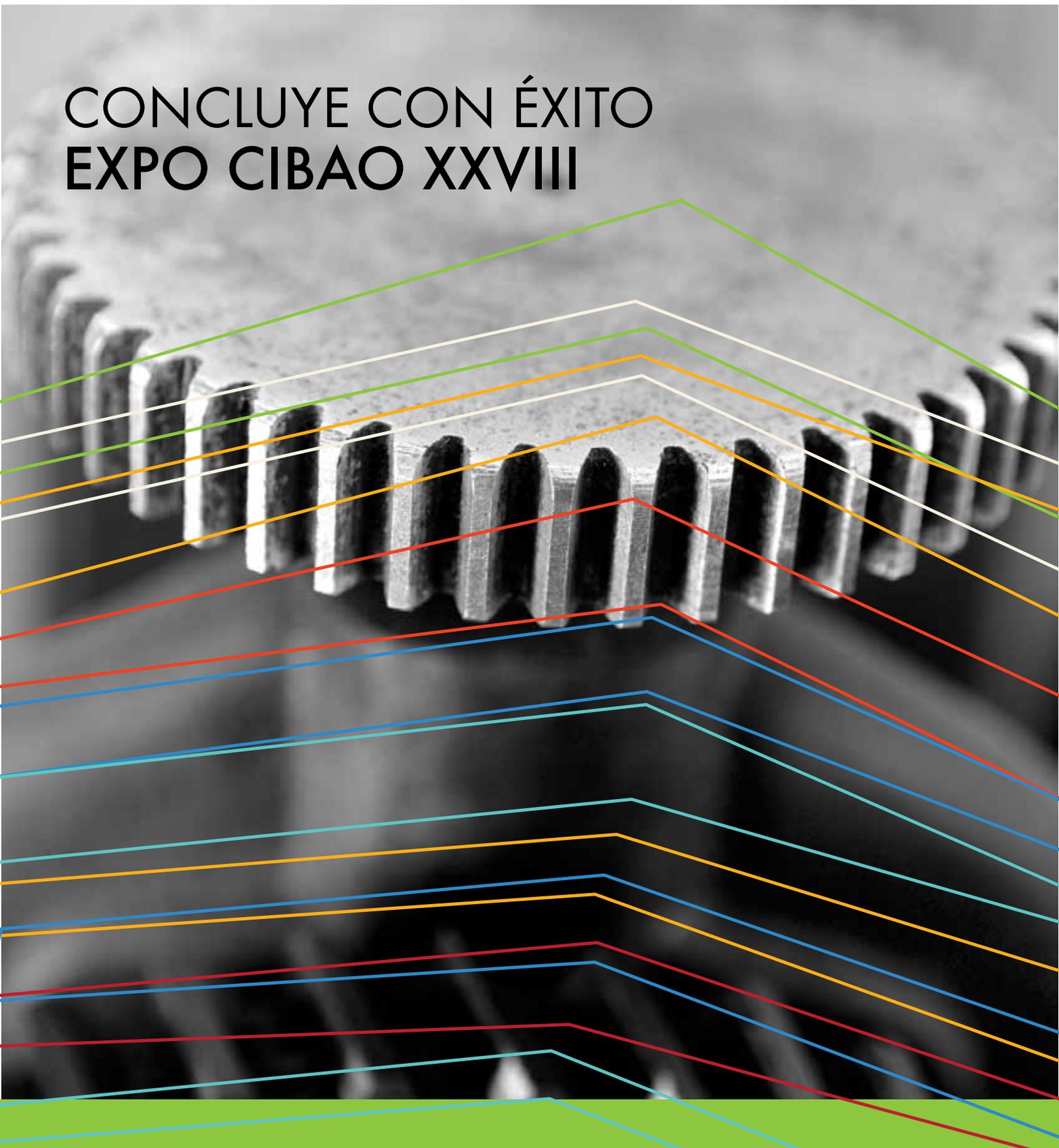




CONCLUYE CON ÉXITO EXPO CIBAO XXVIII





NUESTRO TERRITORIO

CEMENTOS CIBAO



CEMENTOS
CIBAO
EL CEMENTO PREMIUM DOMINICANO



XVI Concurso Fotográfico Digital

Expo Cibao 2015

Foto Ganadora 1er lugar. "LA HORA DEL TE"

Autor: Yoshira Altagracia Veras Suazo



Nacida en Villa Gonzalez, actualmente residente en Santiago, estudiante de arquitectura. Descubrió su pasión por la fotografía en el 2011 desde entonces es practicante aficionada. Participante en la 28^{va} Bienal Nacional De Artes Visuales (En el presente año) con la fotografía que lleva como título "Del Océano".

También participa de algunos grupos fotográficos, entre los más destacados el grupo "SUMERGIDOS", con Fausto Ortiz como creador. Responsable de la primera exposición fotográfica colectiva en Santiago, que tendrá lugar el Martes 17 de noviembre en la galería de arte "Tríptico".

Revista No.60 • Año 14
Octubre - Diciembre 2015
Publicación Trimestral

Director Ejecutivo
Fernando Puig

Coordinadora
Roseydi Espinal

Diagramación
ocho_ochenta design

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: EXPO CIBAO XXVIII
- 06 Actividades del Trimestre
- 11 Asesoría: Recomendaciones para Medir el Impacto del Marketing Digital en tu Negocio
- 16 Asesoría: Identidad Corporativa vs. Imagen Corporativa
- 20 Actualidad: Capacitación en las Empresas: Medio para Elevar el Desempeño de Nuestros Colaboradores
- 22 Actualidad: Eficacia de las Decisiones de la Corte Interamericana de Derechos Humanos
- 24 Legal: Aumento del Periodo Pre y Post Natal
- 26 Actualidad: ¿Que son Bitcoins?
- 30 Nuevos Socios y Socios Hablan

EXPO CIBAO XXVIII

La Cámara de Comercio y Producción de Santiago culminó recientemente el montaje de la exhibición comercial Expo Cibao en su versión #28. Han sido múltiples versiones renovadas, retadoras e impulsoras de la actividad comercial y la inversión en la región del Cibao.

Desde la primera ocasión, en 1988, cuando su impulsor principal, don Luis María Pieter Solano, en ese entonces presidente de la Cámara, enarboló el lema 'Mostremos lo que producimos', Expo Cibao ha sido el escenario idóneo para las empresas pequeñas con aspiración de crecer, para las visionarias en expansión de mercado y para las grandes que requieren mantener una imagen de marca y presencia en la mente de los consumidores.

Cada etapa, cada uno de los cuatro lugares que han sido escenarios del montaje de Expo Cibao, cada presidente de la Cámara y cada director de la misma ha dejado su impronta en el evento, siempre tratando de satisfacer las demandas de los expositores para lograr un mayor impacto y acercamiento con el público.

