| 8:00pm – 10:00pm | Presentaciones artísticas en tarima. |



BOSQUESA

CREANDO SOLUCIONES

Empresa pionera en el desarrollo de la industria forestal dominicana, comprometida con la importación de tecnologías para la jardinería y la agricultura, y la creación de soluciones ambientales sostenibles en el área del manejo de los recursos naturales.

Husqvarna®



Wood-Mizer®

GARDENA®

Poulan

FARMI®
FOREST

Guarany

OREGON®

GROUP



MADERAS

SOPORTE TÉCNICO
CORTE, PODA Y TROCEO DE ÁRBOLES
HIDROSIEMBRA

SANTIAGO

Tel.: 809.736.0333 Fax: 809.736.0332

Carretera Santiago-Licey, KM 5 1/2, Esq. Copal II.

SANTO DOMINGO

Tel.: 809.562.0476

Ave. Roberto Pastoriza #655, Ensanche Evaristo Morales.

SAN FRANCISCO DE MACORÍS

Tel.: 809.588.8324 | 809.290.4030

Carretera San Francisco-Tenares km 2 1/2, Las Colinas.

LA ROMANA

Tel.: 809.556.8370

Ave. Santa Rosa Esq. Dr. Hernández. Frente al Restaurante Marinelly.

BOSQUESA
www.bosquesa.com.do

CONTAMOS CON UNA RED DE DISTRIBUIDORES
ALREDEDOR DE TODO EL PAÍS.



PROGRAMA DE ACTIVIDADES DE EXPO CIBAO 2014

PERSEVERANCIA - CONTINUIDAD - COMPROMISO



S. 20

SÁBADO 20 DE SEPTIEMBRE

- 3:00pm – 5:00pm** Asociación Cibao presenta: “Taller de Manejo de Finanzas Personales” a cargo de César A. Perelló.
Lugar: Sala Julio Alberto Hernández.
- 7:00pm – 1:00am** Proyección de Imágenes en tres dimensiones-Mapping 3D
Lugar: Área Monumental.
- 8:00pm – 9:00pm** Rifa Diaria con boletas de entrada con el patrocinio de Jet Blue, Orange y Viva.
Lugar: Módulo de la Cámara de Comercio y Producción de Santiago.
- 8:00pm – 10:00pm** Presentaciones artísticas en tarima.
Lugar: Calle Daniel Espinal.

D. 21

DOMINGO 21 DE SEPTIEMBRE

- 7:00pm - 8:00pm** Rifa benéfica de una jeepeta Kia Sportage 2015 a favor del Programa de Banco de Válvulas para niños Hidrocefalicos del Comité de Responsabilidad Social de la Cámara de Comercio y Producción de Santiago.
Lugar: Módulo del Comité de Responsabilidad Social.
- 7:00pm – 1:00am** Proyección de Imágenes en tres dimensiones-Mapping 3D
Lugar: Área Monumental
- 8:00pm – 9:00pm** Rifa Diaria con boletas de entrada con el patrocinio de Jet Blue, Orange y Viva.
Lugar: Módulo de la Cámara de Comercio y Producción de Santiago.
- 8:00pm – 10:00pm** Presentaciones artísticas en tarima.
Lugar: Calle Daniel Espinal.
- 10:00pm** Cierre.

Compartimos los mejores momentos en tu cocina



PROPA-GAS 
Por algo vendemos más

• HAZ FELIZ •

a un niño,

**COMPRA
TU BOLETA AQUÍ EN
EXPO CIBAO**

en el módulo del
Comité de Responsabilidad Social

Rifa Benéfica a favor del "Banco de Válvulas para Niños Hidrocefálicos Enmanuel"

Jeepeta Kia Sportage 2015 el Domingo 21 de septiembre a las 7:00 p.m.



Comité de Responsabilidad Social de
La Cámara De Comercio y Producción de Santiago





Tus sueños hechos techos!

TEJACENTRO
S.R.L.



La belleza de la Teja y la fortaleza del Acero.

Pioneros de la Teja de Acero desde 1957

Fortiza
ROOFING SYSTEMS

809.581.1940
tejacentrod@hotmai.com

DECRA
ROOFING SYSTEMS

Calle España · 118, esquina Beller, Santiago, República Dominicana

Decra Roofing Systems® y Fortiza Roofing Systems® son Marcas Registradas de Fletcher Building Group.

Tejacentro, SRL® Todos los derechos reservados 2014.

www.tejacentro.com

LISTA DE EMPRESAS POR ORDEN ALFABÉTICO

A

A B C CARIBE

Persona de contacto: Dominique Caeybergh. Presidente.
Dirección: La Mulata Z, Sosúa, El Batey, Puerto Plata
Teléfono: (809) 405-0728
Correo electrónico: abc.caribe.info@gmail.com
Productos: Venta de bombillas para piscina y programa informático de hotel

ALMONTE COMERCIAL, S.R.L.

Persona de contacto: Luis Eduardo Urrea. Representante Técnico
Dirección: Av. Benito Monción, No. 30, Mao
Teléfono: (809) 722-4891
Correo electrónico: rjalmonte@almontecomercial.com
Productos: Venta de insumos agrícolas

ALMONTE Y ASOCIADOS

Persona de contacto: Lic. Elisabeth A. Báez. Coordinadora de Feria.
Dirección: Aut. Santiago-Navarrete, Km 9 ½,
Teléfono: (809) 241-8102
Fax. (809) 241-8104
Productos: Venta de repuestos de motores

ARCONIM CONSTRUCTORA

Persona de contacto: Clara Vásquez. Encargada de Ventas.
Dirección: Av. Estrella Sadhalá, No. 200, 2do nivel,
Plaza Milton, Santiago
Teléfono: (809) 724-7200
Fax. (809) 724-7201
Correo electrónico: info@arconim.com
Productos: Construcción

ARS SALUD SEGURA

Persona de contacto: Dr. Gabriel Fernández. Director Ejecutivo.
Dirección: C/ Pepillo Salcedo, No. 22, La Fe, D.N.
Teléfono: (809) 565-0200, ext. 5176
Productos: Promoción y ventas de servicios de salud

ASOCIACIÓN CIBAO DE AHORROS Y PRÉSTAMOS

Persona de contacto: Lic. Yara María Hernández. Gerente de Mercadeo y Comunicaciones.
Dirección: C/ Cuba, esq. Restauración, Santiago
Teléfono: (809) 581-9191
Fax. (809) 241-6752
Correo electrónico: e-info@acap.com.do
Productos: Servicios Financieros (Ahorros y Préstamos)

B

BALTIMORE DOMINICANA, S.A.

Persona de contacto: Lic. Antonio Alba. Director Comercial.
Dirección: Av. Estrella Sadhalá, Santiago
Teléfono: (809) 575-3256
Fax: (809) 575-4760
Correo electrónico: mercadeo@baldom.net
Productos: Empresa agroindustrial

BANCO ADOPEM

Persona de contacto: Mercedes de Beras Goico.
Dirección: Calle Heriberto Peter, No. 12, Ensanche Naco.
Distrito Nacional
Teléfono: (809) 563-3939, ext. 8213
Fax: (809) 547-2922
Productos: Banco de ahorro y crédito

BANCO BHD LEÓN

Persona de contacto: Karina Souffront. 2do VP Red de Sucursales.
Banco BHD-León.
Dirección: Av. 27 de Febrero, Jardines Metropolitanos, Santiago
Teléfono: (809) 501-7075
Correo electrónico: karina_souffront@bhdleon.com.do
Productos: Institución Financiera

BANCO MÚLTIPLE ADEMI, S.A.

Persona de contacto: Sugeidy Rodríguez. Gerente de Negocios.
Dirección: Av. Estrella Sadhalá, No. 204, Miraflores, Santiago
Teléfono: (809) 724-6222
Fax: (809) 724-6457
Correo electrónico: surodriguez@bancoademi.com.do
Página web: www.bancoademi.com.do
Productos: Servicios financieros

BANCO MÚLTIPLE BDI, S.A.

