

INFOCÁMARA

INFOCÁMARA EDICIÓN ESPECIAL EXPO CIBAO 2021 PUBLICACIÓN TRIMESTRAL • AÑO: XVIII • NÚMERO: 76 • SEPTIEMBRE 2021



EDICIÓN
ESPECIAL
EXPO
CIBAO
2021

PROTOSCOLOS
POR UN EXPO CIBAO
SEGURO 2021

CONTRAATACAR
CON UNA
ESTRATEGIA
SÓLIDA ES
PARA TODOS

«EL
CONTAGIOSO
E IRÓNICO
ENTUSIASTA»
**JULIO DE
CASTRO.**

ENTREVISTA:

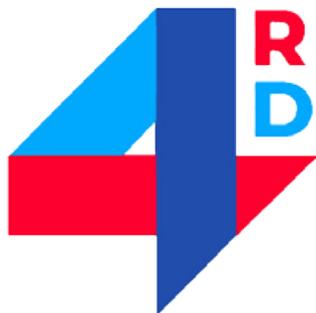
**MIGUEL A.
LAMA RODRÍGUEZ**

ACCESIBLE, CONVERSADOR, VISIONARIO Y
EXCELENTE ANFITRIÓN ES EL EMPRESARIO

EL CAMBIO
ESTRATÉGICO
DE LAS
ORGANIZACIONES:
UNIENDO LA
ESTRATEGIA DE
MERCADO CON LA
ESTRATEGIA DE NO
MERCADO



PLATINO



TELEVISIÓN DE TODOS



Listín Diario



Ministerio de Turismo
Turismo Para Todos



PARQUE CENTRAL
DE SANTIAGO

ORO



PLATA



ACADÉMICO



PUCMM
Pontificia Universidad Católica
Madre y Maestra



COLABORADORES



CONTENIDO

Presidente
CARLOS IGLESIAS RODRÍGUEZ

VICEPRESIDENTE EJECUTIVO
FERNANDO PUIG MILLER

Editora
MARY GABY OLIVO

Redactoras
**GRISNELDY CEBALLOS
YDEME MISTRAL ROSA**

Colaboradores
**HÉCTOR CÚBELOS
JESÚS IZQUIERDO
DAVID PÉREZ
KARIL TAVERAS**

Diseño y diagramación
MARCOS NOVA

Contactos comerciales:

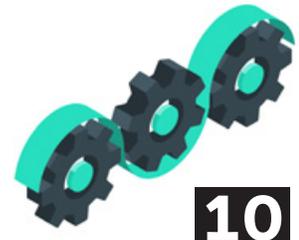
**GERENTE DE MERCADEO
YOKARLA RODRÍGUEZ**

Ejecutivos de ventas
AYINSON BLANCO

Cámara de Comercio y
Producción de Santiago, Inc.,
Fundada el 02 de octubre del
año 1914.

Av. Las Carreras #7,
Edificio Empresarial,
Apartado Postal 44. 51011
Santiago de los Caballeros,
República Dominicana.
Teléfonos: (809) 582-2856,
Fax: (809) 241-4546

Email: enlace@camarasantiago.com /
Web: www.camarasantiago.com



04 CARTA DEL PRESIDENTE

**06 SEGUROS EN EXPO CIBAO 34,
UN LUGAR SEGURO PARA VISITAR**

08 PASO A PASO DE EXPO CIBAO VIRTUAL

**10 INNOVACIÓN Y AGILIDAD ORGANIZACIONAL
PARA LA TRANSFORMACIÓN EMPRESARIAL QUE
REQUIEREN LOS TIEMPOS**

12 ENTREVISTA A MIGUEL A. LAMA RODRÍGUEZ
ACCESIBLE, CONVERSADOR, VISIONARIO Y EXCELENTE
ANFITRIÓN ES EL EMPRESARIO

16 REPORTAJE EL CARIBE

18 CONTRAATACAR CON UNA ESTRATEGIA SÓLIDA ES
PARA TODOS

**20 PROGRAMA DE ACTIVIDADES
EXPO-CIBAO 2021**

22 REPORTAJE CERTV

24 ENTREVISTA JULIO DE CASTRO

«EL CONTAGIOSO E IRÓNICO ENTUSIASTA»

26 LA OTRA DIMENSIÓN DEL NOTICIA LISTÍN DIARIO

28 NUEVOS MIEMBROS

32 TURISMO COMUNITARIO SOSTENIBLE, UN TURISMO
EN LA REGIÓN CIBAO MÁS ALLÁ DEL SOL Y LA PLAYA

34 MAPA EXPO CIBAO 2021

36 EL CAMBIO ESTRATÉGICO DE LAS ORGANIZACIONES:
UNIENDO LA ESTRATEGIA DE MERCADO CON LA
ESTRATEGIA DE NO MERCADO.

**38 40 AÑOS EL NUEVO DIARIO NACIÓ PARA
REPRESENTAR A QUIENES NO TENÍAN VOZ EN
LA SOCIEDAD**

40 MARCA PERSONA, LA MARCA DEL LIDERAZGO A
FAVOR DE LA ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL

42 PARQUE CENTRAL DE SANTIAGO

44 EMPRESAS PARTICIPANTES EXPO CIBAO 2021

46 PATROCINADORES



POPULAR

Tarjetas de Crédito

Conoce cómo se ve el prestigio.

Tus tarjetas de crédito **GOLD**, **TITANIUM** (antes Platinum), **PRESTIGE** y **BLACK** tienen nueva imagen y nuevos beneficios.

Disfruta de un excelente poder de compra, beneficios únicos y aceptación global con tus **tarjetas de crédito Popular**.

Conoce más en popularenlinea.com/tarjeta



A tu lado, siempre.

www.popularenlinea.com
Telebanco 809-544-5555

 @Popularenlinea

 Banco Popular Dominicano



Al hablar de Expo Cibao, nos referimos a la mayor exhibición comercial multisectorial del país, realizada por la Cámara de Comercio y Producción de Santiago.

Cada año la Expo plantea nuevos desafíos de innovación y de reinversión, es por esto que este 2021, tengo el honor de presentarles la versión más desafiante que la exposición comercial multisectorial ha enfrentado arribando a su trigésima cuarta versión.

En esta ocasión, al organizar Expo Cibao, buscamos el dinamismo de la economía incursionando en nuevas formas de ser parte integral de las estrategias comerciales y buscando superar los efectos negativos que trajo consigo la pandemia COVID-19.

Este 2021 adoptamos el lema: 'NUEVOS RETOS, NUEVAS METAS', el cual busca trazar un nuevo orden de comportamiento del ser humano, de la producción, así como nuevas metas para enfrentar los problemas nacionales y mundiales, y ofrecer el apoyo que necesitan los sectores productivos de la región. Sin lugar a dudas, organizar Expo Cibao presencial y virtual, ha

sido un atrevimiento, pero la experiencia resultará gratificante, ya que, gracias al respaldo de los aliados, patrocinadores y público en general, saldremos airosos.

Expo Cibao 2021 es, en síntesis, un evento que agrupa los sectores productivos y comerciales de Santiago y del país, siendo la primera exhibición comercial presencial post COVID. Desde la Cámara de Comercio y Producción de Santiago estamos sentando un precedente como institución organizadora de este importante evento. Una vez más, colocamos a Santiago en el foco de atención en el orden productivo para dar pie a la frase acuñada por muchos, que dice, que 'Como va Santiago, va el Cibao, y como va el Cibao, va el país'.

Les invitamos a formar parte de esta nueva experiencia, con todas las exposiciones comerciales, charlas y conferencias, siempre siguiendo los protocolos de seguridad requeridos por las autoridades.

Les esperamos,

Carlos Iglesias Rodríguez | **Presidente**

EXPO CIBAO 2021



Todos merecemos verdaderas respuestas.

Busca nuestro diario impreso o
visita nuestra edición digital
ingresando a www.elcaribe.com.do

   @elCaribe


elCaribe

SEGUROS EN EXPO CIBAO

EXPO CIBAO 34, UN LUGAR SEGURO PARA VISITAR

NUEVOS RETOS, NUEVAS METAS PROTOCOLOS DE LA EXPO

Expo Cibao es en síntesis un gran evento que agrupa toda el área comercial de Santiago y la región, si colocamos este acontecimiento en el mapa histórico comercial de la región, sin duda alguna la Cámara de Comercio marcaría un precedente como institución organizadora de esta importante feria, ya que gracias a esta actividad la ciudad se convierte en un polo atractivo que agrupa a diferentes personalidades del ámbito político, social y empresarial.

Es por esto que con la realización de un Expo presencial se busca romper con el cese comercial que han sufrido los sectores productivos del país, es por esto que la edición 34 post pandemia de Expo Cibao velará por la seguridad del público expositor como el de sus visitantes.