Desde el año pasado, Expo Cibao ha sido acogido en los jardines del Gran Teatro del Cibao, espacio que se ha abarrotado de compradores, inversionistas, estudiantes de bachillerato, así como curiosos ávidos de conocimientos sobre nuevos mercados y productos. Este público, en adición a la exhibición comercial, pudo acceder a unas doce charlas temáticas y paneles sobre temas actuales, ofrecidos por reconocidos charlistas en sus respectivas áreas, que incluyeron, exportaciones, eficiencia energética, mercado de valores, finanzas personales y emprendimiento, arbitraje comercial, financiamientos, crecimiento personal, diseñando proyectos de vida, entre otros.

Precisamente esa variedad de temas, busca dejar en el visitante un conocimiento permanente que le permita competir exitosamente en la actividad económica de hoy. Para las versiones futuras Expo Cibao, proyecta mantener estas capacitaciones y lograr atraer misiones comerciales, nacionales e internacionales, que conecten nuestra producción de bienes y servicios con los mercados, tanto locales como extranjeros.

El acto inaugural contó con la presencia del presidente de la República, licenciado Danilo Medina, así como parte de su equipo de gobierno; además confluyeron en el acto, el empresariado de Santiago y de la región norte, los expositores, invitados especiales y miembros de la Cámara de Comercio.

Este selecto público valoró positivamente las palabras de Juan Manuel Ureña, presidente de la Cámara de Comercio y Producción de Santiago, quien destacó avances alcanzados en los últimos años, así como algunos factores de que adolece la región, para potencializar su vocación productiva, con eficiencia y competitividad.

De igual modo presentó una propuesta concreta orientada al tema del agua y la conservación de las cuencas hidrográficas, proponiendo que "el tratamiento de la misma se concentre no sólo en las necesidades de los consumidores finales, y que se devuelvan parte de los recursos utilizados o consumidos, a las zonas que realmente producen y preservan el líquido". Además propuso "un abordaje integral en el que todos los actores que inciden en las cuencas hidrográficas del país devuelvan, en su justa medida, los recursos que garanticen la inversión necesaria para aumentar la producción y el almacenamiento de agua limpia".

La Cámara de Comercio agradece el apoyo reiterado del público asistente, de los patrocinadores y expositores, así como de los medios de prensa y comunicación, que se solidarizan con el evento y lo entienden un medio de promoción y liderazgo para la Ciudad Corazón.



PANEL SOBRE EXPORTACIONES EN EXPO CIBAO

Con una orientación definida a contribuir al desarrollo de las empresas y al surgimiento de nuevas creaciones empresariales, la Cámara de Comercio y Producción de Santiago organizó la vigésimo octava versión de Expo Cibao el pasado mes de septiembre en las inmediaciones del Teatro del Cibao, en la ciudad de Santiago.

La XXVIII entrega de Expo Cibao incluyó una serie de actividades, paneles, talleres, así como jornadas recreativas. Merece especial atención el Panel de Exportación, auspiciado por el Banco Popular Dominicano y organizado por la Asociación de Industrias de la Región Norte y la Cámara de Comercio. En esta actividad tres destacados profesionales, Eduardo Rodríguez, Pavel Isa y Hugo Rivera, abordaron los aspectos legales, económicos y comerciales que deben observar y superar las empresas con vocación exportadora. Un nutrido e interesado público formuló preguntas, con la intención de ampliar sus conocimientos generales sobre el tema.

La República Dominicana tiene una posición privilegiada para confirmarse como gran exportador, gracias a los acuerdos comerciales firmados con Centroamérica, con Estados Unidos, con los países caribeños y con Europa. Dichos convenios le permiten acceder a más de 600 millones de personas. La oportunidad existe; desarrollemos la creatividad y pongamos todo el esfuerzo en aumentar las exportaciones

PRESIDENTE MEDINA ASISTE A ACTO DE APERTURA XXVIII DE EXPO CIBAO

En un regio acto celebrado en la Sala Principal del Gran Teatro del Cibao, con la presencia del Presidente de la República, Lic. Danilo Medina, la Cámara de Comercio y Producción de Santiago dio apertura a la versión XXVIII de Expo Cibao, el pasado miércoles 16 de septiembre.

En el acto también estuvieron presentes los ministros de Industria y Comercio, de la Presidencia, Administrativo de la Presidencia y de Relaciones Exteriores. Igualmente, el Procurador General de la República, el Senador, la Gobernadora y el Alcalde de Santiago.



El empresariado de Santiago y toda la región del Cibao, así como delegaciones de las Cámaras de Comercio del país, se dieron cita en este evento que promovió el comercio, a través de exhibiciones comerciales, conferencias, paneles y citas de negocios.

En las palabras de apertura, el presidente de la Cámara, señor Juan Manuel Ureña, resaltó aspectos positivos en el quehacer nacional, como también algunas de las necesidades de la región para lograr una mayor competitividad y por ende, la creación de más puestos de trabajo. Entre estos aspectos mencionó: generación eléctrica, depósitos de combustible, un puerto de carga activo y mejores vías de comunicación en la región.

COMITÉ DE RESPONSABILIDAD SOCIAL FINALIZA RIFA BENÉFICA CON ENTREGA DE JEEPETA



Como parte de las actividades de la clausura de Expo Cibao 2015, el Comité de Responsabilidad Social (CRS) de la Cámara de Comercio y Producción de Santiago, hizo entrega del premio de la rifa benéfica celebrada a favor del Banco de Válvulas "Enmanuel" para niños hidrocefálicos. El señor Junior Nicolás Gómez Sosa resultó ganador del sorteo de la Jeepeta Kia Sportage 2015, auspiciado por Auto Haus.

La presidenta de la directiva del CRS, Luly Toribio de Cabral, hizo entrega del

vehículo en las instalaciones del Edificio Empresarial de esta ciudad de Santiago.

La señora Toribio de Cabral reiteró su agradecimiento a cada una de las personas y empresas que colaboraron con la compra de boletos.

El Comité realiza cada año este sorteo con el objetivo de recaudar fondos para el sostenimiento de las operaciones que realizan, esfuerzos dirigidos especialmente a niños y niñas de escasos recursos que padecen de hidrocefalia.

El Comité de Responsabilidad Social inició sus operaciones en el año 1988 dando respuesta a un editorial publicado por el periódico La Información que solicitaba con urgencia la donación de una válvula para ser implantada a un niño de nombre Enmanuel que padecía de hidrocefalia.

DIPLOMADO EN TRIBUTACIÓN CORPORATIVA

La gestión tributaria empresarial se ha convertido en un tema complejo y tormentoso en el quehacer cotidiano de las empresas, y exponencialmente más dificultoso para las pequeñas y medianas empresas; dado, por una parte, la escasa disponibilidad de personal preparado en las áreas impositivas, y por la otra, la complejidad de nuestro marco fiscal regulatorio. Por tal motivo la Cámara de Comercio y Producción de Santiago, en alianza con el Instituto de Formación Técnico Profesional -INFOTEP-, diseñaron

un Diplomado especializado en Tributación Corporativa, el cual estará ofreciéndose de forma permanente en la Cámara y estará disponible para que INFOTEP lo replique en todo el país.

Este diplomado en el tema tributario incluye todas las normas y legislaciones vigentes en materia de impuestos, así como especiales de fomento e incentivos y aspectos relativos a la seguridad social y derecho laboral.