Persona de contacto: Melissa Perrotta Sasso. Gerente de Negocios.
Dirección: Av. Juan Pablo Duarte, Plaza Paseo, Santiago
Teléfono: (809) 583-1144
Fax: (809) 724-6457
Correo electrónico: mperrotta@bdi.com.do
Productos: Servicios financieros

BANCO POPULAR DOMINICANO

Persona de contacto: Arturo Grullón, Vice-Presidente de Negocios Zona Norte.
Dirección: Av. John F. Kennedy, No. 20, Santo Domingo.
Teléfono: 809-544-5000
Correo electrónico: argrullon@bpd.com.do
Producto: Institución Financiera

BEPENSA DOMINICANA, S.A. (COCA COLA)

Persona de contacto: Sergio Acosta Hernández. Director de Ventas.
Dirección: Av. Hispanoamericana, No. 12, Santiago
Teléfono: (809) 570-7232
Fax: (809) 570-7170
Correo electrónico: sacostah@bepensa.com.do
Productos: Ventas de bebidas

BOE DOMINICANA, S.R.L.

Persona de contacto: Laura Berzan. Gerente de Marca.
Dirección: Carretera de Ceuta, Km. 2, Santo Domingo Norte
Teléfono: (809) 372-1962
Fax: (809) 372-2062
Correo electrónico: l.benzan@boecosmetics.com
Productos: Cosméticos y cuidado personal

Aceite
La Joya[®]
100% de Soya

La Fabril
Visionarios por Naturaleza



La Fabril, C. por A.
Autopista Duarte Kilómetro 5,
Santiago, República Dominicana
Tel.: (809) 724-7999, Fax: (809) 570-7161
Envases Antillanos, C. por A. | Troquedom, S.A.

LISTA DE EMPRESAS POR ORDEN ALFABÉTICO

BOSQUESA, S.R.L.

Persona de contacto: José R. de Moya. Gerente Comercial.
 Dirección: Carretera Santiago- Licey, Km. 5½, Santiago.
 Teléfono: (809) 736-0333
 Fax: (809) 736-0332
 E-mail: contratos@bosquesa.com.do
 Productos: Comercialización de equipos, agriculturas,
 de jardinería y forestales

C**CÁMARA DE COMERCIO DOMÍNICO-FRANCESA (CCDF)**

Persona de contacto: Henri Hebrard. Director Ejecutivo.
 Dirección: Plaza Lincoln, 2do Nivel. Santo Domingo
 Teléfono: (809) 472-0500
 Correo electrónico: admin@ccdfdo.do
 Productos: Servicios institucionales

CÁMARA DE COMERCIO Y PRODUCCIÓN DE SANTIAGO

Persona de contacto: Fernando Puig Miller. Director Ejecutivo.
 Dirección: Av. Las Carreras, No. 7, Edif. Empresarial. Santiago.
 Teléfono: (809) 582-2856
 Correo electrónico: directorejecutivo@camarasantiago.com
 Productos: Servicios institucionales

CAME CIBAO, S.R.L.

Persona de contacto: Carlos Soldati. Presidente.
 Dirección: Carretera Luperón, Plaza Gurabo, No. 104. Gurabo,
 Santiago
 Teléfono: (809) 241-0861
 Fax: (809) 241-0370
 Correo electrónico: serviciocame@claro.net.do
 Productos: Automatización de accesos

CARTONES DEL CARIBE, S.A.

Persona de contacto: Martín García. Ejecutivo de Ventas.
 Dirección: Av. Bartolomé Colon, Esq. Av. Texas, Mod. 202,
 Los Jardines Metropolitanos, Santiago
 Teléfono: (809) 241-5201
 Fax: (809) 241-5218
 Correo electrónico: mgarcia@cartonesdelcaribe.com
 Productos: Fabricación de cartón corrugado

CASA PACO, S.A.

Persona de contacto: Glenys Almonte. Gerente de Mercado.
 Dirección: Autopista San Isidro, No. 32, Santo Domingo Este
 Teléfono: (809) 748-0666
 Fax: (809) 748-0669
 Correo electrónico: promoción@casapaco.com.do
 Productos: Almacenistas importadores

CEMENTOS CIBAO, C POR A

Persona de contacto: Carolina Hernández. Gerente de Ventas.
 Dirección: Carretera Baitoa, Km. 8 ½, Palo Amarillo, Santiago
 Teléfono: (809) 733-7111
 Fax: (809) 242-7128
 Sitio web: www.cementoscibao.com
 Productos: Producción y comercialización de cemento gris

CENTRO DE EXPORTACIÓN E INVERSIÓN DE LA REPÚBLICA DOMINICANA, CEI-RD

Persona de contacto: Jonnatan Rodríguez Imbert. Gerente de Nuevos Negocios.
 Dirección: Av. 27 de Febrero, esq. Avenida Gregorio Luperón, Santo Domingo
 Teléfono: (809) 530-5505
 Correo electrónico: jonathan.rodriguez@cei-rd.gov.do
 Productos: Fomentar las exportaciones

CENTRO DE COSMÉTICOS HERNÁNDEZ (LA REINA)

Persona de contacto: Darío Hernández. Encargado de Diseño.
 Dirección: C/ Padre Adolfo, esq. Duverge, La Vega
 Teléfono: (809) 573-4382
 Correo electrónico: danilohernandez2883@gmail.com
 Productos: Venta de cosméticos equipos de salón

CENTRO DENTAL ESPECIALIZADO

Persona de contacto: Rosa Lugo de Hernández. Propietaria.
 Dirección: C/ Cuba, No. 69, Esquina Beller, Santiago
 Teléfono: (809) 580-1830
 Correo electrónico: info@centrodental.com.do
 Productos: Clínica Dental

CERVECERÍA NACIONAL DOMINICANA

Persona de contacto: Neury Mieses. Coordinador de Eventos.
 Dirección: Av. Hispanoamericana, esq. Boulevard, Santo Domingo
 Teléfono: (809) 755-2175
 Correo electrónico: neury.mieses@cnd.com.do
 Productos: Ventas de bebidas

CERVECERÍA VEGANA

Persona de contacto: Luis Pimentel. Gerente de Venta y Promoción.
 Dirección: C/ Imbert, esq. 27 de Febrero, Santiago
 Teléfono: (809) 575-3000
 Correo electrónico: l.pimentel@cervesa.com.do
 Productos: Producción de bebidas

CIBAEÑA MOTORS, S.R.L.

Persona de contacto: Alfredo Pappaterra. Gerente General.
 Dirección: Av. Juan Pablo Duarte, No.60, Santiago
 Teléfono: (809) 581-1122
 Fax: (809) 581-1122
 Correo electrónico: alfredop@cibaenamotors.com
 Productos: Ventas de equipos y repuestos agropecuarios

CLARO

Persona de contacto: Oscar Reyna. Vice-Presidente de Ventas Masivas y Distribución.
 Dirección: Av. John F. Kennedy, No. 54, Santo Domingo
 Teléfono: (809) 220-2000
 Correo electrónico: www.claro.com.do
 Productos: Telecomunicaciones

CLÍNICA COROMINAS, CXA

Persona de contacto: Julisa Torres.
 Dirección: C/ Restauración, No. 57, Santiago
 Teléfono: (809) 580-1171
 Fax: (809) 580-1127
 Correo electrónico: clinicacorominas00@gmail.com
 Productos: Servicios de salud

En la Ciudad Corazón

ya se habla de mercadeo

Marketing

ONE

Primer programa de radio en la región del Cibao especializado en mercado, negocios y tecnología transmitido de lunes a viernes de 5 a 6pm en Digital 95.5FM

Janet Rodríguez



José Ignacio Ureña



LISTA DE EMPRESAS POR ORDEN ALFABÉTICO

CLÍNICA UNIÓN MÉDICA

Persona de contacto: Dr. Daniel Rivera. Presidente
Consejo de Directores.
Dirección: C/ Juan Pablo Duarte, No. 176, Santiago
Teléfono: (809) 226-8686
Fax: (809) 226-0850
Correo electrónico: unionmedica@codetel.net.do
Productos: Servicios de salud

COMEDORES ECONÓMICOS

Persona de contacto: Ramón M. Rodríguez. Administrador General.
Dirección: San Vicente de Paul, Esq. Presidente Estrella, Los Mina
Teléfono: (809) 592-1819
Productos: Venta de raciones de alimentos a bajo costo

CONSTRUCTORA DEL TRÓPICO

Persona de contacto: Kelvin Guzmán Moran. Gerente.
Dirección: Av. Estrella Sadhála, casi esq. Bartolomé Colon, Santiago
Teléfono: (809) 587-4121
Correo electrónico: constructoradeltrópico@hotmail.com
Productos: Construcción

D

.....