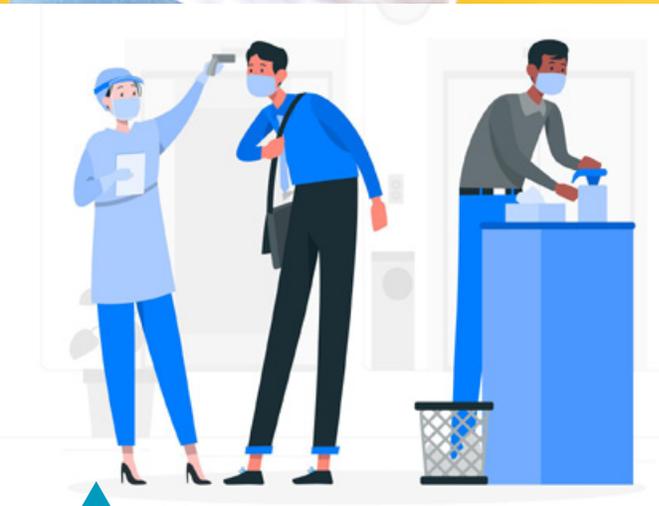
Sabemos que al igual que nosotros estamos entusiasmado por visitarnos y conectar con la gente, pero quieres sentirte seguro, es por esto que aquí te presentamos el protocolo de bioseguridad que debes conocer para que la experiencia de tu visita a la exposición comercial multisectorial más grande de Santiago y la región sea gratificante.

SOY VISITANTE, ¿CUALES MEDIDA DEBO TOMAR EN CUENTA AL VISITAR EXPO CIBAO 2021?

A su llegada a la Expo se le tomará la temperatura, debe higienizarse con alcohol o gel antibacterial, ¿y si no tengo alcohol o gel desinfectante? Tranquilo/a localiza los dispensadores que estarán por todo entorno en el que se desarrolla Expo Cibao, es necesario y obligatorio tener la mascarilla bien colocada y una distancia entre visitantes de 2 metros entre individuo.

¿Y LOS COLABORADORES NO TENDRÁN NINGÚN PROTOCOLO DE ACCESO?

En el caso de los colaboradores de expositores, staff y organizativo de la Cámara de Comercio y Producción de Santiago y Eventos Corporativos CCPS, dispondrá su propio acceso donde se repetirá el mismo proceso.



A la entrada de cada carpa o stand, los visitantes deben higienizarse las manos con alcohol o gel antibacterial. Es obligatorio el uso de mascarilla de parte del visitante, organizadores y expositores del evento. Cada carpa o pabellón tendrá una persona con un contador, asegurando el aforo por pabellón o carpa.

Seguros en Expo cibao.

Nos vemos en el Parque Central del 29 de septiembre al 03 de octubre.

G R U P O
medrano





Nuevos retos, nuevas metas.

29 de septiembre al 3 de octubre

Expo Cibao se reinventa cada año y de eso nos hemos dado cuenta en estas últimas exhibiciones. Luego de que una pandemia recorriera todo el mundo y nos obligara a encerrarnos, Expo Cibao encontró la forma de llegar a todos los hogares y continuar con la tradición de disfrutar una buena exhibición en familia. Haciendo uso de los medios digitales se realizó, en octubre del 2020, la primera Expo Cibao totalmente digital.





Expo Cibao Virtual

Pre-registro: (Estará disponible del 29 de septiembre al 03 de octubre)

Nombre _____	Apellido _____
Email _____	Teléfono _____
Contraseña _____	<input type="checkbox"/> Quiero suscribirme al boletín.
<input type="checkbox"/> I'm not a robot	¿Ya eres miembro? Inicia tu sesión

Regístrate





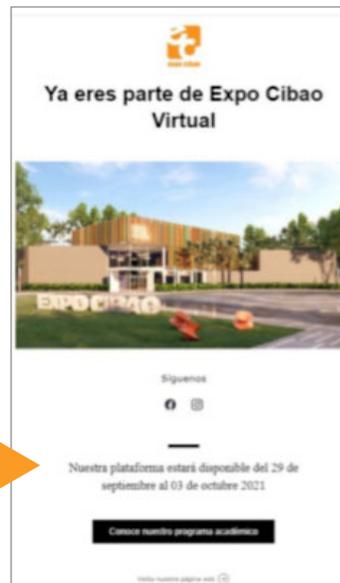




Este año, Expo Cibao lo hace de nuevo, una exhibición tanto digital como presencial. Es por eso que te daremos un paso a paso de como registrarte en Expo Cibao virtual 2021, para que no te pierdas ninguna de las actividades virtuales que Expo Cibao trae en esta versión.

Para registrarte en Expo Cibao Virtual 2021 tienes que acceder a la página web, www.expo Cibao.com, ubícate en la parte superior del website, busca un botón que dice Expo Virtual, dale clic, esto te llevará a un formulario de registro. Ingresas tus datos y listo. Estás registrado en Expo Cibao Virtual 2021.

Inmediatamente recibirás un correo electrónico confirmando tu registro, así sabrás si tienes acceso a Expo Virtual. ¡Regístrate y te esperamos!





CONOZCA NUESTRA HISTORIA
CONTADA EN UN MAJESTUOSO

Lorem ipsum

DOCUMENTAL

UNA TRAVESÍA DE 40 AÑOS



 ESCANÉAME

SÍGUENOS EN:



@elnuevodiariord
elnuevodiario.com.do



Texto:
David Pérez,
líder de la práctica
de Agilidad e
Innovación en
The Worldgate
Group



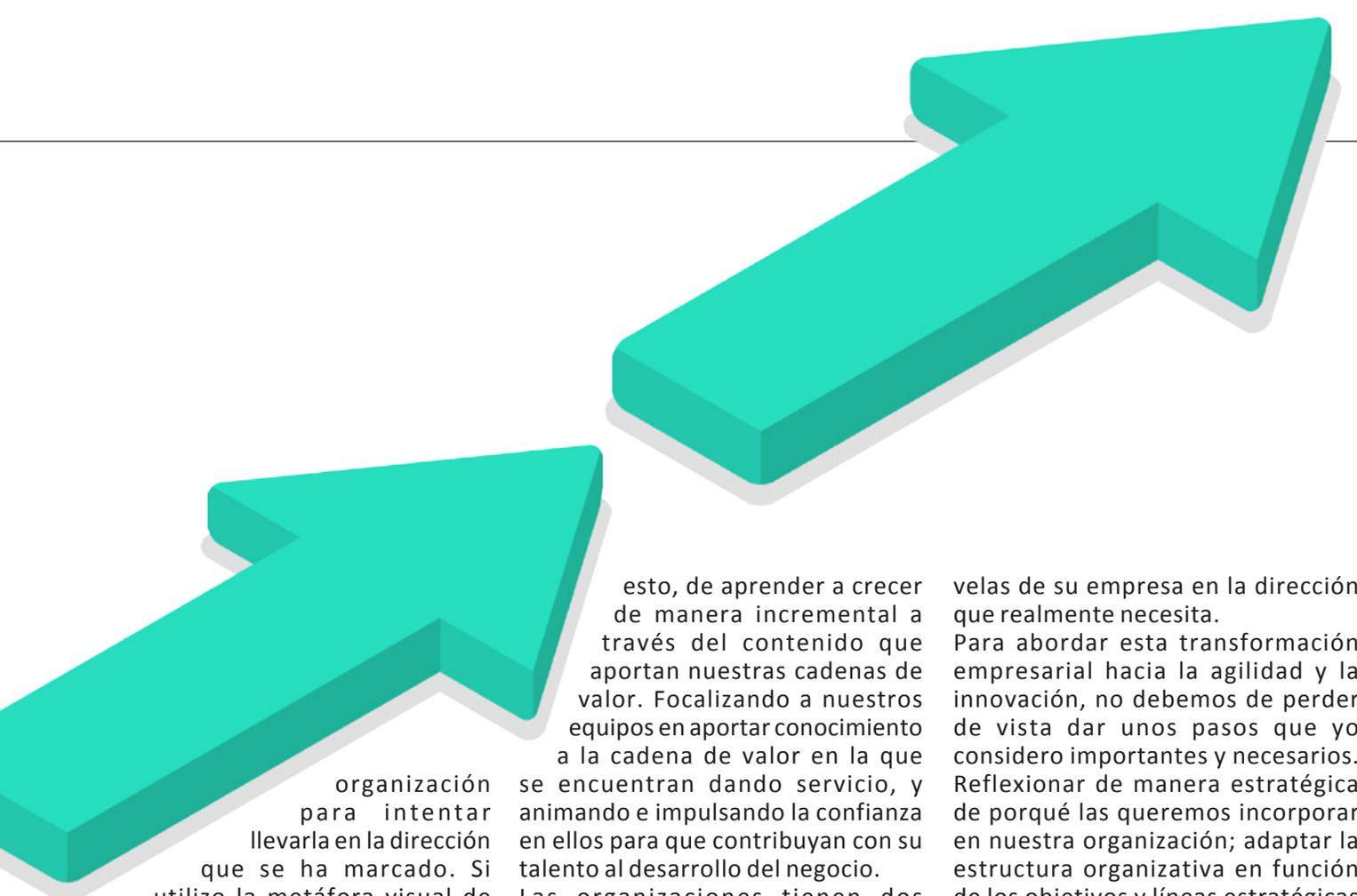
www.linkedin.com/in/davidperez-visualea



Innovación y agilidad organizacional para la transformación empresarial que requieren los tiempos