Es un compromiso de la Cámara de Comercio y Producción de Santiago seguir orientando a nuestras empresas asociadas en todo lo concerniente a sus obligaciones tributarias. Para el año 2016, seguiremos trabajando este tema, más aún cuando se espera la firma un gran pacto fiscal que simplifique el marco fiscal regulatorio de nuestro país que permita que todas las empresas, en especial las Pymes, puedan cumplir fielmente con sus obligaciones para con la sociedad.

PRIMERA COMPETENCIA NACIONAL DE DERECHO ARBITRAL

El Centro de Resolución Alternativa de Controversias de la Cámara de Comercio y Producción de Santiago, Inc., realizó, por primera vez en el país, la “Primera Competencia Nacional de Derecho Arbitral”, dirigida a estudiantes universitarios de la carrera de derecho. En dicha competencia participaron estudiantes de las universidades: Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra (PUCMM) Santo Domingo y Santiago, Universidad Iberoamericana (UNIBE), Universidad Tecnológica de Santiago (UTESA) y Universidad APEC (UNAPEC).



Esta competencia finalizó el sábado 19 de septiembre, dentro del marco de Expo Cibao 2015, resultando ganadores del mejor equipo de demandantes, las estudiantes Marielle De Jesús Guerrero Villanueva y Paola Mabel Diaz Torres de UNIBE y mejor equipo demandados, los estudiantes Israel Armando José Rosado y Josué Martí Gell de PUCMM, Santo Domingo.

Para la realización de ésta exitosa actividad contamos con el apoyo de un equipo de profesionales para componer los tribunales arbitrales, para conocer de la demanda arbitral a la cual debían someterse los estudiantes. El equipo evaluador estuvo integrado por los licenciados: Emilio Rafael Castaños, Ninoskha Marchal, José Rafael García, Cornelia Tejada, Edwin Espinal e Hirayda Fernández.

PROGRAMA COCIPS

La Comisión Coordinadora de Iniciativas Presidenciales en Santiago (COCIPS), de la cual forma parte la Cámara de Comercio y Producción de Santiago ha venido dando pasos de avance en los meses recientes. Entre los temas asumidos por dicha comisión se incluyen: programas de manejo de la cuenca del río Yaque del Norte, programas de capacitación a nivel técnico e inserción laboral, programas de inglés por inmersión, y programas de becas a nivel de grado en los distintos centros académicos de Santiago.

La Cámara de Comercio sirvió de enlace, junto a otras instituciones, para canalizar las solicitudes de más de mil jóvenes que aplicaron al programa especial de becas, preparado por el Ministerio de Educación Superior, Ciencia y Tecnología (MESCyT).

ASAMBLEA GENERAL ORDINARIA DE AICO

Del 21 al 25 de septiembre se celebró la Asamblea General de la Asociación Iberoamericana de Cámaras de Comercio (AICO), celebrada en la ciudad de Bogotá, Colombia. La Cámara de Santiago, estuvo representada por María Victoria Menicucci, pasada presidenta, quien ostenta el cargo de Vicepresidente Regional de la AICO.

Temas sobre alcance de las funciones de las Cámaras, así como las experiencias en países de Latinoamérica, en España y en Portugal fueron tratados en la asamblea, como forma de ampliar la incidencia de este importante eslabón en el quehacer cameral.

CÁMARA DE COMERCIO Y PRODUCCIÓN DE SANTIAGO CELEBRA CENTÉSIMO PRIMERA ASAMBLEA GENERAL ORDINARIA ANUAL DE SOCIOS Y JURAMENTA COMITÉS

La Cámara de Comercio y Producción de Santiago celebró el pasado 27 de octubre su 101ª Asamblea General Ordinaria Anual, tal como lo establecen los estatutos sociales de la institución.

Los salones de conferencias del Edificio Empresarial sirvieron de escenario para reunir el quórum requerido y llevar a cabo el acto, donde se presentaron los informes del período 2014-2015.

En esta ocasión, se conocieron los siguientes informes:

- De la Junta Directiva, presentado por el señor Juan Manuel Ureña, presidente de la Cámara, quien rindió el informe de su primer año de gestión desde octubre 2014 a octubre 2015, resaltando las actividades realizadas, los servicios a los socios y las posiciones públicas asumidas por la Cámara de Comercio en el período indicado.
- De la Tesorería de la Junta Directiva, presentado por el tesorero, señor Abner Lynch, quien presentó los estados financieros de la institución del período 2014-2015.



- Del Centro de Resolución Alternativa de Controversias (CRC), presentado por su presidente, señor Ismael Comprés, quien resaltó la importancia que viene adquiriendo la herramienta del arbitraje para dirimir conflictos.
- Del Comité de Responsabilidad Social (CRS), presentado por la señora Lourdes Toribio de Cabral, quien rindió cuentas sobre su gestión como Presidenta del CRS. La presidenta destacó el respaldo recibido en la rifa de un vehículo Kia Sportage que se realizó en la pasada Expo-Cibao, cuyos fondos se destinan para el Banco de Válvulas "Enmanuel" para niños hidrocefálicos.
- Del Comité de Jóvenes, presentado por su presidente, señor Raymundo Yunén. En este informe se resaltó la gestión realizada por ese comité.

Los miembros de la Cámara presentes dieron descargo a los representantes de los mencionados grupos. Además, se presentó la foto de la pasada presidenta de la Cámara, señora María Victoria Menicucci Mella.

En el acto también se juramentaron de los integrantes de los diferentes comités y del Bufete Directivo del CRC. La juramentación fue realizada por el presidente de la Junta Directiva, señor Juan Manuel Ureña.

LOS INTEGRANTES DE LOS DIVERSOS COMITÉS PARA EL NUEVO PERÍODO SON LOS SIGUIENTES:



De izquierda a derecha

CENTRO DE RESOLUCIÓN ALTERNATIVA DE CONTROVERSIAS (CRC):

1. Víctor Manuel Fondeur.
2. Claudia Ysabel Gallardo
3. José Ramón Vega Batle
4. Raquel de Castro Morel
5. José Hernández
6. Ismael Comprés
7. Vilena Comas de Stern
8. Arleen Peña R.
9. Eduardo Alberto Trueba Contreras
10. Juan José Arias
11. Ylona De la Rocha
12. Víctor José Martínez
13. Enmanuel Mena Alba
14. Arturo Grullón F.

COMITÉ RESPONSABILIDAD SOCIAL DE IZQUIERDA A DERECHA



De izquierda a derecha

1. Amelia Noboa
2. Carla Riggio de Ureña
3. Sally Fernández
4. Shiara Galarza
5. Luly Toribio de Cabral
6. Mary Helen Pereyra
7. Carla Fernández
8. Carla Gabriela Puig Fondeur
9. Massiel Sánchez



De izquierda a derecha

COMITÉ DE JÓVENES

1. Fernando Miguel Lama Capellán
2. Félix E. García
3. Juan Carlos González Boitel
4. Melissa S. Núñez
5. Rosa Succar
6. Raymundo Yunén H.
7. Rosalie de Lourdes Ortiz Vargas
8. Estela González Sadhalá
9. Carlos Cabrera
10. Franklyn A. Ramírez Fernández

RECOMENDACIONES PARA MEDIR EL IMPACTO DEL MARKETING DIGITAL EN SU NEGOCIO

Por José Ignacio Ureña

La realidad reciente y creciente es que muchas empresas de República Dominicana, especialmente las de la Región Norte, están tomando conciencia de la necesidad (o la oportunidad) y la importancia de crear o actualizar sus páginas webs, iniciar una gestión estratégica de redes sociales, invertir en campañas de publicidad digital y del posicionamiento en buscadores o de manera general.