DESPACHO DE LA PRIMERA DAMA

Persona de contacto: Rafaelina Sánchez. Enlace Provisional.
Dirección: C/ El Sol Esq. 30 de Marzo (Gobernación), Santiago
Teléfono: (809) 724-0605
Correo electrónico: y.luzon@primeradama.gov.do

DIRECCIÓN DE INFORMACIÓN Y DEFENSA DE LOS AFILIADOS A LA SEGURIDAD SOCIAL (DIDA)

Persona de contacto: Fe Miguelina Santana. Encargada de Santiago.
Dirección: C/Benito Monción, No. 40, Santiago
Teléfono: (809) 583-0126
Fax: (809) 581-1455
Correo electrónico: didanorte@dida.gov.do
Productos: Orientar y defender a los afiliados, a la seguridad social

DISTRIBUIDORA ALONDRA

Persona de contacto: Pablo Martínez. Presidente.
Dirección: Ave. 27 de Febrero, al lado de Yaque Motors. Santiago
Teléfono: 809-226-5920
Correo electrónico: distribuidoraalondra@yahoo.es
Producto: Distribución de Ropa Interior

DISTRIBUIDORA E&M S.R.L.

Persona de Contacto: Marlon Iván Reyes Estévez. Presidente.
Dirección: Carretera Don Pedro, No. 112. Santiago
Teléfono: (809) 724-1717
Fax: (809) 724-2851
Correo electrónico: distribuidoraeymsrl@hotmail.com
Producto: Ventas de cigarrillos y tabaco masticable

DOMEQUIP, S.R.L.

Persona de contacto: José Ramón Durán
Dirección: C/D, No. 7, casi Esq. Rómulo Betancourt, Zona Industrial de Herrera. Santo Domingo.
Teléfono: (809) 476-7666
Fax: (809) 681-9690
Correo electrónico: jduran@gomaxdominicana.com
Productos: Servicios inteligentes de mercadeo

DOMINIC PIZZA

Persona de contacto: Domingo Santos. Presidente.
Dirección: Manz. J Edf. J2 C/ No. 7, Los Mameyes. Santo Domingo
Teléfono: (809) 599-5710
Producto: Venta de pizza

DRINK MEDIA GROUP S.R.L.

Persona de contacto: Pedro Rivera. Director.
Dirección: C/ Dr. Jacinto Ignacio Muñoz, No. 17, Plaza 17, 2do Nivel, Santo Domingo
Teléfono: (809) 566-0606
Correo electrónico: rivera@touchmemarketing.com
Productos: Publicidad Interactiva

E

.....

ET C & ASOCIADOS (ESTRELLA Y TUPETE)

Persona de contacto: Guillermo Estrella. Socio Gerente.
Dirección: C/ Sebastián Valverde No.24, Jardines Metropolitanos, Santiago.
Teléfono: (809) 724-0000
Correo electrónico: g.estrella@estrellatupete.com
Productos: Servicios legales

EDENORTE DOMINICANA, S.A.

Persona de contacto: Arelis Esther Salomón, Gerente de Mercadeo
Dirección: Av. Juan Pablo Duarte, No.74, Santiago
Teléfono: (809) 241-9090
Productos: Distribución de Energía Eléctrica

EMBAJADA DE BRASIL

Persona de contacto: Heidi Tavares Díaz. Asistente Técnico Sector Comercial.
Dirección: C/ Eduardo Vicioso, No. 46-A, Bella Vista, Santo Domingo
Teléfono: (809) 532-4200
Fax: (809) 532-0917
Correo electrónico: secom.saodomingos@brasilglobalnet.gov.br
Productos: Información comercial

ENDY AGROINDUSTRIAL S.R.L.

Persona de contacto: Alexander Sarante.
Dirección: Ceiba de Madera, San Víctor, Moca.
Teléfono: (809) 580-6445
Fax: (809) 580-6461
Correo electrónico: info@endyagroindustrial.com
Producto: Producción y comercialización de huevos de mesa y pollos. Venta de granos y alimentos



Ahorrar energía es tarea de todos

Desconecta los equipos cuando no los estés utilizando

edenorte

Síguenos en las Redes Sociales



Edenorte-Dominicana



@edenorte



edenortedominicana



+EdenorteDom

LISTA DE EMPRESAS POR ORDEN ALFABÉTICO

EPKASA REAL ESTATE S.R.L.

Persona de contacto: Eddy Manuel Peña Pérez. Gerente General.
 Dirección: C/ Eduardo León Jiménes, No. 111, Reparto del Este, Santiago
 Teléfono: (809) 581-4919
 Correo electrónico: info@epkasa.com
 Productos: Bienes Raíces

ESPALSA S.R.L.

Persona de contacto: Oliverio Espailat. Presidente.
 Dirección: Carretera Matanza, Km. 1, Santiago
 Teléfono: (809) 242-7047
 Fax: (809) 292-7443
 Correo electrónico: www.espalsa.com.do
 Productos: Comercializa productos comestibles

F

.....

FARMACONAL

Persona de contacto: Luis Trigo. Gerente Ventas Zona Norte.
 Dirección: Av. 27 de Febrero, esq. Camino de los Cerros, Santiago
 Teléfono: (809) 241-5034
 Productos: Equipos y materiales médicos

FARMACIA MADERA, S.R.L.

Persona de contacto: Adil Morillo. Gerente Administrativo.
 Dirección: Carretera Don Pedro, No. 62, Santiago.
 Teléfono: (829) 760-6210
 Fax: (809) 277-0080
 Correo electrónico: adilmorillo@farmaciaselsol.com.do.
 Productos: Ventas de Productos Farmacéuticos (medicamentos)

FONDESA

Persona de contacto: Quilvio Jorge. Gerente General
 Dirección: C/ 30 Marzo, No. 40, Santiago
 Teléfono: (809) 226-3333
 Correo electrónico: fonsesa@fonsesa.org
 Productos: Préstamos

FONT GAMUNDI

Persona de contacto: Ana Batista. Gerente de Mercadeo
 Dirección: Av. Rivas, La Vega.
 Teléfono: (809) 573-2437
 Productos: Farmacéuticos, Producción y comercialización de productos de consumo masivo.

FOTO ESTUDIO A, S.R.L.

Persona de contacto: Víctor Manuel Cabrera Gómez. Gerente Financiero.
 Dirección: Av. Juan Pablo Duarte, No. 87.
 Teléfono: (809) 971-6125
 Fax: (809) 583-8115
 Productos: Fotografía en General y Enmarcados

FUENTE DE LUZ MEMORIAL PARK

Persona de contacto: Yakaira Cabrera Díaz. Gerente Administrativa.
 Dirección: Av. Circunvalación Norte, Km. 2 ½
 Teléfono: (809) 241-0114
 Correo electrónico: ycabrera@cementeriofuentedeluz.com
 Productos: Cementerio Privado

FUNERARIA BLANDINO

Persona de contacto: Soribel Molina. Director de Proyecto Pre- Arreglado.
 Dirección: Av. 27 de Febrero, esq. 6 de Septiembre, Pueblo Nuevo. Santiago
 Teléfono: (809) 724-8988
 Correo electrónico: ljimenez@blandino.com.do.
 Productos: Servicios fúnebres

G

.....

GJS PLAST BAG

Persona de contacto: Gerardys Jimeno. Presidente.
 Dirección: Autopista Duarte, Km. 5, Frente a la Fabril, Santo Domingo
 Teléfonos: (809) 570-7576
 Correo electrónico: www.plastbag.com
 Productos: Distribución

GRENA, S.R.L.

Persona de contacto: Elena Zorretto.
 Dirección: S.P. 38 Porcilana #05 37047 San Bonifacio (VR) Italia
 Teléfono: +39 045-7610100
 Fax: +39 045-7610636
 Correo electrónico: laura@grena.com
 Productos: Manufactura de fertilizantes orgánicos

GRUPO CORVI, S.A.