Nos encontramos a día de hoy, empresarialmente hablando, inmersos en la búsqueda del Santo Grial que nos dé la solución perfecta para ser capaces de, al menos, sobrevivir en un contexto de alta volatilidad, de gran incertidumbre, de enorme complejidad y de una ambigüedad sin precedentes. El término VUCA es

usado desde hace unos años, pero ahora de forma creciente, sobre todo en este último periodo pandémico. Cuando me pregunto qué podemos hacer en una empresa para adaptarla a este contexto, la respuesta nos la tiene que dar la propia situación que vivimos. El cambio debe formar parte de su estrategia y a partir de ahí virar la



organización para intentar llevarla en la dirección que se ha marcado. Si utilizo la metáfora visual de un velero en un mar bravo, se mantendrá el timón firme y a veces, incluso en ese momento, las olas le llevarán hacia otros derroteros, pero con firmeza y constancia se sujetará el timón, se cambiarán las velas, se aprovechará la fuerza de los vientos para corregir el rumbo y se volverá a encontrar la dirección adecuada. Pues la agilidad en una organización, desde mi punto de vista, son las acciones que llevamos a cabo para tomar la incertidumbre como un elemento que nos estimule a cambiar nuestra forma más tradicional de afrontar los proyectos, que nos impulse a rediseñar nuestros procesos y, sobre todo, a contar con toda la tripulación de la organización, que son nuestros colaboradores. Provocar situaciones, eventos, encuentros en los que la inteligencia colectiva se ponga al servicio de la empresa, con el objetivo de dar solución a los diferentes problemas, y yendo un paso más allá, a crear nuevas ofertas de servicios o productos que nos hagan salir del modo supervivencia para entrar en el mar del crecimiento. La agilidad y la innovación va de

esto, de aprender a crecer de manera incremental a través del contenido que aportan nuestras cadenas de valor. Focalizando a nuestros equipos en aportar conocimiento a la cadena de valor en la que se encuentran dando servicio, y animando e impulsando la confianza en ellos para que contribuyan con su talento al desarrollo del negocio.

Las organizaciones tienen dos opciones. O seguir haciendo lo mismo, que previsiblemente proporcionará los mismos resultados, si no peores, o bien intentar crear laboratorios de ideas catalizadores de la inteligencia colectiva de sus equipos; convertir estas ideas en procesos y proyectos viables y rentables que les ayuden a mejorar el time to market, reducir costes y aumentar la calidad, escuchando el veredicto del mercado y siendo conscientes que si la puesta en marcha la abordan mediante entregas incrementales de valor estarán dando la oportunidad al mercado de ayudarles a ir reconduciendo las

velas de su empresa en la dirección que realmente necesita.

Para abordar esta transformación empresarial hacia la agilidad y la innovación, no debemos de perder de vista dar unos pasos que yo considero importantes y necesarios. Reflexionar de manera estratégica de porqué las queremos incorporar en nuestra organización; adaptar la estructura organizativa en función de los objetivos y líneas estratégicas marcadas; apostar claramente por el empoderamiento de las personas para que la toma de decisiones comience a ser distribuida; evolucionar los modelos de gobierno para que se centren en las cadenas de valor, con lo que esto implica en cuanto a la elaboración presupuestaria y por último, y posiblemente el gran impulso que permitirá que todo lo demás ocurra, acometer un proceso de gestión del cambio cultural para que los equipos abracen el cambio como impulsor de su motivación.

BIO

DAVID PÉREZ ES INGENIERO TÉCNICO EN INFORMÁTICA, POSTGRADO EN DIRECCIÓN ESTRATÉGICA Y LEAN GREEN BELT SIX SIGMA POR LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE MADRID, CERTIFICADO COMO PSM Y SAFE AGILIST, EXPERTO EN COACHING DE EQUIPOS Y LIDERAZGO SISTÉMICO Y BIKABLO VISUAL THINKING TRAINER

SU CARRERA PROFESIONAL SE HA DESARROLLADO EN EL ÁMBITO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN. DURANTE SU TRAYECTORIA HA ADQUIRIDO CONOCIMIENTOS Y CAPACIDADES GLOBALES RELACIONADAS CON EL DESARROLLO DE SOFTWARE, LA DIRECCIÓN DE PROYECTOS Y LA DIRECCIÓN DE EQUIPOS. A TRAVÉS DE SUS DISTINTAS RESPONSABILIDADES ASUMIDAS, SE HA ESPECIALIZADO EN LA BÚSQUEDA DE MEJORAS Y EFICIENCIAS EN PROCESOS Y OPERACIONES, LIDERANDO TRANSFORMACIONES LEAN IT Y AGILE EN DIFERENTES CLIENTES. ACTUALMENTE, ES CO-FOUNDER DE LA EMPRESA VISUALEA Y LÍDER DE LA PRÁCTICA DE AGILIDAD E INNOVACIÓN EN THE WORLDGATE GROUP



Miguel A. Lama Rodríguez

Accesible, conversador, visionario y excelente anfitrión es el empresario

Se graduó en Administración de Empresas en la PUCMM, y desde sus inicios en la vida profesional, ha participado en actividades de diversos sectores, como medios de comunicación, financiero, bienes raíces y compañías proveedoras de servicios, de exportación e importación.

Pertenece a una familia con larga tradición empresarial, la cual fundó en 1912 La Tienda Lama. Es presidente y fundador en Notions Group, empresas pioneras en abastecimiento internacional de industrias y servicios logísticos, a través de Now Logistics.

Miguel Lama tiene un récord extenso de involucramiento en la comunidad, participando activamente en instituciones de apoyo social y también de organizaciones empresariales, actualmente como miembro del Consejo de Directores de la Universidad ISA, en la Asociación para el Desarrollo APEDI, en Fondesa, Banfondesa, Grupo M, UNO “Call Center”, Consejo Nacional de las Zonas Francas Dominicanas (CN-ZFE), Asociación de Empresas de Zonas Francas de Santiago (AEZFS), Asociación Dominicana de Zonas Francas (ADOZONA), Aeropuerto Internacional Cibao y el Hospital Metropolitano de Santiago.

Fundador y primer presidente del Consejo para el Desarrollo Estratégico de la Ciudad de Santiago (CDES) y El Plan Estratégico de Santiago (PES), elegido como presidente de la Cámara de Comercio y Producción de Santiago en el período 1992 – 1994. Actualmente es el presidente de la Corporación Zona Franca Santiago (CZFS).

Como Presidente de la Corporación de Zona Franca Santiago (CZFS), está enfocado en dirigir una innovadora propuesta que ejecuta un “Banco de Proyectos al 2025”, donde se destacan: la apertura de dos nuevos parques de Zona Franca, empresariales y tecnológicos; así también, el proyecto de energía renovable, cuya primera etapa ya opera 2MW en 15 mil M2 de techo industrial; además, el Complejo Habitacional, que proyecta unas 4 mil viviendas, como solución estratégica para la sinergia entre la creciente oferta de trabajo del Parque y las viviendas de calidad para su población laboral.

¿Qué significa a nivel personal y profesional haber logrado que Corporación Zona Franca Santiago sea un referente de éxito hoy en día?

Como hijo de Santiago, es un gran orgullo ver que las bases de la Corporación han resistido fuertes embestidas a través de los años, hasta alcanzar un nivel de respeto en el sector productivo nacional y como gestora de un parque modélico de zona franca, me hace sentir más comprometido con el porvenir de la institución. No ha sido un trabajo individual, sino el esfuerzo de todo un equipo y el impulso de sus socios.



La historia de la Corporación está marcada por muchos hechos e historias innovadoras que constituyen hitos en los renglones de crecimiento económico del país y la forma en que el sector privado ha gestionado un proyecto que, también ha dejado un legado de obras novedosas.

¿Cuáles considera sus mejores logros a nivel profesional?

Si me permite, quisiera llamarle satisfacciones. Una de ellas es mantenerme activo y trabajar por un sistema productivo en el que confío, crear oportunidades de trabajo, crecimiento y desarrollo integral, no solo en las empresas de las que soy parte, sino a través de múltiples organizaciones que me han permitido servirles en la mejora de la calidad de vida de la población de Santiago. La visualizamos como una persona sobresaliente y exitosa, ¿Tiene Miguel (Miky) Lama algún sueño todavía por cumplir?

Todos los días me despierto con muchos sueños y proyectos, que impulsan el posicionamiento de nuestras empresas y el país, en la órbita global de la mayor competitividad empresarial.

¿Cuáles son los retos que enfrenta el empresario de hoy?

Desde el punto de vista empresarial y humano, es la capacidad de asimilar y afrontar los cambios tan violentos de este nuevo período y poderse adaptar a los mismos. Ese es para mí el principal reto.

Esta capacidad depende de la creatividad y la innovación, pero sobre todo de la deter-

minación y la persistencia para aprender, para lograr nuevos modelos de negocios, para lograr eficiencia y productividad, y mantener un acercamiento de las actividades empresariales con la gente, con la comunidad y los potenciales clientes.

Desde el punto de vista político, no perdemos las esperanzas de que el país pueda seguir haciéndose también más eficiente, cada día, con menos burocracia; que haya continuidad en el Estado y respeto a la seguridad jurídica.