No obstante, tanto la gran mayoría de esas organizaciones como las que todavía no han dado el salto al mundo digital, aún no están convencidas del impacto verdadero que este tipo de mercadeo tiene sobre sus negocios. Evidentemente esto se debe a varios factores, que van desde la idiosincrasia/egocentrismo empresarial tradicionalista (o la común “miopía del empresario”) hasta la falta de resultados en las operaciones del negocio.

Está claro que las empresas que han tomado la decisión de iniciar sus operaciones en el terreno digital se ha debido a que, de una manera u otra, han comprendido el impacto que tienen el Internet y las redes



sociales en su entorno comercial/ competitivo. Mejor aún, hay quienes lo han hecho por el simple y recurrente hecho de “eso es que se está hablando ahora”. Independientemente de la razón, hay algunos datos que merecen ser analizados:

- Lo que los dominicanos más buscan en Google es “Facebook”. Datos de Google Trends –www.google.com.do
- La penetración del Internet en República Dominicana es más de un 45.9%. Datos del Banco Mundial.
- Se prevé superar el 50% de penetración de Internet en República Dominicana en los próximos 4 años. Datos del Indotel.
- Más 4 millones de dominicanos están registrador en Facebook. Datos suministrados por Facebook.com
- Aproximadamente 1.2 millones de dominicanos mayores de 13 años tiene cuentas en Instagram y el 13% pertenece a Santiago de los Caballeros. Datos de la Asociación de Marketing Digital de República Dominicana.

Para muchos estos datos simplemente aterrizan lo que ya percibían. Y es una razón más para exigir que estos se traduzcan de alguna manera en resultados en sus respectivos negocios. Pero, antes se debe cumplir con algunos puntos básicos:

- Incluir los esfuerzos de marketing digital dentro del plan de marketing o estrategias promocionales del negocio.
- Definir realísimamente los objetivos que esperar lograr en redes sociales.
- Definir cuales canales o medios en Internet son los que se adaptan a su negocio y objetivos.

- De contar con la capacidad en recursos humanos y tiempo, entonces es vital capacitar al equipo que tendrá a su cargo la responsabilidad de la gestión de marketing online del negocio.
- En caso de subcontratar, elegir al profesional o agencia de marketing digital que cuente con la experiencia en manejo de marca, estrategia, crisis y TIC.
- Establecer indicadores de cumplimiento de objetivos tanto online y offline (en Internet y en el negocio).

Una vez que estos puntos hayan sido revisados con el detalle que merecen, entonces es vital afincarse en el cómo medir el impacto de los esfuerzos de marketing digital del negocio. Lo que ocurre en la mayoría de casos, es que miden y manejan cada canal de manera independiente. Es decir, no existe un cruce de tácticas que permitan medir lo que se hace en Internet con los resultados objetivos en el negocio.

A continuación, planteamos algunas recomendaciones de iniciativas que los negocios pueden implementar y que les permitirá medir offline lo que se hace online y viceversa:

- Realizar reportes de personas que en redes sociales, página web o a través de e-mail, muestran interés por los productos y ofertas de la



Volvió



con
millones
de pesos en efectivo

Por cada **RD\$500** que incrementes
en tu cuenta ya estarás participando

**Elige tu mejor forma
para venir a ahorrar**



Consulta las bases del
concurso en www.acap.com.do



empresa y posteriormente revisar si estos llamaron o realizaron alguna compra.

- Promociones de ventas como concursos, descuentos y ofertas que se comuniquen de manera exclusiva en digital, lo que resultará en que solo los clientes y usuarios que sean parte de la comunidad en Internet de la empresa se enteren de estos y sean quienes llamen o escriban preguntando por la actividad de promoción.

- Promociones en el punto de venta que sean reclamadas al hacer una acción en digital. Es decir, aprovechar la visita de un cliente al negocio o punto de venta para que comparta su experiencia en el establecimiento a cambio de descuentos, regalos, muestras o trato especial de cortesía.

- Preguntar a clientes nuevos como se enteraron del negocio y a los antiguos clientes qué les motivó a regresar, siendo muy importante que esto sea contabilizado en un formulario físico que luego se pase a digital o registrado directamente en la base de datos del negocio.

- Medir resultados periódicos antes y después del marketing digital, incluyendo: ventas, quejas o reclamaciones, llamadas preguntando por la empresa y sus ofertas, nuevos clientes, antiguos clientes que regresaron al negocio...

Finalmente, es importante recordar que el impacto del marketing digital no solo se debe medir en función de ventas, ya que de los canales digitales son excelentes para potenciar el branding del negocio. Otro aspecto a medir es el reconocimiento, la popularidad y el involucramiento de los usuarios en Internet, y aquí la importancia de saber prestar atención a los indicadores en Internet, tales como likes, comentarios, engagement, recomendaciones, cantidad de personas alcanzadas en redes sociales, o cantidad, duración y recurrencia de visitas, fuentes de tráfico, perfil demográfico, términos de búsqueda en una página web, o cantidad de nuevos suscriptores y porcentaje de apertura de las campañas de e-mail marketing, entre otros esfuerzos.

El autor es Especialista en Marketing Digital

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

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

ASQ
Computers & Office Supplies

Santo Domingo: Av. Niñez de Cáceres #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.asq.com.do • E-mails: asq@asq.com.do • asq@claro.com.do

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



IDENTIDAD corporativa VS. IMAGEN corporativa

Por Luz Mena, M.A.

Desde hace tiempo he compartido en escenarios de capacitación e intercambio con profesionales de las áreas de comunicación corporativa y marketing, incluyendo maestros de mucho renombre y he podido constatar que ciertamente existen algunos fallos en la comprensión de términos. Uno de los más relevantes es la confusión que existe entre identidad e imagen corporativa. Por tanto considero de suma importancia dejar claro que cuando hablamos de estos conceptos no nos estamos refiriendo a lo mismo.

IDENTIDAD CORPORATIVA

Toda organización necesita una razón de ser. Requiere de un nombre, que es el principio de todo. Ese nombre debe ser llamativo y capaz de permanecer en la mente del cliente. Es por eso que se emplean una serie de herramientas visuales y psicológicas con el propósito de incidir en el subconsciente del receptor, provocando el recuerdo de la marca y posteriormente una posible fidelización.





CERVECERIA
NACIONAL
DOMINICANA



RON
BARCELÓ
CALIDAD SUPREMA

Cuando hablamos de identidad corporativa nos referimos a aquellos elementos visuales y físicos con los que identificaremos y posicionaremos nuestra marca o empresa. Partes esenciales de esos elementos que componen la identidad corporativa son el nombre de la empresa, la tipografía, el color o los colores, el slogan y el o los símbolos (logotipo, isotipo e imago tipo) utilizados como elementos diferenciadores de la marca.