Persona de contacto: Fulgencio Álvarez. Ejecutivo de Ventas.
 Dirección: Autopista Duarte, Km. 24 ½, Santo Domingo
 Teléfonos: (809) 331-0771 / (809) 331-4531
 Correo electrónico: alvarezpayero@hotmail.com
 Productos: Comercialización de artículos de ferreteros

GRUPO ROJAS

Persona de contacto: José Vélez. Gerente de Mercado.
 Dirección: Km. 17, Autopista Duarte, Los Alcarrizos, Santo Domingo
 Teléfonos: (809) 564-1134
 Correo electrónico: lvelez@gruporojas.com.do
 Productos: Fabricantes y distribuidores de bebidas

I

.....

INDUSTRIAS BANILEJAS

Persona de contacto: Valentina Succart. Supervisora de Promoción.
 Dirección: Guauci, Moca.
 Teléfono: (809) 578-4371
 Fax: (809) 578-9873
 Correo electrónico: valenty.succ@hotmail.com
 Productos: Ventas de café

INDUSTRIAS DEL GRANITO MENICUCCI, S.A.S.

Persona de contacto: Matías Ramón Menicucci Mella. Gerente General.
 Dirección: Autopista Duarte, Km 3½. Santiago
 Teléfono: (809) 582-7133
 Fax: (809) 583-8222
 Correo electrónico: menicucci@menicucci.com.do
 Productos: Pisos interiores y exteriores, topes y otras terminaciones para la construcción

INDUSTRIAS MACIER, S.A.

Persona de contacto: Mariel Quezada. Gerente Mercadeo.
 Dirección: Autopista Ramón Cáceres. Moca
 Teléfono: (809) 978-3606
 Correo electrónico: industriamacier.com
 Productos: Fabricación de productos y soluciones de limpieza para el hogar y cuidado personal

INDUSTRIAS METEORO, S.R.L.

Persona de contacto: Alexander Ramírez. Director.
 Dirección: Av. John F. Kennedy, Santo Domingo
 Teléfono: (809) 565-9977
 Fax: (809) 566-9464
 Correo electrónico: ind.meteoro@claro.net.do
 Productos: Ventas y reciclaje de baterías

INDUSTRIAS TUCÁN, S.R.L.

Persona de contacto: Marky González. Gerente de Venta Nacional.
 Dirección: Aut. Duarte, Km.17, La Penda. La Vega
 Teléfono: (809) 724-7777
 Fax: (829) 724-7777
 Correo electrónico: pinturas@industriastucan.com
 Productos: Fabricación de pinturas

INDUVECA, S.A.

Persona de contacto: Daysi Medina. Gerente de Promoción.
 Dirección: Av. Máximo Gómez, No. 182, Ensanche La Fe. Santo Domingo
 Teléfono: (809) 793-3000
 Productos: Productos de consumo masivo

INFOTEP

Persona de contacto: Lic. Arisleyda Tineo. Gerente Regional Norte.
 Dirección: Av. Estrella Sadhalá, esq. Hatuey. Santiago
 Teléfono: (809) 570-4125
 Fax: (809) 576-8651
 Correo electrónico: atineo@infotep.gob.do
 Productos: Capacitación

INMOBILIARIA PABLO MARTÍNEZ (MV TRAINING CLUB)

Persona de contacto: Pablo Martínez. Presidente.
 Dirección: Plaza Colinas Mall, 5to Piso
 Teléfono: (809) 575-7855
 Correo electrónico: [www.facebook.com / MV Training Club](http://www.facebook.com/MVTrainingClub).
 Productos: Gimnasio

INTERNATIONAL SOLAR SYSTEM

Persona de contacto: Graciano Acevedo.
 Dirección: Av. Rafael Vidal, No. 713 Embrujo I. Santiago
 Teléfono: (809) 587-9433
 Correo electrónico: ligia.intersosy@gmail.com
 Productos: Venta sistema de tratamiento de agua y calentador de agua

J**J. ARMANDO BERMÚDEZ, S.A.**

Persona de contacto: Pedro Luis Pérez Bermúdez.
 Gerente Nacional de Venta y Promoción.
 Dirección: C/ Domingo, No. 1. Santiago
 Teléfono: (809) 276-1852
 Correo electrónico: promocion@bermudez.com
 Productos: Venta de bebidas alcohólicas

J FRAKENBAERG, S.R.L. (DURALON)

Persona de contacto: Constantino Carlos. Gerente Sucursal Cibao.
 Dirección: Calle Santiago Rodríguez, No. 78. Santiago
 Teléfono: (809) 241-0410
 Fax: (809) 241-0318
 Correo electrónico: duralonstgo@claro.net.do
 Productos: Fabricación y ventas de productos plásticos

JARABA IMPORT

Persona de contacto: Luis Manuel Paliza Viyella. Administrador.
 Dirección: C/ Juan Goico Alix, No. 6, Ensanche la Julia. Santiago
 Teléfono: (809) 890-3959
 Fax: (809) 541-1437
 Correo electrónico: m.paliza@jarabaimport.com
 Productos: Importación de acero inoxidable

JET BLUE

Persona de contacto: Manuel Veras. Supervisor de Ventas.
 Dirección: Av. Bartolomé Colón, Santiago
 Teléfono: (809) 247-4440
 Fax: (809) 247-4446
 Correo electrónico: manuel.veras@jetblue.com
 Productos: Transporte aéreo

JUAN HERNÁNDEZ & ASOCIADOS

Persona de contacto: Romely Martínez. Asistente Administrativo.
 Dirección: C/ 27 de Febrero, No. 140, Villa Progreso. Santiago
 Teléfono: (809) 583-0004
 Fax: (809) 583-1047
 Correo electrónico: inf@juanhernandez.com
 Productos: Corredores de seguros

JUGOS ANTILLAS, S.R.L.

Persona de contacto: Ing. Andrés Tejada. Presidente.
 Dirección: Calle Penetración, No. 2, Urb. Los Robles, Santiago
 Teléfono: (809) 575-4580
 Fax: (809) 575-2135
 Correo electrónico: andres@jugosantillas.com
 Productos: Fabricación de jugos instantáneos

L**LH INTERNACIONAL, S.R.L.**

Persona de contacto: Luis R. Hernández. Gerente.
 Dirección: Av. Circunvalación, esq. Silvestre Taveras, Santo Domingo
 Teléfono: (809) 578-4105
 Fax: (809) 578-6857
 Correo electrónico: lhdez@claro.net.do
 Interés: Importación y venta de baterías, inversores y aires acondicionados

L.R. CARIBBEAN TURF

Persona de contacto: Juan Miguel Guzmán Hiraldo.
 Gerente de Ventas.
 Dirección: Av. Winston Churchill, esq. Desiderio Arias. Santo Domingo
 Teléfono: (809) 620-2406
 Fax: (809) 247-3770
 Correo electrónico: jmguzman@grupohaina.com
 Productos: Maquinarias

LISTA DE EMPRESAS POR ORDEN ALFABÉTICO

LA FABRIL, C. POR A.

Persona de contacto: Ing. Abel Castellanos. Coordinador de Promoción y Eventos.
Dirección: Autopista Duarte, Km. 5½, Santiago
Teléfono: (809) 724-7999
Fax: (809) 570-7161
Sitio web: www.lafabril.com.do
Productos: Industrial

LANCO DOMINICANA

Persona de contacto: Ing. Cándido Mejía. Gerente General.
Dirección: Autopista Duarte, Km. 22 ½, Parque Industrial Duarte. Santo Domingo
Teléfono: (809) 826-2626
Fax: (809) 826-2929
Correo electrónico: cmejia@lancopaints.com
Interés: Pinturas y sellados de techos

LIVI ON TRADE, S. R. L.