Nos preocupa ver que en otros países hay tendencias que violentan esos conceptos, y esos países están corriendo con una suerte dudosa. No quisiéramos ver a nuestro país en esos rumbos y por eso mantenemos la confianza de que el país seguirá trabajando contra la corrupción; trabajando para disminuir la burocracia, hacerse más eficiente y aumentar la productividad de todos los sectores.

Nos sentimos muy optimistas y entusiasmados de ver que el Gobierno ha tomado a las Zonas Francas como un verdadero motor de desarrollo, y esperamos que ese impulso continúe; enfocado sobre todo en mayor transferencia de tecnología y mayores exportaciones.

¿Cuál es la lección más valiosa que ha aprendido en la vida?

Yo diría que no es una lección, yo creo hay varias lecciones.

Lo primero es mantener la coherencia en cuanto a valores y principios, basados en la familia y la honestidad; aportar al bien común

y al desarrollo de nuestro entorno, nuestra ciudad y nuestra gente. Estas son las lecciones que más valoro, porque rinden frutos en cada movimiento que tú das en la vida.

Asimismo, resalto las lecciones que recibimos de otros, en cuanto a trabajar con persistencia, sin perder de enfoque nuestros objetivos, siendo innovadores desde nuestros sectores y fomentando el bienestar integral de nuestra gente.

¿Cómo visualiza el futuro de la Zona Franca en nuestro país?

Visualizo el futuro de las zonas francas como un motor bien desarrollado para impulsar la economía y la parte social. Las zonas francas del futuro tienen que jugar no solo un rol económico, sino también de impulsar la mejora de la calidad de vida de las personas, y así visualizo las zonas francas como ese gran motor de desarrollo social y económico. El sector zona franca va a convertirse, en la medida en que lo forjemos cada día, en un referente de nuestra marca país, y así es como quisiéramos visualizarlo.

Detrás de las zonas francas, tenemos una locomotora que impulsa a todos los demás sectores. Necesita y apoya una mejor educación, una mejor salud, la productividad, una mejor calidad de productos y servicios. Todo esto coloca a la zona franca como un sector puntero que debe tener un sitio de importancia en el país.

¿Qué opina de la mujer empresaria?

Las mujeres, al igual que los hombres, son individuos que están llamados a seguir aportando a la productividad y a la mejora de la sociedad, y para mí no hay diferencia entre la mujer empresaria y el hombre empresario.

Yo no quisiera hacer esas distinciones, porque la mujer ha mostrado que tiene igual capacidad en todas las actividades que hace el hombre. No establezco diferencias entre la mujer y el hombre; son dos individuos que tienen igual capacidad para desarrollarse espiritualmente, emocionalmente, y a nivel empresarial.

Felicito la mejora que está teniendo la mujer en su inserción laboral y social, y ese ha sido un apoyo que, de nuestro lado, siempre hemos mostrado.

¿Cuál es su mayor activo dentro de CZFS?

Yo diría que se resume, más que nada, en un buen talento humano y profesional dentro de la directiva de la Corporación, pero

también en su equipo gerencial y administrativo; y esa capacidad de desarrollo dentro de la Corporación ha permitido que haya una comunidad laboral que también tiene grandes aspiraciones, y que está en constante crecimiento.

Ese activo principal, lo resumo en: el talento humano.

¿Cómo logra el empresario santiaguero sobrepasar los retos que representa un periodo de tiempo de pandemia, toques de queda, restricciones de todo tipo para superar los obstáculos?

La pandemia ha sido, desde cierto punto de vista, una bendición en el sentido de que ha sacado lo mejor de todas las personas. A nivel humano, profesional, empresarial y político, creo que ha sacado muchas cosas buenas, que hoy se vislumbran en términos de creatividad, consistencia, resiliencia.

Desde ese punto de vista, la Corporación y Santiago no han sido la excepción; han sabido adaptarse a los momentos difíciles de restricciones y obstáculos, sin embargo, esa adaptación hoy nos lleva a un punto en el que no solamente hemos rebasado el tema de la pandemia, sino que nos ha hecho más humanos, comprensibles, tolerantes y nos ha obligado a dar más de cada uno de nosotros. La gente ha respondido aumentando su capacidad productiva y su capacidad de asimilar los cambios.

Veamos la pandemia, no desde el punto de vista de lo malo que fue, sino de todo lo bueno que hemos sacado de ella, de los retos y cómo nos van a ayudar esos cambios a enfrentar el futuro.

Como pasado presidente de la Cámara de Comercio y Producción de Santiago ¿Es la cámara hoy lo que visualizó durante su presidencia?

En 1992 fui electo presidente de la institución. Me correspondió impulsar el Proyecto de Cooperación con la Cámara de Baja Baviera, auspiciado por la Agencia de Cooperación Alemana GTZ. Esto significó una transformación del sistema cameral, logrando poner en práctica la Ley de Registro Mercantil que actualmente da fe pública a los actos de la vida económica dominicana. Luego, en 1993, Expo-Cibao adquiere una nueva dimensión propiciando el elemento de compra en la feria. También iniciamos la promoción de planificación urbana a través del Centro de Estudios Urbanos y Regionales de la PUCMM. Esto representó el naci-



miento del Consejo de Desarrollo Estratégico de Santiago.

En la década de los 90 esos fueron de los principales temas de la Cámara, pero quizás lo más importante resaltar es que el futuro, que era mi mayor preocupación, se ha ido cumpliendo. La Cámara, no solamente es una de las instituciones más sólidas de la ciudad, sino también que ha cumplido con su objetivo de la década de los 90, que es traspasar esos conocimientos y esa visión cameral a la mayoría de las cámaras del país. Hoy el sistema de cámaras de comercio es muchísimo más fuerte, más institucionalizado, y juega roles de gran importancia en el país, lo cual no era así antes de ese período. Otro tema que visualicé siempre, durante mi presidencia, era poder salvaguardar la gobernabilidad de la Cámara, y para eso en su momento realizamos importantes cam-

bios estatutarios, que permitieron que la Cámara se rija con planes periódicos, con un sistema de planificación que ha permitido una secuencia de directivas y presidentes, cada uno de ellos envueltos en una cultura cameral.

Se desarrolló una cultura de continuidad y de mejora, no solamente en la institución, sino en cada una de las directivas y presidencias, y esa continuidad y consolidación, en base a un espíritu y una cultura de institucionalidad, yo diría que siguen manteniendo a la Cámara como una entidad puntera a nivel nacional, en cuanto a credibilidad, calidad y nivel de influencia entre todas las entidades empresariales.

Creo que cada titular ha aportado mejoras y proyectos de valor a la Cámara. Sin duda, es una institución antigua que se mantiene activa y a la vanguardia.

NUUESTRO REGALO PARA PREMIAR TU

Fidelidad



Solicita tu tarjeta Bellón VIP y obtén sus beneficios

- Regalos y premios especiales.
- Puntos canjeables por créditos y descuentos.
- Promociones exclusivas para miembros.
- Acceso al programa de Formación de Bellón VIP.



¡Siempre lo encuentras todo!

Principal: ♦ Carretera Duarte (Santiago-Licey) Km 3½, Ponzuela, Santiago; Apartado Postal No. 485; Tel.: 809-226-5555 - Fax: 809-226-5050.

Sucursales: ♦ Av. Bartolomé Colón esq. Jacinto Dumit, Santiago; ♦ Av. Imbert No. 92, Santiago; ♦ Calle España No. 26, Santiago; ♦ Autopista Duarte Km 10 ½ Esq. Santo Cerro Santo Domingo, Tel.: 829-473-5555; ♦ Carretera San Fco. -Nagua Km 2 1/2, Multicentro La Sirena, San Fco. de Macoris Tel: 809-725-1555; ♦ Autovía del Este, esq. Av. Circunvalación, Multiplaza, La Romana Tel.: 809-550-4555; ♦ Av. Estados Unidos esquina Av. Guayacanes, Friusa, Bávaro, Tel.: 809-825-5055

www.bellon.com.do • @bellonrd     

Estudia una de nuestras maestrías

100% Online

¡Elige avanzar profesionalmente!

Maestrías 100% en línea

- Maestría en Gestión y Liderazgo Educativo
- Maestría en Gestión de Sistemas y Servicios de Salud
- Maestría en Administración de Negocios
- Maestría en Gestión Financiera
- Maestría en Dirección Ejecutiva de Gestión Humana
- Maestría en Gerencia en Servicios de Alimentación

- Maestría en Relaciones Internacionales
- Maestría en Derecho Constitucional y Garantía de Derechos Fundamentales
- Maestría en Derecho Corporativo
- Maestría en Criminología
- Maestría en Matemática
- Maestría en Gestión Ambiental

Próximo inicio:
8 de noviembre de 2021

Contáctanos

pucmmonline@pucmm.edu.do [809-580-1962, ext. 4656](tel:809-580-1962) online.pucmm.edu.do



 **SYNERGIES**
CORP.



JOIN US IN THE *Art* OF
CUSTOMER SERVICE

Apply now! Send us your CV
at yourresume@synergiescorp.com

 @SYNERGIESCORP



Somos uno de los grupos de medios de comunicación unificados más completos del país. Destacado por promover el acceso a la información objetiva y veras a lo largo de los años. Tenemos prensa escrita, televisión, radio, medios digitales e impresos comerciales. Dentro de nuestras marcas están: **periódico elCaribe, Revista Pandora, CDN canal 37, CDN Deportes y CDN Radio.**

elCaribe, Mereces verdaderas respuestas

Uno de los periódicos más antiguos de la República Dominicana, con 73 años al servicio de la sociedad, seguimos defendiendo la libertad de prensa y la difusión del pensamiento. A partir de mayo de este año, asumió la Dirección el Sr. Nelson Rodríguez, Periodista reconocido en el medio y colaborador de CDN el canal 37.