IMAGEN CORPORATIVA

La imagen corporativa de una empresa es la percepción o concepción psicológica que tenemos hacia una entidad. Es decir, si una empresa nos parece buena o mala, eficiente o deficiente, rápida o lenta en las respuestas dadas a las necesidades de sus clientes. Igualmente, si tiene una adecuada atención al cliente o si nos desesperamos cada vez que interactuamos vía telefónica o personal con alguno de los representantes de servicio.

Podríamos definir la imagen corporativa como la actitud que muestra la empresa hacia sus clientes, ya que ésta actitud es lo que sin dudas hará que el cliente tenga una

percepción positiva o negativa de la empresa y sus colaboradores.

Para establecer la imagen corporativa es necesario combinar la actitud empresarial de los integrantes de la organización y la identidad visual. Si uno de estos dos elementos falla, la imagen corporativa será negativa. Esta situación sucede regularmente en las organizaciones, que no tienen una adecuada gestión de la comunicación y emiten informaciones distorsionadas y por lo tanto dejan de ser creíbles. También puede suceder que la gestión de la comunicación es buena, pero los colaboradores en su trato con el cliente son groseros o maleducados.

Dar el trato adecuado a estos dos componentes es importante ya que nos permitirá tener una mejor proyección de nuestra empresa, servirá para afianzar nuestra identidad corporativa y contribuirá a lograr de manera más consciente una imagen corporativa positiva en nuestros clientes, entendiendo que gran parte de esto depende de nuestros colaboradores.

La autora es Especialista en Comunicaciones Corporativas

¡APRENDE INGLÉS!

PROGRAMA PARA NIÑOS, JÓVENES Y ADULTOS (AVANZADO Y EMPRESARIAL)

INICIO DE CLASES EN SEPTIEMBRE

ILTAE
Instituto de Lenguas y Tecnologías
Acreditado por el Colegio Bilingüe New Horizons



NOVEDOSA PLATAFORMA VIRTUAL

PROGRAMAS EXTRA CURRICULARES PARA NIÑOS EN LAS SIGUIENTES ÁREAS:

EARLY LEARNERS CLUB | SALA DE TAREAS, ARTE, DEPORTE Y PSICOMOTRICIDAD

DEPORTES

- FÚTSAL
- GIMNASIA ARTÍSTICA
- TAEKWONDO



¡DESCUENTOS APLICAN PARA PADRES Y EGRESADOS DEL COLEGIO BILINGÜE NEW HORIZONS!

Para mayor información:
www.iltae.com

y.delarosa@gcnewhorizons.net; ma.perez@gcnewhorizons.net
Jardines Metropolitanos, Santiago, R.D.
Calle Prof. Manuel García García No. 3
Tel.: 809-247-4915 , ext. 0, 112 y 141



BELLON

¡Siempre lo encuentras todo!



**TODO LO QUE
NECESITAS EN
UN SÓLO LUGAR**

📍 Carretera Duarte Km 3 1/2. Ponzuela, Apto. Postal 485, Santiago, Rep Dom. Tel: 809-226-5555

📍 Calle España No. 26, Santiago, R.D.

📍 Av. Imbert No. 92, Santiago, R.D.

📍 Av. Privada esq. Fco. Prats Ramírez, El Millón, Sto. Dgo., R.D.

📍 Carretera San Francisco-Nagua Km. 2 1/2, San Fco. de Macorís. Tel: 809-725-1555

@bellonrd



CAPACITACIÓN EN LAS EMPRESAS: medio para elevar el desempeño de nuestros colaboradores

Por: Claribel Marte

Desde que se implementaron las capacitaciones en las empresas, los investigadores y los estudiosos del área de recursos humanos, nos preguntamos sobre la eficacia y el efecto de la capacitación sobre la productividad y el desempeño de nuestros colaboradores o empleados, ya que en muchas ocasiones, cuando enviamos personal nuestro a una capacitación y posteriormente le preguntamos cómo estuvo la misma, posiblemente la respuesta dependa de la experiencia particular que haya tenido y de la conexión entre los temas tratados y la funciones laborales de dicha persona, es decir, que haya sido una capacitación dirigida a ese personal.



La capacitación del personal en las organizaciones es una herramienta muy eficaz para mejorar la productividad, siempre y cuando se realice de acuerdo al perfil de trabajo de cada empleado, pero como gestores, no debemos ver la capacitación como un instrumento para dar solución a todos los problemas causados por la incongruencia entre las personas y el trabajo.

Cuando decidimos implementar un programa de capacitación debemos considerar cuál o cuáles son los objetivos que perseguimos como empresa, además de datos relativos a las necesidades individuales y colectivas de capacitación, es decir, que cada individuo se

sienta en la plena confianza de sugerir capacitación en áreas esenciales para su puesto de trabajo que no maneje en su totalidad. Este proceso debe basarse en un análisis de necesidades producto de la comparación del desempeño y el comportamiento requerido en el puesto que se ocupa.

La capacitación debe ir de la mano con un adecuado reclutamiento del personal. Si hacemos un reclutamiento efectivo, escogiendo las capacidades y actitudes que se requieren en los diferentes puestos de trabajos, podríamos minimizar las capacitaciones en nuestros colaboradores. No es un secreto que las empresas y sus colaboradores deben reinventarse e ir acorde con los nuevos tiempos, y adaptarse a las necesidades, competencias, oportunidades y amenazas que enfrentan nuestras empresas.

Las organizaciones deben ofrecer programas de capacitación diseñados para transmitir información y un contenido relacionado específicamente con el trabajo, para que así nuestros colaboradores le encuentren sentido a los programas de capacitación, ya que de esta manera tendrán un mejor desempeño en el ejercicio de sus funciones.

La autora es Abogada, Maestrante en RRHH

Educación bilingüe en valores

Una **base de formación bilingüe** que fomenta los valores y el desarrollo personal desde Nivel Inicial (a partir de un año de edad), hasta los Niveles Básico y Medio.

Creemos como familia complementando el conocimiento con actividades extra-curriculares. **Sana Diversión que motiva el aprendizaje.**

Tanto en Inglés como en Español, nuestros egresados **pueden continuar sus estudios superiores en universidades locales o extranjeras.**

Niños de
Corralito, Párvulo & Maternal
NO PAGAN INSCRIPCIÓN



Saint David School

Afianzamos el idioma materno, y sobre esa base facilitamos el aprendizaje del segundo idioma.



Carret. Don Pedro, KM. 1½, Santiago, Rep. Dom. • **TELS:** 809-724-0996 / 809-582-7108 • **FAX:** 809-724-0766
• **CORREO:** sdschool@caro.net.do • **WEB:** www.saintdavidschool.com • **FB:** saint.david.do

Eficacia

DE LAS DECISIONES DE LA CORTE

INTERAMERICANA

de derechos humanos

Por: Luz Esther Domínguez Bernard

Los Estados tienen la obligación de respetar los derechos y libertades de las personas, de igual forma deben asegurarse de adoptar las disposiciones para que el goce de dichos derechos sea eficaz. A pesar de los avances que ha tenido nuestra sociedad en los últimos años, la exigencia de estos derechos y libertades por parte de los ciudadanos es un tema vigente en la actualidad.