Persona de Contacto: Elio O. Lagana. Presidente.
Dirección: Av. Rep. De Colombia, Ciudad Real I, Manzana B, No. 44, Arroyo Hondo.
Teléfono: (809) 334-6828
Correo electrónico: liviontrane@hotmail.it.
Producto: Comercialización de ollas y cubiertos en acero inoxidable

LOPIZZA S.R.L. (HELADOS SPLASH)

Persona de contacto: José Manuel López. Gerente de Mercado.
Dirección: Av. Altigracia, esq. Santa Cruz. Tamboril.
Teléfono: (809) 915-1007
Fax: (809) 570-8161
Correo electrónico: mercadeo@heladossplash.com
Interés: Fabrica de helados

LUCALZA DOMINICANA

Persona de contacto: Rafael Bisonó. Gerente.
Dirección: Av. Isabel Aguiar, No. 97. Santo Domingo.
Teléfono: (809) 518-0697
Fax: (809) 537-7302
Interés: Distribución y comercialización de lubricantes

M

MANUEL ARSENIO UREÑA, S.A.

Persona de Contacto: Ing. Juan Manuel Ureña. Presidente.
Dirección: Av. Bartolomé Colón, esq. Metropolitana, Los Jardines. Santiago.
Teléfono: (809) 582-1152
Fax: (809) 583-1446
Correo electrónico: info@mau.com.do
Productos: Venta de lubricantes, gomas, baterías y productos automotrices

MAZZARELO PIZZA

Persona de Contacto: Lic. Ramón Ortiz Arthees. Administrador.
Dirección: Carretera Licey, entrada Vereda, No. 4, Santiago.
Teléfono: (809) 736-1200
Correo electrónico: mazzarelopizza@gmail.com
Productos: Pizzería

MERCASID

Persona de Contacto: Leslie Ureña.
Dirección: Av. Máximo Gómez, No. 182, Santo Domingo
Teléfono: (809) 565-2151
Fax: (809) 542-5969
Correo electrónico: daysi.medina@induveca.com.do.
Productos: Fabricación y ventas de productos de consumo masivo.

MULTIEMPAQUES DOMINICANA

Persona de Contacto: Arelis de Jesús. Gerente de Ventas.
Dirección: C/ L, esq. D, Zona Industrial de Haina. Santo Domingo.
Teléfono: (809) 957-2233
Fax: (809) 957-3901
Correo electrónico: mercadeo1@multimpagues.com.do.
Productos: Etiquetas y empaques flexibles

MUNDO LED

Persona de Contacto: Miguel Saint Hilaire. Gerente Mercadeo.
Dirección: Plaza Bella Terra Mall, 2do nivel. Santiago.
Teléfono: (809) 583-1122 / (829)-610-1509
Correo electrónico: miguel@mundoled.com.do.
Productos: Comercialización del led

O

OKI SUSHI

Persona de contacto: Rosa Lugo.
Dirección: C/Cuba, No. 69, esq. Beller. Santiago.
Teléfono: (829) 961-8190
Página web: rosaluma7@yahoo.com
Productos: Restaurante

ORANGE DOMINICANA

Persona de contacto: Danilo Ginebra Deputy. VP Comercial.
Dirección: Av. Núñez de Cáceres, No. 8. Santo Domingo.
Teléfono: (809) 859-1106
Productos: Telecomunicaciones

P

PANADERÍA Y PRODUCTOS MARÍA

Persona de contacto: Erick Reyes. Gerente de Ventas.
Dirección: Av. Texas, No. 22. Santiago
Teléfono: (809) 583-8689
Fax: (809) 971-4768
Productos: Comercialización de productos comestible

LISTA DE EMPRESAS POR ORDEN ALFABÉTICO

PASTEURIZADORA RICA, S. A.

Persona de contacto: Wilton Esteban. Sub-Gerente.
 Dirección: Autopista Duarte, Km 4 ½, Santiago
 Teléfono: (809) 570-6311
 Fax: (809) 570-4230
 Correo electrónico: westeban@gruporica.com
 Productos: Comercialización productos de consumo masivo

PERAVIA INDUSTRIAL S.A. (LA FAMOSA)

Persona de contacto: Germán Rodríguez. Supervisor.
 Dirección: Autopista Duarte, Km. 12½, Santo Domingo
 Teléfono: (809) 570-6211
 Productos: Suplir productos Agroindustriales

PETS AGROINDUSTRIAL

Persona de contacto: Esteban Ferreiras. Administrador.
 Dirección: Km.11, Autopista Duarte, Santiago
 Teléfono: (809) 612-5550
 Fax: (809) 612-5553
 Correo electrónico: administración@petsagro.com
 Productos: Producción y comercialización de alimentos balanceados para animales

POLLO LICEY, S.A.

Persona de contacto: Ramón Ignacio Espinal. Gerente Operaciones.
 Dirección: Av. Juan Pablo Duarte, No. 38, Licy al Medio, Santiago
 Teléfono: (809) 580-8155
 Correo electrónico: pollolicey@hotmail.com
 Productos: Venta de comida rápida

PRICE SMART DOMINICANA

Persona de contacto: Rebecca Peña. Gerente Membresía.
 Dirección: Av. Estrella Sadhalá, No. 22, Santiago
 Teléfono: (809) 336-1999
 Fax: (809)337-1603
 Correo electrónico: repena@pricesmart.com
 Productos: Servicios

PROCESADORA SAN MARTÍN DE PORRES, S.R.L.

Persona de contacto: Sr. Juan Núñez Collado.
 Presidente/ Gerente General.
 Dirección: Av. Presidente Antonio Guzmán, Km 5 ½, La Herradura, Santiago
 Teléfono: (809) 247-2727
 Fax: (809) 247-2444
 Sitio web: www.mamafoods.com.do
 Productos: Procesadora y envasadora de productos comestibles

PRODACOM, S.A.S.

Persona de contacto: Luis Eusebio Muñoz. Gerente Corporativo.
 Dirección: C/Independencia, esq. Sánchez, Santiago
 Teléfono: (809) 247-5000
 Fax: (809) 247-6966
 Correo electrónico: emunoz@prodacom.com
 Productos: comercio: Ventas y servicios de equipos tecnológicos y muebles de oficina

PRODUCTOS CHEF, S.A.

Persona de contacto: Eddie Soto Fung. Gerente de Ventas.
 Dirección: Carretera No. 11, Km 13 ½, El Mamey.
 Santo Domingo Norte.
 Teléfono: (809) 568-2886
 Fax: (809) 569-8745
 Correo electrónico: info@productoschef.com
 Productos: Comercializadora de productos

PUEBLO VIEJO DOMINICANO CORPORATION

Persona de contacto: Jorge Esteva. Gerente de Comunicación.
 Dirección: Av. Lope de Vega, No. 29, Ens. Naco, Novo-Centro,
 piso16, Santo Domingo
 Teléfono: (809) 542-7878
 Fax: (809) 549-3888
 E-mail: pvdccomunications@barrick.com
 Productos: Minería

R**RAINSOFT HISPANIOLA**

Persona de Contacto: Juan M. González.
 Dirección: C/C, No.5 Cerro Alto, Santiago
 Teléfono: (809) 806-8845
 Fax: (809) 539-6714
 Correo electrónico: ventas@reeferservices.com
 Productos: Transporte refrigerado

REEFER SERVICES S.A.S.

Persona de Contacto: Jesús López.
 Dirección: Autopista Duarte, Km 61½, Canabacoa, Santiago
 Teléfono: (809) 539-6122
 Fax: (809) 539-6714
 Correo electrónico: ventas@reeferservices.com
 Productos: Transporte refrigerado

ROYAL PRESTIGE, S.R.L.