El Caribe sigue destacándose por generar opinión y aportar a la sociedad contenidos de valor para sus lectores, por lo que le invitan a buscar los próximos coleccionables: 29 de octubre en ocasión al Día del Ahorro y el 5 de noviembre en el Día de la Constitución.

Les invitamos a seguir nuestras informaciones a través de nuestra página web **www.elcaribe.com.do** y actualizaciones de nuestras redes sociales **@elCaribeRD.**

Cada tercer viernes de cada mes circula inserta en el periódico la Revista Pandora. Con 18 años en el mercado y un contenido variado desde moda, belleza, salud, hasta viajes, sociales, novedades, todo en una misma edición. Le invitamos a leernos a diario en nuestra página web **www.pandorard.com.do** y seguirnos en nuestras redes sociales **@PandoraRD.**

CDN 37, el canal de noticias de los dominicanos.

Es el único canal de noticias que le informa 24/7, tenemos más de 23 años en el mercado. Es el canal de noticias líder en audiencia en Zona Norte.

Luego del éxito de la Cumbre por el Deporte, este año promueve el 1er Foro Internacional Contra el Dopaje, que será este 29 de septiembre, en unión con **CDN Deportes y CDN Radio** para exponer los peligros que representan las drogas controladas en los atletas. Será de 2:00 a 7:00PM, se transmitirá en TV y por nuestros canales digitales.

CDN 37 disponible en vivo a través de nuestra página web **www.cdn.com.do** y en nuestras redes sociales **@CDN37**.

CDN Deportes

Único canal local de contenido deportivo las 24 horas del día, dirigido por el Periodista Frank Camilo, ofrece programación especializada y transmisión de eventos deportivos. Sintonícenos a través del **canal 8 y 1008 (HD) en Claro y Wind Telecom, canal 28 (HD) en Altice, 38 en Aster y TV abierta UHF 67**. Disponible en nuestros canales digitales **www.cdndeportes.com.do** y en nuestras redes **@CDNDeportes**.

CDN Radio, información a tu alcance

Emisora radial con más de 23 años en el mercado, dirigida por Alba Nelys Familia, con una cobertura en **Santo Domingo, Zona Este, Zona Sur en el dial 92.5 y Zona Norte 89.7, Punta Cana 89.9** y una programación variada que abarca desde salud, familia, cultura, deportes, negocios, política, entre otros. Disponible en su señal streaming a través de su página web **www.cdnradio.com.do** y en redes sociales **@CDNRadio**.



CONTRAATACAR CON UNA ESTRATEGIA SÓLIDA ES PARA TODOS



Texto:
Héctor Cubelos

Fotos:
Socio Director
de la firma de
consultoría
Grupo Valor
en República
Dominicana

[in https://www.linkedin.com/in/hectorcubelos](https://www.linkedin.com/in/hectorcubelos)

Durante los últimos meses, cada negocio se ha visto obligado a adaptarse para, primero sobrevivir y, segundo, en el mejor de los casos, crecer ganando participación y/o capitalizando nuevas oportunidades de mercado. Portafolios de productos y servicios, modelos comerciales, operativos, administrativos y estrategias financieras han cambiado recientemente buscando resiliencia ante un contexto de numerosos cambios en el plano económico, político y social. Es por esto que, durante este artículo, comentaré bajo nuestra amplia experiencia multiindustria en Grupo Valor con clientes de toda la región (con la Cámara de Comercio y Producción de Santiago, entre otros), y de forma sencilla por qué, quiénes aplican, qué esperar de este ejercicio y cómo abordar un proceso que garantice la competitividad y sostenibilidad de la compañía en el nuevo contexto: la planeación estratégica.





eventos como el Covid-19 es más que evidente y todo negocio necesita operar con objetivos alcanzables, presupuestos financieros y tácticas puntuales que permita hacer frente al mismo con un óptimo flujo de caja, nivel de inversión y esfuerzo.

¿Qué debemos esperar?

Motivarse y disfrutar del ejercicio entre tanto ruido externo... Imaginen esto, en la vorágine organizativa del día a día: hacemos un breve stop conceptual (no operativo pues la vida sigue), planificamos cómo queremos y visualizamos afrontar los próximos meses, años y retos y, con esto totalmente claro, pocos meses después avanzamos con convicción y de forma ágil y coordinada. Porque, dicho sea de paso, y como bien dijo en alguna ocasión alguno de nuestros socios en la firma: "si hacen un plan estratégico no es solo para escribirlo, sino también para cumplirlo" (atención, dato importante: solo el 10% de los planes estratégicos se implementan).
¿Cómo? Con la metodología, expertise y concreción correcta...
Y digo esto porque, a menudo, plan estratégico, por su proceso de definición y posterior redacción, es confundido con un documento de intenciones y conceptos ideales de ADN corporativo poco inclusivo y a tres mill pies de altura donde la materialización de sus pretensiones en iniciativas concretas, en resultados y en la guía de la toma de decisiones de acuerdo al mismo, se torna imposible. En este sentido, y entendiendo un plan estratégico tampoco es un documento cargado de nuevas ideas que quedarán sin ejecutar

¿Por qué? ¿Quiénes aplican?

Todos. El concepto no es nada excluyente... Hoy en día, con el fin de dar enfoque y continuidad a dichos esfuerzos de adaptación, para cualquier tipo de empresa, sin importar su naturaleza, actividad económica y tamaño, e independientemente de si volveremos pronto a la nueva normalidad prepandemia o no, es necesario emprender el camino de la planeación estratégica. Tanto si ya contaban con un plan estratégico vigente, y lo que aplica es la revisión de la vigencia y las prioridades del mismo (generalmente en términos de reestructuración del portafolio de productos y servicios, delivery de las soluciones ofrecidas ante la nueva demanda, transformación digital, y otros elementos que garanticen la competitividad de la compañía), como si no. Y es que el impacto de los

igual que las anteriores, sabemos que diez elementos son requeridos para hacer verdaderamente efectivo un plan estratégico, ordenado de los más conceptual a lo más concreto:

1. FODA.
2. Ejercicio metodológico de las 4 fuerzas o wer games.
3. Propósito.
4. Misión y visión.
5. Valores.
6. Objetivos
7. Iniciativas / acciones estratégicas por perspectiva.
8. KPIs de medición del éxito por iniciativa (intermedia y general).
9. Plan de implementación
10. Balance Score Card.

Tablero de control estratégico.

Documentos tácticos sin entregables, acciones asociadas, responsables, fechas compromiso, indicadores y curvas de consecución (metas intermedias) y metas finales están tan a la orden del día tanto como la incertidumbre, el desenfoque y el trabajo organizativo desalineado. Precisamente hoy, que todos los cañones necesitan apuntar con rigor y exclusividad a aquellas estrategias y controles que atiendan a la rentabilidad y la generación de flujo, al mantenimiento flexible de la operación y a la maximización del capital del negocio. No obstante, en peor situación está quien ni siquiera ha reflexionado en esto. Dicho esto, ¿dónde está tu negocio ahora? ¿Cuál es su enfoque de aquí en adelante? Bajo mi experiencia puedo contarte que, conocida esta crisis, ya no es momento hoy para prepararnos para recibir nuevos golpes, tampoco para hablar únicamente de supervivencia. Es momento ya de contraatacar con una estrategia sólida.



EXPO CIBAO 2021

NUEVOS RETOS, NUEVAS METAS

PROGRAMA DE ACTIVIDADES EXPO-CIBAO 2021

MIÉRCOLES 29 DE SEPTIEMBRE

6:00 p.m. - 7:00 p.m.
Cóctel de Networking
Expo Cibao 2021
Lugar: ROOFTOP

7:00 p.m. - 7:45 p.m.
Acto de apertura de Expo Cibao 2021
Lugar: ROOFTOP
virtual: <https://www.exhibicion-comercial.expcibao.com/>

7:45 p.m. - 8:15 p.m.
Recorrido de visitantes por módulos
Lugar: Exhibición Comercial

8:15 p.m. - 10:00 p.m.
Espacio para Directiva
Lugar: Hangar Azul

10:00 p.m.
Cierre del área de módulos

JUEVES 30 DE SEPTIEMBRE

10:00 a.m. - 10:00 p.m.
Área de módulos y food court
abierta al público
Lugar: Parque Central Santiago
virtual: <https://www.exhibicion-comercial.expcibao.com/>

10:00 a.m. - 11:00 a.m.
Conferencia "La mujer empresaria en
la base de la pirámide"
Lugar: Salon de eventos APEDI
virtual: <https://www.exhibicion-comercial.expcibao.com/>

4:00 p.m. - 5:00 p.m.
Conferencia "Emprendimiento Social"
Lugar: Salon de eventos APEDI
virtual: <https://www.exhibicion-comercial.expcibao.com/>