La Declaración Universal de los Derechos Humanos, establece en su preámbulo que es “esencial que los Derechos Humanos sean protegidos por un régimen de derecho, a fin de que el hombre no se vea compelido”, en virtud de ello se han creado mecanismos que permitan a los gobiernos cumplir las obligaciones que éstos le deben a sus ciudadanos, y también para que estos últimos puedan alzar su voz en caso de que hayan deficiencias en este proceso. Entre ellos se encuentra la Corte Interamericana de Derechos Humanos (Corte IDH), uno de los tres Tribunales regionales existentes para la protección de los Derechos Humanos, en conjunto con la Corte Europea de Derechos Humanos y la Corte Africana de Derechos Humanos y de los Pueblos.



Las sentencias emitidas por éste órgano supranacional, son vinculantes para los Estados parte de la misma, sin embargo no poseen coercibilidad sobre éstos, situación que muchas veces atenta contra el eficaz cumplimiento de las medidas contenidas en la sentencia. Prueba de ello es que de acuerdo con la Organización de Estados Americanos entre el 2001 y 2006, sólo se logró ejecutar en su totalidad el 36% de las sentencias emitidas por la corte regional, y un 14 % se ejecutó medianamente, lo que demuestra el proceso de ejecución de las mismas debe ser estudiado, pues la solución no se puede convertir en una traba al momento de reparar a la persona que le fueron violentados sus derechos y uno de los más grandes problemas es que muchas veces son los mismos Estados que no están interesados en el cumplimiento sea eficaz, a pesar de las sanciones morales y económicas que le imponga la comunidad internacional.

A pesar de esas cifras, que consideramos alarmantes, la eficacia de este instrumento no debe ser vista desde un punto de vista, cuantitativo, sino cualitativo, y aplicar las medidas que sean necesarias para que este sistema jurídico se adecúe al fin o propósito de su origen.

En el caso de nuestro país la Convención Americana de Derechos Humanos fue firmada el 9 de julio de 1977 y, ratificada el 25 de diciembre del mismo año, mediante la Resolución del Congreso Nacional marcada con el No.739, publicada en la Gaceta Oficial 9641 el 18 de febrero de 1978. Sin embargo, no es hasta el 25 de marzo de 1999 que en un ejercicio de nuestra soberanía aceptamos la competencia de la Corte, mediante el depósito del documento de aceptación reconociendo de pleno derecho y sin reservas la competencia de la misma.

El pasado año nuestro Tribunal Constitucional emitió la sentencia No. TC 0256/14, mediante la cual declara inconstitucional el documento de aceptación mencionado anteriormente, no obstante, consideramos que esta no es la vía correcta para desligar a la República Dominicana de la Competencia de la Corte

Interamericana, pues la convención es clara al establecer los mecanismos para ello. Por lo tanto, de cara a lo establecido en la Convención, nuestro país sigue estando obligado a ejecutar las decisiones que ha emitido dicho tribunal en contra nuestra, claro que esta situación en particular merece un estudio más profundo y no es el objetivo de nuestro escrito el analizar la competencia de dicho tribunal, solo hemos dado unas pinceladas sobre esto.

En definitiva, la Eficacia de las Decisiones de la Corte Interamericana de Derechos Humanos, depende, en gran medida, de la voluntad de los Estados, su política interna, y afecta de manera directa a todos los sectores de la sociedad, por lo que es un tema que nos corresponde a todos. Debemos llevar nuestros países a una consolidación de un Estado democrático y de derecho que garantice la seguridad jurídica y los derechos de sus ciudadanos, lo que los llevará con premura a ejecutar las decisiones emitida por la Corte.

La autora es Abogada

Vive
tú sueño ahora,
Mykonos



#ViveMykonos

Teléfono: 829-971-0938 / 829-745-6149 / 809-399-2133
Plaza Haddad, Tercer Nivel, Módulo 303, Calle Arturo Grullón,
esq. José O. García, Jardines Metropolitanos, Santiago
República Dominicana.



COLON & GENAO
INGENIEROS ASOCIADOS

AUMENTO DEL PERÍODO PRE Y POST NATAL: ¿DEBEN LAS EMPRESAS COMENZAR A IMPLEMENTARLO?

Por: Gina Polanco



De acuerdo con lo establecido en el Artículo 2 del Reglamento Sobre el Subsidio de Maternidad y el Subsidio de Lactancia, el descanso obligatorio al que tiene derecho la mujer trabajadora que resultare en estado de gestación se denomina el período pre y post natal.

Actualmente nuestro Código de Trabajo, en su Artículo 236, ha determinado que este período abarque dos etapas de seis semanas cada uno, pudiendo la trabajadora acumular la totalidad para disfrutarlo como descanso únicamente post natal, lo que representa una licencia de doce semanas.

En su 88ª reunión, en junio del año 2000, la Organización Internacional del Trabajo (OIT) presentó el Convenio número 183 sobre la protección de la maternidad. Este acuerdo entró en vigor el siete de febrero de 2002 y contempla la ejecución de varias novedades respecto al manejo de los beneficios que deben ser garantizados a las trabajadoras en estado de gestación.

Uno de los más trascendentales cambios es el estipulado en su Artículo 4, que implementa la extensión de la licencia de maternidad. El acuerdo establece que dicho período deberá tener una duración total de no menos de catorce

semanas, aumentando dos semanas a la regla previamente asentada en nuestro país.

¿ES APLICABLE EN NUESTRO PAÍS EL AUMENTO DEL PERÍODO DE DESCANSO POR MATERNIDAD DECIDIDO POR LA ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO?

El Congreso Nacional de la República Dominicana ratificó el Convenio número 183, a través de la Resolución número 211-14, publicada en la Gaceta Judicial de fecha nueve de julio de 2014, lo que significa que a partir de esa fecha el Convenio forma parte integral de nuestro marco normativo y modifica el artículo 236 del Código de Trabajo.

Esto es así en virtud de que todo convenio o pacto internacional que sea ratificado por el Estado Dominicano pasa a constituir una norma aplicable dentro del territorio

nacional y deroga toda normativa que fuese contraria a esta, toda vez que estos convenios, una vez ratificados, obtienen la misma jerarquía, dentro del bloque de constitucionalidad, que la Constitución Dominicana. Es decir, las trabajadoras actualmente tienen derecho a que se les otorgue una licencia pre y post natal de catorce semanas, con el consecuente pago de las prestaciones u obligaciones a las cuales están sujetas las empresas, mediante el Sistema Dominicano de la Seguridad Social.

¿QUÉ DICE EL PROYECTO DE REFORMA AL CÓDIGO DE TRABAJO SOBRE ESTE TEMA?

A pesar de tratarse de un tema importante, cabe resaltar que la última versión del Proyecto de Reforma del Código de Trabajo no pondera la modificación respecto al aumento de la licencia de maternidad, razón por la cual entendemos que deberá ser uno de los aspectos a integrar dentro de las innovaciones de nuestra legislación laboral, a fin de que no existan contradicciones en las escrituras de los cánones nacionales.