Persona de contacto: Eugenio Domínguez Fermín.
 Gerente General.
 Dirección: Av. Independencia, Km. 10 ½, Santo Domingo
 Teléfono: (829) 995-1015
 Fax: (829) 915-7112
 Correo electrónico: dominguezfermin@hotmail.com
 Productos: Distribución de utensilios de cocina

RYSELL INTERNATIONAL

Persona de contacto: Luis Valdéz, Gerente Regional.
 Dirección: Ave. Los Restauradores, No. 179, Santo Domingo Norte
 Teléfono: (829) 569-2111
 Correo electrónico: l.valdez.t@hotmail.com
 Productos: Distribución y fabricación de Productos de consumo masivo

LISTA DE EMPRESAS POR ORDEN ALFABÉTICO

S

SECCIÓN COMERCIAL DE LA EMBAJADA DE LA REPÚBLICA DE COREA

Persona de contacto: Gwangseob Kim, Director.
 Dirección: Paseo de la Reforma 265, Piso 2,
 Col. Cuauhtemoc, CP 06500
 Teléfono: 52 55 5207 0141
 Correo electrónico: iamra@sbc.or.kr
 Productos: Servicios de incubación de Negocios

SERVICIOS ESPECIALIZADOS DE INGENIERÍA

Persona de contacto: Luis Orlando Martínez.
 Director Administrativo.
 Dirección: C/ México, Plaza Paty, Mod A1, Reparto del Este,
 Santiago
 Teléfono: (829) 947-0906
 Correo electrónico: info@seiter.com.do
 Productos: Servicios de ingeniería

SG ELECTRONIC SERVICES (GRUPO SG)

Persona de contacto: Gregorio Castillo, Gerente General.
 Dirección: C/ Entrada Zona Franca, Esq. No. 11, Santiago
 Teléfono: (809) 510-5282
 Fax: (809) 575-2675
 Correo electrónico: sgelectronic@claro.net.do
 Productos: Venta y reparación de equipos electrónicos

SUPERARTE

Persona de contacto: Jasaira Mora. Gerente de Administración.
 Dirección: Beller No.131, 2do piso, Santo Domingo
 Teléfono: (809) 276-1403
 Fax: (809) 276-1403
 Correo electrónico: jasairamora@claro.net.do
 Productos: Ventas de enciclopedias

T

TEJACENTRO, S.R.L.

Persona de contacto: Juan Manuel Rodríguez Polanco. Presidente.
 Dirección: C/ España, No. 118, Esq. Beller
 Teléfono: (809) 581-1940
 Correo electrónico: tejacentro@hotmail.com
 Productos: Ventas de sistema techado

TIENDAS CORRIPIO

Persona de contacto: Eudy José Collado Abreu,
 Gerente de Mercadeo.
 Dirección: Av. Estrella Sadhalá, No. 5, Santiago
 C/ Del Sol, esq. Duarte, Santiago.
 Teléfono: (809) 247-4560 / (809) 226-5351
 Correo electrónico: ecollado@corripio.com.do
 Productos: Comercialización de Electrodomésticos

THE OFFICE WAREHOUSE

Persona de contacto: Pablo Lora. Vice-Presidente.
 Dirección: C/D esq. El Diamante, Zona Industrial de Herrera,
 Santo Domingo
 Teléfono: (809) 518-2841
 Fax: (809) 530-2305
 Correo electrónico: p.lora@towd.com
 Productos: Ventas de materiales gastable y mobiliario de oficina
 y suministro de impresión.

TRACE INTERNATIONAL, S.R.L.

Persona de contacto: Heydee Guzmán. Asistente Comercial.
 Dirección: Roberto Pastoriza. Naco, No. 154, Santo Domingo.
 Teléfono: (809) 338-2151
 Correo electrónico: heydee.guzman@tranceinternacional.com
 Productos: Venta de baterías para inversores

TRICOM

Persona de contacto: Desiree Logroño,
 VP Relaciones Institucionales.
 Dirección: Av. Lope de Vega, No. 95, Santo Domingo.
 Teléfono: (809) 476-4137
 Productos: Telecomunicaciones

TRILOGY DOMINICANA, S.A. (VIVA)

Persona de contacto: Rosambar Fernández.
 Directora de Ventas al Consumidor.
 Dirección: Av. Winston Churchill, No. 73,
 Esq. Max Henríquez Ureña, Piantini, Santo Domingo
 Teléfono: (809) 503-3202
 Correo electrónico: rfernandez@viva.com.do
 Productos: Telecomunicaciones

U

UNIVERSIDAD NACIONAL EVANGÉLICA (UNEV)

Persona de contacto: Ing. Yamel Valera. Director.
 Dirección: Av. Estrella Sadhalá, No. 202, Santiago.
 Teléfono: (809) 575-3535
 Fax: (809) 576-7054
 Correo electrónico: yamelvalera@yahoo.es
 Productos: Estudios superiores



*Expertos
en servicios
para la cadena de frío.*

REFEER SERVICES ofrece a sus clientes, las mejores soluciones para la administración de la cadena de frío. Para esto contamos con la tecnología más avanzada en sistemas de climatización para los sectores industrial, comercial y de transporte.

Refrigeración Industrial

- Neveras exhibidoras (supermercados)
- Unidades condensadoras
- Unidades evaporadoras
- Paneles insulados para cuartos fríos
- Cuartos fríos modulares
- Sistemas paralelos de refrigeración (RACKS)
- Sistema de monitoreo ambiental remoto (SMAR)

Transporte refrigerado

- Alquiler y venta de contenedores refrigerados
- Equipos de refrigeración para camiones
- Cajas para camiones refrigerados
- Sistema de monitoreo de temperatura (SCOUT)



Autopista Duarte Km. 6 ½
Canabacoa-Santiago, Rep. Dom.
Tel: 809-612-7112 • Cel.: 829-539-1756 / 829-717-0170

Carretera Sánchez Km. 12½,
Sto. Dgo., Rep. Dom. Box 4117
Tel: 809-539-6122 • Fax: 809-539-6714

ventas@reeferservices.com / www.reeferservices.com

LISTA DE EMPRESAS POR ORDEN ALFABÉTICO POR SECCIÓN

A

A B C Caribe ●
 Almonte Comercial, S.R.L. ●
 Almonte y Asociados ●
 Arconim Constructora ●
 ARS Salud Segura ●
 Asociación Cibao de Ahorros y Préstamos ●

B

Baltimore Dominicana, S.A. ●
 Banco Adopem ●
 Banco BHD León ●
 Banco Múltiple Ademi, S.A. ●
 Banco Múltiple BDI, S.A. ●
 Banco Popular Dominicano ●
 Barrick Pueblo Viejo ●
 Bepensa Dominicana, S.A. (Coca Cola) ●
 Boe Dominicana, S.R.L. ●
 Bosquesa, S.R.L. ●

C

Cámara de Comercio Dominicano-Francesa (CCDF) ●
 Cámara de Comercio y Producción de Santiago ●
 Came Cibao, S.R.L. ●
 Cartones Del Caribe, S.A. ●
 Casa Paco, S.A. ●
 Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana CEI-RD ●
 Cementos Cibao, C Por A ●
 Centro de Cosméticos Hernández (La Reina) ●
 Centro Dental Especializado ●
 Cervecería Nacional Dominicana ●
 Cervecería Vegana ●
 Cibaeña Motors S.R.L. ●
 Claro ●
 Clínica Corominas, CxA ●
 Clínica Unión Médica ●
 Comedores Económicos ●
 Constructora del Tropic ●

D

Despacho de la Primera Dama ●
 Dirección General de Museos
 Dirección de Información y Defensa de los Afiliados a la Seguridad Social (DIDA) ●
 Distribuidora Alondra ●
 Distribuidora E&M S.R.L. ●
 Domequip, S.R.L. ●
 Dominic Pizza ●
 Drink Media Group, S.R.L. ●

E

Edenorte Dominicana, S.A. ●
 E T C & Asociados (Estrella y Tupete) ●
 Embajada de Brasil ●
 Endy Agroindustrial, S.R.L. ●
 Epkasa Real Estate, S.R.L. ●
 Espalsa, S.R.L. ●

F

Farmacia Madera, S.R.L. ●
 Farmaconal ●
 Fondesa ●
 Font Gamundi ●
 Foto Estudio A, S.R.L. ●
 Fuente de Luz Memorial Park ●
 Funeraria Blandino ●

G

GJS Plast Bag ●
 Grena, S.R.L. ●
 Grupo Corvi, S.A. ●
 Grupo Rojas ●

H

Helados Bon ●

I

Industrias Banilejas ●
 Industrias del Granito Menicucci, S.A.S. ●
 Industrias Macier, S.A.
 Industrias Meteoro, S.R.L. ●
 Industrias Tucán, S.R.L. ●
 Induveca, S.A. ●
 Infotep ●
 Inmobiliaria Pablo Martínez (MV Training Club) ●
 International Solar System ●

J

J. Armando Bermudez, S.A. ●
 J Frankenbaerg, S.R.L. (Duralon) ●
 Jaraba Import ●
 Jet Blue ●
 Juan Hernández & Asociados ●
 Jugos Antillas, S.R.L. ●