5:00 p.m. - 6:00 p.m.
Conferencia "Justicia tradicional
y arbitraje: ¿enfrentamiento o
colaboración?"
Lugar: Salon de eventos APEDI
virtual: <https://www.exhibicion-comercial.expcibao.com/>

6:00 p.m. - 7:00 p.m.
Capex Power Talks: "Tendencias de
impacto"
Lugar: Salon de eventos APEDI
(presencial)
virtual: <https://www.exhibicion-comercial.expcibao.com/>

10:00 p.m.-
Cierre área de módulos y food court

VIERNES 01 DE OCTUBRE

10:00 a.m. - 10:00 p.m.
Área de módulos y food court abierta
al público
Lugar: Parque Central Santiago
Virtual: <https://www.exhibicion-comercial.expcibao.com/>

10:00 a.m. - 11:00 a.m.
Conferencia: "Plan País: Aprendo
jugando"
Lugar: Centro APEDI
Virtual: <https://www.exhibicion-comercial.expcibao.com/>

11:00 a.m. - 12:00 m.
Conferencia: "Modelos mentales
facilitadores de procesos de cambio"
Lugar: Centro APEDI
Virtual: <https://www.exhibicion-comercial.expcibao.com/>

2:00 p.m. - 3:00 p.m.
Conferencia: "Emprendimiento y
empresa"
Lugar: Centro APEDI
Virtual: <https://www.exhibicion-comercial.expcibao.com/>

6:30 p.m. - 7:30 p.m.
Panel: "Innovación: pilar de la
competitividad y el desarrollo
sostenible"
Lugar: Centro APEDI
Virtual: <https://www.exhibicion-comercial.expcibao.com/>

10:00 p.m.-
Cierre área de módulos y food court

SÁBADO 02 DE OCTUBRE

10:00 a.m. - 10:00 p.m.
Área de módulos y food court
abierta al público
Lugar: Parque Central Santiago

10:00 a.m. - 11:00 a.m.
Conferencia: "Transformación
digital vs Evolución digital"
Lugar: Centro APEDI
Virtual: <https://www.exhibicion-comercial.expcibao.com/>

11:30 a.m. - 12:30 m.
Conferencia: "El plan: la aventura
de emprender"
Lugar: Centro APEDI
Virtual: <https://www.exhibicion-comercial.expcibao.com/>

3:00 p.m. - 4:00 p.m.
Conferencia: "La calidad en las
PyMES"
Lugar: Centro APEDI
Virtual: <https://www.exhibicion-comercial.expcibao.com/>

5:30 p.m. - 6:30 p.m.
Conferencia: "Retos y estrategias
financieras para las PyMES"
Lugar: Centro APEDI
Virtual: <https://www.exhibicion-comercial.expcibao.com/>

DOMINGO 03 DE OCTUBRE

10:00 a.m. - 10:00 p.m.
Área de módulos y food court
abierta al público
Lugar: Parque Central Santiago
Virtual: <https://www.exhibicion-comercial.expcibao.com/>

10:00 p.m.-
Cierre área de módulos y food
court



Desde nuestras páginas impresas a la web, del video al podcast, hemos acompañado a la sociedad dominicana cada día y construido historias que sobrepasan los límites del tiempo.

Renovamos el compromiso de mantener informados a todos los DOMINICANOS EN EL MUNDO.

Listin Diario

EL PERIODICO DE TODOS LOS DOMINICANOS.

CERTV



PALACIO DE ARTE

Vicente Demare

Esta institución fue fundada en Bonaó, municipio entonces de la provincia La Vega, propiedad de J. Arismendy Trujillo Molina (Petán), el primero de agosto del año 1942, con el nombre de "La Voz del Yuna" en honor al río Yuna. Comenzó a laborar con un pequeño transmisor radial, con una gran proyección pues se estaba en pleno esplendor de la "Era de Trujillo", período en que el país era dirigido por Rafael L. Trujillo, hermano del fundador de la nueva radio estación. Varios años más tarde, el 17 de mayo de 1946, fue trasladada a Santo Domingo y se instaló en un pequeño edificio de dos plantas, lugar donde funcionan actualmente los medios de la ahora Corporación Estatal de Radio y Televisión (CERTV).

En 1951 se construye el edificio que abarca la TV y se instalaron los equipos para la misma. En el año 1952 se amplía la edificación y se incorporó a la radio el sistema de televisión, el cual fue inaugurado el primero de Agosto de ese mismo año con el nombre de "Palacio Radio-Tevisor" "La Voz Dominicana, C. x A.", habiéndose constituido entonces la República Dominicana en el tercer país de toda América Latina en instalar este tan

importante medio de comunicación. Las primeras imágenes salieron al aire el 1ero de agosto de 1952. Aquello fue todo un acontecimiento pues era la primera televisora en su género del país y la tercera en Latinoamérica, después de México y Cuba. Los programas eran variados. Habían musicales, deportivos y noticiosos. En 1953, se cambió el nombre de "La Voz del Yuna" por el de "Palacio Radio Tevisor "La Voz Dominicana", con transmisores por radio y televisión. Todos los años celebraban la semana aniversario del 28 de Julio al 4 de agosto.

Con motivo del décimo aniversario se realizó unas de las fiestas más grandes que se recuerden en la llamada "Era de Trujillo". Como todos los años hubo desfile militar, reinados de bellezas, carrozas, eucarísticas, ofrendas florales, pero en esta oportunidad llegaron reconocidos artistas internacionales de 21 países latinoamericanos así como de E.U., Italia y Canadá.

Los más destacados artistas nacionales e internacionales de la época fueron invitados a sus escenarios: Libertad Lamarque, Pedro Vargas, Amelia Mendoza, Ima Sumac, Casandra

Damirón, Elenita Santos; comediantes de la talla de Tin Tan y Pildorín, el elenco de Romance Campesino con Macario y Felipa, Y Mariachis mexicanos. Además de ser un medio de diversión en ella se forjaron los primeros locutores, cantantes, comediantes, etc. Establecieron escuelas de canto y de locución donde egresaron muchos profesionales de la comunicación y el arte.

En el año 1963 esta entidad pasó a denominarse "Radio Santo Domingo Televisión". A finales de 1965, durante el gobierno provisional de Héctor García Godoy, cuando se la designó con el nombre de "Radio Televisión Dominicana (RTVD)".

La promulgación de la Ley 134-03 traspasa la antigua RTVD a la Corporación Estatal de Radio y Televisión, manejándose así el criterio corporativo de una entidad que opera diversos medios de comunicación electrónicos.



«El contagioso e irónico entusiasta» Julio De Castro



¿Cuáles son los retos más significativos al emprender en Latinoamérica?

Generalmente se piensa que lo más difícil es comenzar. Inclusive la enseñanza de emprendimiento tiende a estar enfocada al comienzo (plan de negocios etc.), pero en realidad los problemas principales de emprendimiento vienen luego. Comenzar no es la parte más complicada. Más complicado es el manejo y crecimiento del mercado. La flexibilidad para ajustar el modelo de negocio a las necesidades del mercado y más importante, la presencia de un financiamiento a las necesidades de aprendizaje y crecimiento de la empresa. La mayoría de los fallos en emprendimiento vienen por esa falta.

¿Qué papel desempeña la manera que en las personas identifican e interpretan las oportunidades para lanzarse al mercado competitivo como emprendedor?

Lo que le digo a mis estudiantes que la idea de que dos jóvenes en un garaje, sin conocimientos de un mercado específico, pueden crear una empresa unicornio, es un mito. Empresas rompedoras vienen de un conocimiento del mercado y el consumidor y de entender una necesidad, un problema, que no se había detectado. Así que identificar

problemas desde el punto de vista del consumidor es fundamental. Qué les hace falta? Que les molesta.

¿Cuál es el rol de la mujer empresaria, y a cuáles desafíos se tiene que enfrentar en un mundo liderado por hombres?

Continuando con la pregunta anterior, la mujer trae un conocimiento específico de un segmento del mercado (50%) que puede trasladar a problemas específicos de ese contexto. En adición, traen una visión y valores diferentes en la forma de enfrentar problemas que pueden ser fundamentales para los mercados. Lo vemos ahora en las áreas de emprendedores sociales

y emprendedores sobre el medio ambiente, áreas en las cuales hombres emprendedores no se habían concentrado y que ahora son parte fundamental de la conversación global de negocios. Además de visiones diferentes en negocios tradicionales que han ampliado el espectro de esos mercados.

¿Qué tipo de efecto tiene la transferencia de la tecnología en la creación de empresas?

Es parte fundamental del proceso y por eso es tan importante la investigación en las universidades y en las instituciones. Sin ello la creación de empresas pierde su fuente de conocimientos y aplicaciones.

Pensemos en el momento actual, a la crisis creada por covid. Las dos primeras vacunas, fueron desarrolladas en tiempo record, basado en una nueva tecnología que viene de la investigación pura, por dos empresas emprendedoras BionTech y Moderna, creadas por científicos emprendedores. Sus esfuerzos han salvado miles de vidas y nos permiten una luz a final de este largo túnel. Y aunque es importante lo que se ha logrado hasta ahora, lo interesante es lo que la tecnología implica para la cura de enfermedades varias en el mediano y largo plazo. Pero sin investigación eso no ocurre. Aquellos que no ven el objetivo de investigación, piensen ahora en cuál es el retorno económico y social de esa inversión que se hizo en investigación fundamental que permitió estos desarrollos. Por cierto, los creadores de esas empresas son ahora billonarios, y nosotros estamos agradecidos de su trabajo

¿Cuáles son las 5 estrategias indispensables que se debe tener en cuenta a la hora de crear una empresa exitosa?