RECOMENDACIÓN PARA LA ADOPCIÓN DEL NUEVO PERÍODO

Hay un factor sobre la implementación de las dos semanas adicionales que establece el Convenio del que nos ocupamos en esta ocasión y es que para dar un cumplimiento efectivo las entidades estatales a las que les compete intervenir en este asunto deben realizar los procesos internos necesarios que hagan posible el cumplimiento. Decimos esto porque a pesar de que las empresas son las que en un primer momento pagan a las trabajadoras durante el período de la licencia pre y post-natal, la Superintendencia de Salud y Riesgos Laborales debe reembolsar los montos avanzados. Por otro lado, también haría falta que el Ministerio de Trabajo tome las acciones pertinentes y divulgue la nueva norma a nivel nacional.

Evidentemente hablamos de una disposición que afecta el bienestar de las trabajadoras de la República Dominicana, pero que tiene un aspecto presupuestario en las instituciones involucradas que debe ser resuelto.

La autora es Abogada, Especialista en Tributación Corporativo y Responsabilidad Civil



COLEGIO BILINGÜE NEW HORIZONS, SANTIAGO
"Our Strongest Conviction is Academic Excellence"

Nivel Inicial

2 a 5 años de edad
Sistema dual inglés-español

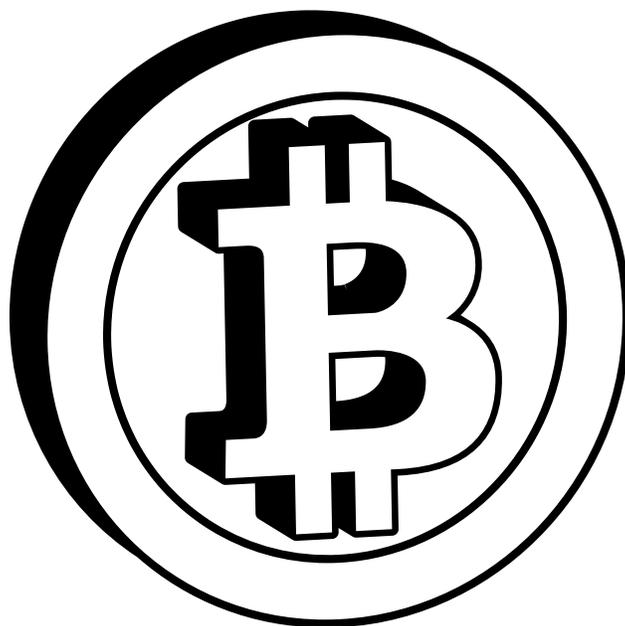


Nuestros niños y niñas



- Reciben formación en valores.
- Adquieren habilidades socio-emocionales y cognitivas.
- Desarrollan la creatividad, expresión y pensamiento crítico.
- Disfrutan de salones y áreas equipadas con alta tecnología.
- Desarrollan la coordinación y psicomotricidad.
- Reciben educación integral y multicultural.

Calle Prof. Manuel García García No. 3, Jardines Metropolitanos, Santiago, R.D. / Tel.: 809-247-4915 / www.newhorizons.edu.do



EL USO DE bitcoins

PARA HACER PAGOS VIRTUALES Y GLOBALES

Por: Gisell López Baldera, MSJR

La información que normalmente se maneja sobre bitcoin es que se trata de una moneda virtual que se lleva en anotaciones de un libro de contabilidad y no tiene ningún soporte metálico o en papel.

La no existencia de soporte bancario y regulación estatal para el uso de la bitcoin han sido tema de estudio para muchos autores de diversas ramas del saber. Igualmente, su creciente número de usuarios alrededor del mundo ha despertado la preocupación de algunos Estados. De hecho, países como China, Rusia e India han restringido las transacciones con bitcoins.

¿ES UNA MONEDA O ES DINERO?

Como señalamos anteriormente, la información que se tiene es que se trata de una moneda no regulada, de uso internacional y que (curiosamente) cuenta con la mayoría de las características de las monedas con soporte que se utilizan a nivel mundial. Empero, a pesar de estas afirmaciones, se hace necesaria la reflexión de si realmente es una moneda o si es dinero.

De acuerdo con el Diccionario de la Real Academia Española, moneda es una “pieza de oro, plata, cobre u otro metal, regularmente en forma de disco y acuñada con los distintivos elegidos por la autoridad emisora para acreditar su legitimidad y valor, y, por extensión, billete o papel de curso legal”. Esta definición hace alusión a la necesidad de regulación. Nótese que se habla de la “autoridad emisora”. En el caso de la República Dominicana, por mandato constitucional, esa autoridad es el Banco Central.

Centro de Copiado



"OSCAR"

Copias • Papelería • Ploteado de Planos
Impresiones Gigante • Brochurs • Revistas • Libros • Diseños
Carnet PVC • Encuadernaciones • Impresiones

bizhub PRESS
C7000/C6000



"OSCAR" SERVICE, S.R.L.

*Ventas de Máquinas, Toners, Papel
Papelería para la oficina*

Av. Las Carreras, Esq. Juan P. Duarte, Mód. 14, Santiago, Rep. Dom.
Tel.: 809. 971. 7555 • Tel.: 809. 724. 7519
oscarservicesa@yahoo.com • www.oscarservice.net

**Ofertas para
Estudiantes**

Por otro lado, el mismo diccionario define dinero en los siguientes términos: “medio de cambio o de pago aceptado generalmente”. Como puede notarse, es un concepto mucho más amplio. A pesar de que una de las acepciones del dinero implica que el concepto sea equiparado al de moneda, estas dos cosas resultan ser muy distintas.

Para entender en qué se diferencian es necesario ver el origen histórico del dinero. En las sociedades primitivas, la adquisición de bienes se realizaba por medio de trueques, es decir, del intercambio de una cosa por otra. Para este tipo de operación es imprescindible considerar que cada una de las partes intervinientes considera que el bien por el que intercambiará el que posee debe tener un valor al menos equivalente. Ese valor se refleja no solo en la preciosidad del objeto a intercambiar, sino que también dependerá de la necesidad que se tenga de adquirir dicha cosa u objeto.

Así, en la historia de la humanidad se señala que uno de los pagos que fueron utilizados antiguamente como retribución al trabajo realizado era la sal. ¡Sí, la sal! Algo que hoy no tiene tanto valor. Pero, antes era muy valiosa porque permitía la conservación de las carnes cuando no existía la refrigeración. De ahí que el pago por el trabajo tomara el nombre de “salario”.

En fin, este es solo un ejemplo para ilustrar la idea de que cualquier cosa que sea comúnmente aceptada como objeto de valor puede constituir un medio de pago. Es precisamente a esto a lo que llamamos dinero.

En cambio, la moneda surgió, en términos históricos, después y empezó su camino hacia la regulación y la centralización estatal que para nosotros resulta tan común.