L

LH Internacional, S.R.L. ●
 L.R. Caribbean Turf ●
 La Fabril, C. Por A. ●
 Lanco Dominicana ●
 Livi On Trade, S.R.L. ●
 Lopizza S.R.L. (Helados Splash) ●
 Lucalza Dominicana ●

M

Manuel Arsenio Ureña, S.A. ●
 Mazzarelo Pizza ●
 Mercasid ●
 Multiempaques Dominicana ●
 Mundo Led ●

O

Oki Sushi ●
 Orange Dominicana ●

P

Panadería y Productos María ●
 Pasteurizadora Rica, S. A. ●
 Peravia Industrial S.A. (La Famosa) ●
 Pets Agroindustrial ●
 Pollo Licey, S.A. ●
 Price Smart Dominicana ●
 Procesadora San Martín de Porres, S.R.L. ●
 Proacom, S.A.S. ●
 Productos Chef, S.A. ●

R

Rain Soft Hispaniola ●
 Reefer Services S.A.S. ●
 Rysell International ●
 Royal Prestige, S.R.L. ●

S

SG Electronic Services (Grupo SG) ●
 Sección Comercial de la Embajada de la República de Corea ●
 Servicios Especializados de Ingeniería ●
 Superarte ●

T

Tejacentro, S.R.L. ●
 Tiendas Corripio ●
 The Office Warehouse Dominicano ●
 Trace International, S.R.L. ●
 Tricom ●
 Trilogy Dominicana, S.A. (Viva) ●

U

Universidad Nacional Evangélica (UNEV) ●

● ALIMENTOS Y BEBIDAS

● AGRICULTURA, GANADERÍA Y PESCA

● SECTOR CONSTRUCCIÓN E INDUSTRIA

● CONSUMO PERSONAL Y DEL HOGAR

● SECTOR INSTITUCIONAL, ASOCIACIONES Y GOBIERNO

● SERVICIOS FINANCIEROS Y SERVICIOS GENERALES

● VEHICULOS Y LUBRICANTES

● TELECOMUNICACIONES, MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y PRESA

LANCO®

DRY-COAT

Primer + Pintura + Sellador

SEAL-COAT

Látex Acrílico Impermeabilizante



MI MUNDO ES MEJOR CON LANCO

Disponible en tiendas de pinturas y ferreterías. Tel (809) 826-2626. www.lancopaints.com

LA CÁMARA DE COMERCIO Y PRODUCCIÓN DE SANTIAGO AGRADECE LA COLABORACIÓN Y/O PATROCINIO DE:

- Al Final de la Tarde Con Jordi- Digital FM 95.5
- Alcaldía del Municipio de Santiago
- Amanecer Cibaño - Ramón Paulino
- AMETRASAN
- ARLS Salud Segura
- Arte & Medio-Telesistema Canal 11
- Arzobispado Metropolitano de Santiago
- Auto Haus
- Banco Popular Dominicano
- Betemit Industrial
- Café Extra 25-Canal 25
- Cámara de Comercio Dominicano Francesa
- Canal 25
- Canal 57
- Carlos Manuel Estrella
- Centro de Exportación e Inversión de la Rep. Dominicana (CEI-RD)
- Cervecería Nacional Dominicana
- Claro
- Comedores Económicos
- Con el Consumidor Telesistema Canal 2
- CORAASAN
- Corporación Zona Franca Industrial de Santiago
- Cuentas Claras - La Nota Diferente 95.7FM
- De Ahora con José Cerda- Teleunión Canal 16
- De Extremo a Extremo-Telemicro Canal 5
- Defensa Civil de Santiago
- Edenorte
- El Cafecito - Haime Thomás Frías
- El Matutino de Teo Veras por la 91.3 FM
- El MejorBonche.Com
- El Mismo Golpe- ZOL 106.5FM
- En la Tarde - José Gutiérrez
- Endy Agroindustrial
- Expographik
- Federico Basilis
- Francisco Muy Diferente- Francisco Vásquez
- Gobernación de la Provincia de Santiago
- Gran Teatro del Cibao- Brenda Sánchez
- Innova Marketing Group
- Intellisys
- Jet Blue
- José Ramón González
- La Vida Simple 95.7 FM La Nota Diferente
- Las Noches con Bélgica- Canal 29
- Marketing One Radio
- Ministerio de Cultura
- Ministerio de Industria y Comercio
- Monumento a los Héroes de la Restauración
- NCDN
- Noticias de Filo RD
- Noticias y Más - Telecontacto Canal 57
- Nueva Editora La Información
- Ocho_Ochenta Design
- Orange
- Periódico Diario Libre
- Periódico El Caribe
- Periódico El Nacional
- Periódico El Nuevo Diario
- Periódico Hoy
- Periódico Listín Diario
- Policía Nacional
- Pueblo Viejo Dominicano Corporation
- Revista 110 - Julito Hazim
- Revista Mercado
- RT-Comunicaciones- Rosa Taveras
- Santiago Digital
- Santiago Local
- Solimsa
- Solucync
- Super TV 55
- Telecontacto Canal 57
- Telesistema Canal 11
- Teleuniverso Canal 29
- Viva

FALCON[®]

LASER TONER-INK CARTRIDGE



PARA IMPRESORAS, FOTOCOPIADORAS, MULTIFUNCIONALES Y FAX:

HP | Canon | Lexmark | Brother

- ✓ Ahorro importante en comparación con el producto OEM, permitiéndoles aumentar su rentabilidad sin reducir la calidad o el rendimiento.
- ✓ Excelente calidad de impresión, mostrando alta densidad de imagen, rendimiento y desempeño de fusión.
- ✓ Fabricados en una industria con certificaciones ISO 9001, ISO 14001, Conformidad Europea (CE), HTS-ROHS, ITC-STMC y probados con la certificación de 360°, para asegurar así la total compatibilidad con los tóners OEM.

SATISFACCION GARANTIZADA!

IMPORTADOR Y MAYORISTA:

TOW

THE OFFICE WAREHOUSE, S.A.

C/ D Esq. El Diamante, Zona Industrial de Herrera, Santo Domingo Oeste.

Tel.: 809-518-2841 | Fax 809-530-2305

www.towrd.com

NUEVOS SOCIOS

A

AUTO PINTURA ROBLES, S.R.L.
Pintura, Desabolladura, Mantenimiento, Reparación y Ventas de Todo Tipo de Piezas y Accesorios para Vehículos
Joel Gregorio González Rodríguez
Autopista Duarte Km. 10
Tel: 809-582-2006
jgonzalez@autopinturarobles.com

C

CENTRO DE GOMAS BRITO, S.R.L.
Importación, Compra y Ventas de Gomas y Lubricantes
Pablo Francisco Ortega
Av. Circunvalación #10, Ensanche Espaillat
Tel: 809-295-4616

CONSULTORA J. CRUZ, S.R.L.
Asesoría Empresarial
Juan Cruz Elena
Carretera Luperón, esq. Estrella Sadhalá, Plaza Haché, Mód A-31
Tels: 809-583-2883 / 809-583-7786
cjc@consultorajcruz.com

CREDITOS GLOBAL, S. R. L.
Préstamos y Financiamiento en General
Wilton Andrés García Rodríguez
Av. Bartolomé Colón #43
Tel: 809-581-6363
creditosglobal@gmail.com

D

DISTRIBUIDORA E&M, S.R.L.
Venta de Cigarros Saborizados y Tabaco de Masticar
Claudia A. Lista Contreras
Carretera Don Pedro #112
Tel: 809-724-1717/2851
distribuidoraeymsrl@hotmail.com

E

EXCURSIONES UREÑA'S SERVICES, E.I.R.L.
Servicios Turísticos
José Luis Ureña
Av. Estrella Sadhalá #4, La Gallera
Tel: 809-576-7778
info@excursionessurena.com

EL MUNDO LEMAN, S.R.L.
Mecánica Automotriz
Raymundo Bolívar Gómez López
C/ Juan Bautista Pérez #18, Villa Progreso
Tel: 809-241-4407
elmundoleman@claro.net.do

F

FENIX CORPORATION, S.R.L.
Servicios Tecnológicos en General
Wziel Paniagua Estévez
C/ Proyecto I #29, Cerros de Gurabo
Tel: 809-583-2051 / 829-336-8855
info@fenixcorporation.com