Una empresa exitosa viene de la identificación de un problema para el consumidor, una ventana de oportunidad adecuada, el financiamiento y resiliencia para resistir los embates iniciales, y la posibilidad de manejar adecuadamente el crecimiento de la empresa. Muchas empresas fallan no porque no hayan encontrado un problema valioso, sino porque no tienen la capacidad empresarial de manejar el crecimiento. Se puede fallar tanto por crecer muy rápido, como por no crecer suficiente.

¿Que se necesita saber para construir una marca exitosa?

Una marca es un problema diferente. Es un problema de mercadeo. Puede venir añadida a la solución de un problema emprendedor y emerger de ahí (Google, Amazon), o pueden ser separadas de estos (Virgin Airlines, radio etc.). A las marcas exitosas se puede llegar por diferentes caminos.

«LA MANERA COMO LAS PERSONAS INTERPRETAN LAS OPORTUNIDADES EN EL ENTORNO, PUEDE JUGAR UN ROL EN SUS DECISIONES DE CONVERTIRSE EN EMPRENDEDORES»

¿A cuáles desafíos se enfrenta un hispano que decide crear una empresa en el extranjero?

Depende del contexto. Más que nada depende del ecosistema de creación de empresas en el país donde se encuentra. En un país con un ecosistema de creación de empresas fuerte, como los USA o Inglaterra, si se lograr entrar en esos ecosistemas, el sistema te ayuda en el proceso de creación. En otros sin esos ecosistemas, puede ser igual o peor que en su país natal. Además de los problemas comunes (financiamiento etc.) hay que agregar las percepciones de inmigrantes que pueden hacer el problema más difícil.

¿A qué se debe la migración del espíritu de creación de empresas americano a Europa?

La unión europea entendió que se estaba quedando detrás de los Estados Unidos y que además tiene una amenaza importante de China, en especial desde el punto de vista de tecnología, investigación y el nexo de ellos con la creación de empresas. Una

de las áreas donde eso se ve más claro es en el esfuerzo y proliferación de escuelas de negocios top en Europa. Que se entendieron como una necesidad para acelerar ese proceso. Mi presencia en Europa, por ejemplo, se debe a ese empuje a mejorar el comportamiento emprendedor en Europa.

¿Cuáles diferencias tiene el empresario Americano del europeo?

Yo diría que no mucha en cuanto a ejecución e implementación, pero un poco en cuanto a la visión del largo plazo y su misión en el negocio. En Europa se tiende a tener mucho más énfasis en la propiedad en el largo plazo y en la posibilidad de llevar el negocio personalmente e inclusive legarlo a sus hijos. En Estados Unidos tiende a haber una visión más personal del negocio como negocio y la idea de que el negocio y la persona o familia no tienen por qué ser relacionados.

En su opinión ¿Cuáles ventajas percibe que tienen los emprendedores de nuestro país?

En realidad, el emprendimiento exitoso viene de dos factores fundamentales. Motivación y resiliencia. Motivación para moverse, para salirse del montón, para hacer algo nuevo, diferente, de resolver un problema. Y resiliencia para aguantar los avatares del proceso y mantener la proa cuando se enfrentan esos problemas. Esos valores los emprendedores dominicanos los tienen a mares. El proceso mismo de crecer en el país, en cambio/crisis continua, crea esa motivación y resiliencia. Conversando con un amigo emprendedor muy exitoso, le preguntaba acerca de la crisis y su respuesta fue "que crisis, si nosotros vivimos en una crisis perpetua. Lo que hay que hacer es tirar para adelante". Esa motivación y resiliencia es lo que diferencia a nuestros emprendedores.

BIO

JULIO ORLANDO DE CASTRO SE FORMÓ COMO INGENIERO INDUSTRIAL DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA MADRE Y MAESTRA, Y ALCANZÓ EL MÁXIMO GRADO ACADÉMICO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, POR LA UNIVERSITY OF SOUTH CAROLINA.

HA SIDO CONSULTOR DE COMPAÑÍAS NACIONALES E INTERNACIONALES, LO QUE CONSTITUYE UNA DE SUS PRINCIPALES ÁREAS DE ESTUDIO Y CONOCIMIENTO, RAZÓN POR LA QUE SE LE TORNA FÁCIL HABLAR SOBRE LAS ESTRATEGIAS NACIONALES E INTERNACIONALES PARA CREAR EMPRESAS EXITOSAS.

EL PROFESOR DE CASTRO NOS CUENTA CON MÁS DETALLES CUALES SON LOS RETOS DE EMPRENDER Y QUE SE NECESITA PARA CONSTRUIR MASCAS EXITOSAS



La otra dimensión de la noticia

El éxito de un medio de comunicación no radica solo en crear buenos contenidos y tener las plataformas, es una labor que está asociada con estrategias adaptadas a la realidad del público dominicano.

Alex Madera, director de operaciones de DIGO Network, explica cómo funciona la publicidad y los contenidos digitales de medios de comunicación centenarios como el Listín Diario.

“Listín Diario siempre se ha caracterizado por la profundización en los contenidos, realizando reportajes de investigación, creando contenidos actuales y de interés, además que son potables para la mayoría de las marcas, las cuales no quieren verse asociadas a contenidos que pudieran en un sentido u otro afectarles en su imagen”.

También, enfatiza que está el hecho de el peso de la credibilidad que le otorga su larga trayectoria, “ese nombre en el cual se sustentan muchos de los lectores, que antes de validar una información verifican en Listín Diario, y al encontrar o no allí, determinar si es válida o no la información. La credibilidad del medio es una de sus principales fortalezas en el tema de la publicidad online”.

Madera sostiene que son muchas las ventajas que tienen las empresas al tener presencia en plataformas como el Listín Diario, entre ellas, recalca que le otorga la credibilidad que ofrece el medio, le facilita ese peso indispensable, de que se está mostrando ante una audiencia determinada.

“Por eso a la hora de una planificación de una estrategia de publicidad online, es impensable no tomar en cuenta a Listín Diario, por ser el primer medio dominicano, el de mayor tráfico y de mayor calidad en su audiencia”.

Agrega que tener presencia en un periódico como este, le brinda la oportunidad del reconocimiento indispensable para cualquier marca que requiera tener proyección en la República Dominicana. El complemento con la parte impresa le proporciona a la marca un mejor despliegue y alcance, pues la compenetración de uno y otro, dos ambientes totalmente diferentes, le agrega un valor incalculable.

UNA ESTRATEGIA DIGITAL PENSADA E INTENCIONAL

Madera, quien es experto en colocación de publicidad digital, indica que entre los elementos a considerar para obtener un mejor alcance en la implementación de una estrategia digital están:

UN DATO

EL COMPLEMENTO DE LAS INFORMACIONES DIGITALES Y LA PUBLICADA EN LA PARTE IMPRESA LE PROPORCIONA A LAS MARCAS UN MEJOR DESPLIEGUE Y ALCANCE, PUES LA COMPENETRACIÓN DE UNO Y OTRO, DOS AMBIENTES TOTALMENTE DIFERENTES, LE AGREGA UN VALOR INCALCULABLE.