A pesar de que en la actualidad contamos con la moneda, los trueques todavía son usuales y obedecen quizás al mismo sentido primigenio de que ambas partes atribuyan a los objetos el mismo valor. Esta común aceptación o confianza es precisamente uno de los elementos que caracterizan a las monedas emitidas por los Estados.

Ahora bien, resulta que en el caso de la bitcoin la confianza es depositada por sus usuarios y a la vez es lo que le otorga su valor. Como es de esperar, el valor también fluctuará por la regla de la oferta y la demanda.

¿CÓMO FUNCIONAN LAS BITCOINS?

A pesar de que Bitcoin fue creada en el año 2008, ya cuenta

con una amplia aceptación internacional. De hecho, muchos negocios alrededor del mundo la aceptan como medio de pago. Entender cómo se realizan las transacciones con bitcoins nos ayudará a comprender su funcionamiento.

• OBTENER BITCOINS

Para obtener una bitcoin hay que realizar una transacción virtual de intercambio de moneda local. Una vez adquiridas, ellas se mantienen en un billetera virtual, la cual se encuentra encriptada.

• IDENTIDAD DE LOS USUARIOS

Cada usuario es identificado con una serie alfanumérica, la cual pueden visualizar todos los demás usuarios, pero que no permite la identificación del sujeto. Este método mantiene la identidad de los usuarios en el anonimato.

• TRANSACCIONES CON BITCOINS

Una transacción implica la transferencia de bitcoins de un usuario a otro. De ella se mantiene un registro en un libro de contabilidad al que todos tienen acceso y del que todos tienen un registro histórico. El detalle está en que los registros solo reflejan la cantidad de bitcoins transferida y los códigos de los usuarios, pero no detalla el origen y el objeto de la transacción misma. Esta particularidad es lo que ha llevado a muchos a afirmar que este controversial medio de pago puede ser utilizado para transacciones ilícitas.

Las transacciones con bitcoins pueden resultar un poco lentas para el mundo virtual. Esto es así porque cada movimiento de una billetera a otra conlleva un asiento de registro en el libro de contabilidad que mencionamos anteriormente, al cual todos los usuarios tienen acceso. Esto, aunado al proceso establecido para la emisión de nuevas bitcoins, el cual es realizado llevando a cabo una especie de votación, nos lleva a afirmar que se trata de una comunidad de usuarios que se maneja de forma democrática.

En fin, las bitcoins funcionan de una manera paradigmática. A nivel social y económico constituyen quizás el tema que más ha llevado a la reflexión y revisión de las regulaciones estatales en materia de moneda en los últimos años.

La autora es Abogada especializada en Derecho Corporativo

*La nueva construcción
consta de:*

- 3,334 m²*
- 79 habitaciones de internamiento*
- 1 Unidad de Cuidados Intensivos Polivalente de 15 camas*
- 1 área de 220 m² para laboratorio clínico*



Felicitamos a Clínica Corominas en la celebración de su 62 Aniversario y por la inauguración de su nuevo Edificio de Internamiento y Servicios Médicos

Agradecemos sobremanera el confiar en Seiter para la implementación del Sistema de Climatización en este nuevo Edificio con la tecnología Samsung DVM S que ofrece una eficiencia energética de primera clase.



NUEVOS SOCIOS

NUEVOS SOCIOS

A

AIO INGENIERI CA, SRL
Ingeniería, construcción y diseño de planos
Francisco Alberto Pereyra Cabrera
C/Enlace Este, Edif. Pereyra, Urb. Villas del Norte
Tel.: 809-226-5081
K.blanco@aioingenieria.com.do

F

FABRICA DE TUBOS SAINT-HILAIRE, S.R.L.
Venta de artículos de ferretería, actividades de ingeniería y arquitectura
Alejandro Saint-Hilaire Valerio
Autopista Joaquín Balaguer esq. Circunvalación Norte, Km.6.
809-545-0190
fabrica@tubosainthilaire.net

FOLLOWBRANDS, S.R.L.
Publicidad
Lisbeth De La Cruz Perdomo
C/Genaro Pérez, No.27, Villa Olga
Tel.: 809-226-2664

G

GRUPO CAFRA, S.R.L.
Venta al por menor de artículos ferreteros
Francisca Pérez de Rodríguez
C/Jacagua, No.8, Frente a las 3 cruces
Te.: 809-489-0289
administracion@grupocafra.com

H

HORMIGONES ROMANO, SRL
Suministro de hormigones, agregados, materiales de construcción y manejo de equipos
Luis Alejandro Romano Grullón
Carretera Peña, Km. 1, Monte Adentro, Licey, Santiago
Tel.: 809-736-1335
Contabilidad@hormigonesromano.com

M

MEMO CELL S.R.L.
Compra, venta, importación y exportación de todo tipo de equipos y aparatos electrónicos
Santos Morfe
C/Del Sol, Esq. Benito Monción #123B, Santiago
Tel.: 829-583-2082
Mencia24@hotmail.com

V

VIMETALS S.R.L.
Acabado de productos textiles
David A. Hernández Batista
Esq. C/16, Av. Menelio Almonte, Villa Olímpica
Tel.: 809-575-0461 / 809-575-0602
info@vidmetalsrl.com

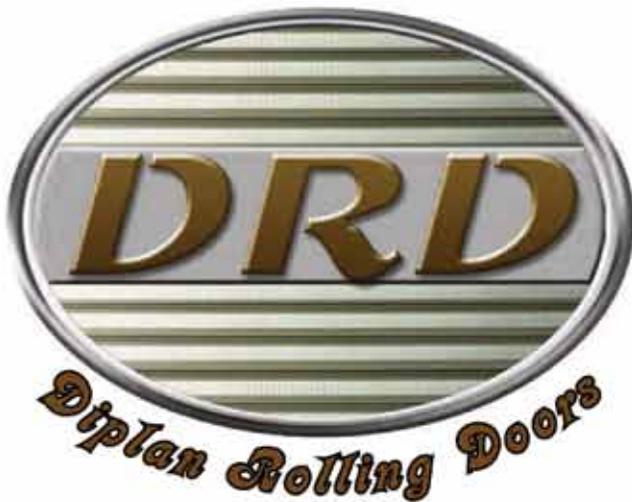
SOCIOS HABLAN



“Reconozco la excelente labor que la Cámara de Comercio y Producción de Santiago ha venido desempeñando durante mucho tiempo, al capacitar al talento humano de las diferentes entidades del sector comercial de Santiago, aportando conocimiento tanto personal como laboral. Esta es una labor que merece ser reconocida, ya que es un aporte muy significativo para el desarrollo del comercio de una de las provincias más productivas del país”

Licda. Rosanny Domínguez - Gerente Gestión Humana - Wikiprint

Fabricantes de Puertas
Enrollables



Calle Emilio Prud-Homme No. 60, Bella Vista. Santiago, Rep. Dom.
Tels.: 809-247-0101 • 247-0103 • 247-0002 • Fax. 809-247-0049
E-mail.: diplanrollingdoors@hotmail.com



TÚ TIENES UNA RAZÓN POR LA CUAL VIVIR.

NOSOTROS CUIDAMOS ESAS RAZONES !



Juan Hernández & Asocs.
Corredores de Seguros

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