FUENTE DE LUZ MEMORIAL PARK, SANTIAGO, R.D, S.R.L.
Cementerio Privado
Yakaira Díaz de Cabrera
Av. Circunvalación Norte, Km. 2 ½, Las Palomas
Tel: 809-241-0114
yakairacabrera0508@gmail.com

G

GRUPER, S.R.L.
Construcción
Wilfrido Perdomo
C/Primera #9, Reparto Montero
Tel: 809-471-8094
grupoperdomo@gmail.com

H

HELADOS LA FUENTE, S.R.L.
Fabricación y Distribución de Helados
Octavio Sigfrido Subervi Rojas
Av. Imbert #131
Tel: 809-295-1844/829-586-2042

M

MARTINSA, S.R.L.
Bienes Raíces e Inversiones Inmobiliarias
José Rafael González Inoa
Av. Bartolomé Colón, Plaza Barcelona, Mód 210
Tel: 809-582-9558
cobros@martinsa.com.do

MORTEROS AMERICAN, S.R.L.
Fabricación y Distribución de Materiales de Construcción
León Ricourt Botello
C/E. León Jiménez #93, Villa Progreso
Tel: 809-275-8770
info@morterosamerican.com

NUEVOS SOCIOS

S

SERVICIOS ELECTROMECÁNICOS INTEGRADOS, S.R.L. (SEISA)
 Servicios de Mantenimiento de Equipos Eléctricos
 Waldo Díaz
 C/7 esq. 8, #10, Llanos de Gurabo
 Tel: 809-276-8821
 seisard@gmail.com

TEJA SOL, S.R.L.
 Importación, Venta y Distribución de Tejas
 Luis Carlos Lora García
 Autopista Duarte Km. 8 1/2, Entrada Los Sánchez
 Tel: 809-626-5269/809-275-5669
 luisclora@tejasol.com

T

TEJACENTRO, S.R.L.
 Ventas de Sistemas de Techado de Acero Gravillado
 Juan Manuel Rodríguez Polanco
 C/España #118, esquina Beller
 Tel: 809-581-1940
 tejacentrodr@hotmail.com

W

WP SECURIELECT IMPORTS, S.R.L.
 Ventas de Equipos de Seguridad
 Wilber Pérez Peña
 C/Proyecto #1, Edif. Juanito Estrella, Local 1B
 Tels: 809-276-1585/829-422-1030
 mpsecurielect@gmail.com



...LILITO SPICY+COCA COLA 16 OZ • 175.00 ...

Platano Maduro, Spicy King Crab, Pepino y Salsa Anguila

Bacon Roll • 165.00

Tocineta, Cream Cheese, Plátano Maduro, Aguacate, Salsa de Miel y Salsa de Anguila

Calamardo Roll • 150.00

Calamar crujiente, Puerro, Cream Cheese, Pepino, Salsa de Miel y Salsa de Anguila

Philadelphia Roll • 160.00

Salmon Fresco, Cream Cheese y Puerro

Cibao Roll • 185.00

Surimi, Camaron Tempura, Cream Cheese, Aguacate, Pimiento Rostizado, Salsa de Miel y Salsa de Anguila

Rollo Dominicano • 160.00

Pechuga de Pollo Tempura, Cream Cheese, Aguacate, Lechuga, Platano Maduro, Salsa de Miel y Salsa de Anguila

Dadeland Roll • 150.00

Pechuga de Pollo Teriyaki, Platano Maduro, Pepino, Pimiento Rostizado y Salsa de Anguila

Spicy King Crab Tartar • 140.00

Deliciosa Pasta de Cangrejo con una base de Aguacate, Acompañadas de Batatas Chips, Salsa de Miel y Anguila)

Pechuga de Pollo Oki • 150.00

Deliciosa Pechuga de Pollo Desmenuzada con Puerro, Pimiento una base de Aguacate, Acompañada de Batatas Chips con Salsa de Miel y Salsa de Anguila)

Dumpling • 120.00

*Vegetales y Pollo *Vegetales y Cerdo

Pechurina Roll • 165.00

Pechuga de Pollo, Panco Zanahoria, Platano Maduro y Salsa de Miel

Impuestos no incluidos • Precios válidos solo en la expo

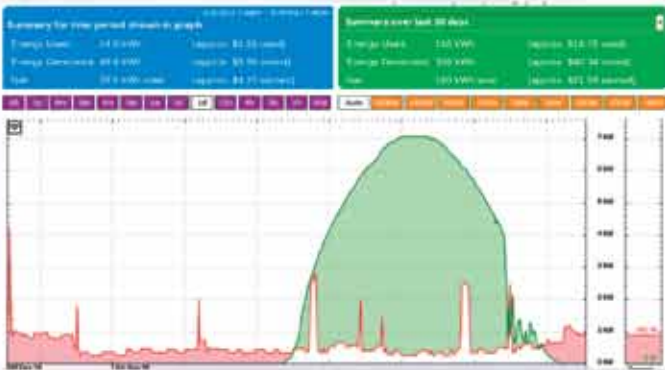
DELIVERY: 809.226.2007 • C/Cuba #69 (entre C/restauración y C/Beller)

**MENÚ
especial**
 •• para ••
**EXPO
CIBAO
2014**





seiter srl
ingeniería & energías renovables



Eficiencia Energética:

- Sistemas solares
- Sistemas HVAC (Heating, Ventilation and Air Conditioner) de alta eficiencia
- Otros sistemas de ahorro, control y monitoreo

Calle México, esq. Yoryi Morel, Plaza Paty V, Mod. A1, Reparto Del Este
Santiago Rep. Dom. / web www.seiter.com.do / email info@seiter.com.do
teléfono 829-947-0906/ cel administración 829-605-5225 / cel ingeniería 829-605-5224

SOCIOS HABLAN



“Expo-Cibao ha sido por muchos años una experiencia excelente como plataforma comercial y de acercamiento con toda la comunidad de la Región Norte, especialmente Santiago. Nos brinda el ambiente y la oportunidad perfecta para que todos los asistentes puedan conocer y disfrutar todas las ofertas innovadoras que Claro presenta cada año en esta magnífica fiesta del comercio cibaño.

Para Claro es un honor y un privilegio participar en Expo-Cibao cada año, para agradecer el cariño y preferencia que nos brinda el mercado de esta productiva región del país y contribuir con el desarrollo de sus instituciones y su gente.”

Miguel Gneco, Director de Ventas Masivas, Claro



“En la Fabril valoramos positivamente nuestra participación en Expo-Cibao. Es una oportunidad que nos permite la exhibición de nuestros productos y contactar directamente a nuestros consumidores.

Expo-Cibao, por el alto nivel de actividades, la cantidad de expositores y el gran número de visitantes es un evento exitoso en el cual queremos estar presentes y esperamos seguir formando parte del mismo.”

Miguel Blasco - Gerente Ventas & Mercadeo, La Fabril



ING. ERICMERCEDES R.
& ASOCIADOS S.R.L.

Proyectos Inmobiliarios | Obras Civiles | Tasaciones | Asesoría Ambiental
Diseños e Instalaciones de Sistemas Hidrosanitarios | Consultoría

Desarrollamos y complementamos
proyectos de ingeniería civil, hidrosanitaria
y ambiental, de manera personalizada,
eficiente y confiable a cada uno
de nuestros clientes.

809 576 2680

iemas7@gmail.com



C/35 #00, Segundo Nivel, Apartado postal 1290, Tierra Alta, Santiago, RD.



Endy Agroindustrial, S.R.L.
Empresa Agropecuaria Integrada • Certificada ISO 9001:2008.

Ceiba de Madera, San Víctor, Moca, R.D.

e-mail: info@endyagroindustrial.com • www.endyagroindustrial.com

Tels.: 809-580-6445, 809-823-0645 Fax: 809-580-5935





Sistema De Energía Solar

COMERCIALES, RESIDENCIALES E INDUSTRIALES



DEPARTAMENTO DE ENERGÍA RENOVABLE DE LH INTERNACIONAL



MOCA - SANTIAGO - SAN FCO. DE MACORÍS - SANTO DOMINGO / 809.578.4105 / 809.971.9144