POSICIONAMIENTO

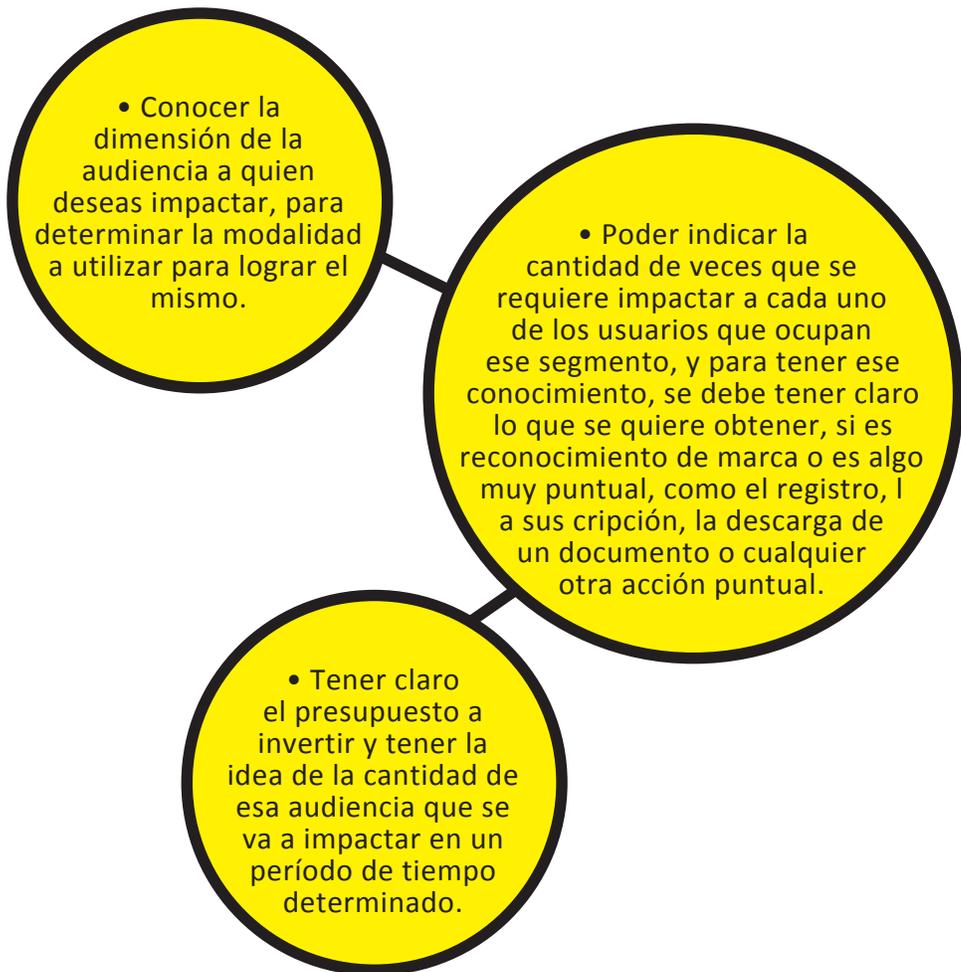
• EN 2020, EL LISTÍN DIARIO FUE EL NÚMERO 1 EN EMPRESAS MÁS ADMIRADAS DE ACUERDO CON LA REVISTA MERCADO EN LA CATEGORÍA PERIÓDICOS ESCRITOS Y DIGITALES.

LIDERAZGO

• EL LISTÍN DIARIO FUE EL PRIMER MEDIO DE COMUNICACIÓN QUE REALIZÓ TRANSMISIONES EN VIVO DESDE FACEBOOK, ES EL ÚNICO PERIÓDICO QUE TIENE 150 MIL SUSCRIPTORES EN YOUTUBE.

INNOVACIÓN

• DESDE HACE VARIAS SEMANAS SE ESTÁ HACIENDO UN RESUMEN DE NOTICIAS VOCALIZADAS EN TRES IDIOMAS: INGLÉS, CREOLE Y ESPAÑOL PARA LLEGAR A DISTINTAS Y VARIADAS AUDIENCIAS.



NUEVOS MIEMBROS

A AEROPUERTO INTERNACIONAL DEL CIBAO, S.A.

Contrucción y administración
Aeropuerto Internacional del Cibao
Teófilo Gómez Rodríguez
Ave. Victor M. Espailat, Licey al medio,
Santiago. 809-233-8000
aic@aeropuertocibao.com.do
tgomez@aic.com.do



"Con sus iniciativas y participación activa, la Cámara de Comercio y Producción ha estado presente en todas las transformaciones de nuestra región y por este motivo nos honra ser parte de sus miembros."

transformaciones de nuestra región y por este motivo nos honra ser parte de sus miembros."

ARBAJE BUSINESS COACHING, S.R.L.

Capacitación y coaching de negocios
Jorge Arbaje Monegro
Calle 13 Res. Guzmán Liz, Apto. 3-B,
Villa Olva, Santiago. 809-914-9612
jorgearbaje@actioncoach.com



"Adquirí la membresía en la Cámara de Comercio por el gran apoyo que realiza al sector empresarial de Santiago, muchas gracias por permitirme ser parte de ustedes"

C CENTRO EMPRESARIAL FAMILIA LÓPEZ, CEFAL, S.R.L.

Gestión de negocios y constitución de empresas
Andry Josélina Rodríguez Collado
Calle Daniel Goris No.30, Centro de la Ciudad, Villa Bisonó - Navarrete
809-825-4000
grupocefalrd@gmail.com

CFORMA, S.R.L.

Servicios múltiples para el hogar o empresas
Jorge Castro Noboa García
C/ Hector Inchaustegui No.22,
Ensanche. Piantini, Santo Domingo
809-704-7050
gerencia@cformard.com
jcastro@cformard.com



"Es una muy buena fuente para networking y a la vez hacer conocer a Cforma, S.R.L."

CLÍNICA DE ESPECIALIDADES ODONTOLÓGICAS DR. RAFAEL ARIAS, S.R.L.

Servicios odontológicos en general
Rafael Esmerito Arias Peña
Ave. Imbert No.108, Santiago
809-295-6601
rafaelarias17@hotmail.es

CRÉDITOS E INVERSIONES NAVARRETE, CREDINAVA, S.R.L.

Préstamos en general
Hilario Antonio López Aquino
Ave. Duarte, esq. Nico Lora No. 165,
Centro de la Ciudad, Villa Bisonó, Navarrete
809-585-6697
credinavard@gmail.com
mrhilariopublicidad@gmail.com



"Ser parte de la CCYPS a través de la membresía, nos ha permitido convertir en oportunidades las grandes experiencias obtenidas dentro de la comunidad empresarial"

D DENTINA CLÍNICA DENTAL DRA. ROSLENY GARCÍA, S.R.L.

Administración de un centro de salud oral
Rosleny Alejandrina García Jiménez
Ave. Rafael Vidal No.58, Embrujo I,
Santiago
809-806-2632
dentina.dra.garcia@gmail.com



"El ser parte de la Cámara de comercio de Santiago, me da oportunidades de expandir mi proyecto y tener información y facilidades en el ambiente empresarial. Quiero que mi clínica trascienda y tenga acceso para todo público. Agradezco el seguimiento y distinción de ser parte. Dra. Rosleny García."

E EL GUSTATIO DEL CHEF, S.R.L.

Alimentos y bebidas
Dainete Jiménez De La Cruz
Carretera Las Charcas No.3, Santiago
809-708-8746
manueldejesusdejesus7@gmail.com,
jimenezdainet@gmail.com

F FARMACIA SAN MIGUEL, S.R.L.

Compra y venta de productos farmacéuticos
Daniela Haydee Jiménez Genao
Calle Restauración No.84, Centro de la Ciudad, Santiago
809-574-6639
sanmiguelcfacias@claro.net.do

FUMIGADORA FELIXA, E.I.R.L.

Servicio de fumigación.
Félix Alberto Sánchez De Los Santos
C/ 6 No. 10A, Urbanización Marilopez, Villa Olga, Santiago
809-249-5570
fumigadora.felixa@hotmail.com

G GILBERTO HERMINIO CABRERA DUARTE

Fabricación, adaptación, reparación y modificación de piezas industriales
Cirila Arsenia Torres
C/ Esmeralda No.4, Barrio Obrero,
Santiago 8092332255 / taller.
gilbertocabrera@hotmail.com

GRAPHIC DEPOT, S.R.L.

Publicidad en general
Jeovanny Hernández Nova
Ave. Franco Bidó No. 365, La Fuente,
Santiago
809-226-3798
graphicdepot3@gmail.com
expresoimports@gmail.com



"Nos sentimos complacidos al pertenecer a dicha Institución, por la que la misma fomenta el valor y crecimiento de las empresas Dominicanas."

I IMPORTADORA FORESTAL DEL CARIBE, IMFOCA, S.R.L.

Importación y distribución de madera, y sus derivados
Elías Rafael Ignacio Cruz Rodríguez
Ave. Circunvalación Norte. 500 mts al sur carret. Duarte, Licey al Medio, Santiago
809-570-0822
contabilidad01@imfoca.com



"Para ser beneficiario de los múltiples servicios que ofrece la Cámara de Comercio y mantener el contacto con el grupo empresarial de Santiago. Para pertenecer al gremio empresarial de Santiago y estar actualizado de las novedades en el sector."

I IMPORTADORA Y EXPORTADORA J&J, S.R.L.

Importadora de productos en general
In tak Chang
Ave. Refinería, casi esq. Carret. Sánchez Vieja, Bajos de Haina
809-922-2087
logisticaimporttjj@gmail.com



"Me siento muy honrado y agradecido de pertenecer a esta institución tan sólida, en la cual estaré a la vanguardia del sector empresarial del país"

INDUPALCI, S.R.L.

Importación y exportación de material gastable
 Edison Vargas Colón
 Calle 2 No.76, Ensanche Bolivar, Santiago
 809-583-0397
 indupalcisrl@gmail.com



"Indupalci tomó la decisión de afiliarse a la Cámara de Comercio y Producción de Santiago por la razón de que entendemos que a través de ellos podemos crecer tanto en lo económico como en lo profesional"

LEGALITAS, S.R.L.

Servicios legales online
 Linette Marie Lantigua Rosa
 C/ Federico Lithgow Torre Málaga 2do.
 Piso, Cerro de Gurabo I, Santiago
 829-649-8888
 contacto@legalitasrd.com

LGS MANUFACTURING, LLC

Fabricación de indumentaria deportiva
 Rosner Rafael Lynch Harris
 C/ El Corte, Caribbean Industrial Park No.
 A-1-B, Matanzas, Santiago
 809-806-9406
 rharris@fitwellus.com

LINKME BTL & MARKETING, S.R.L.

Publicidad BTL y marketing
 Leslie Ayleen Mezquita Núñez
 Calle 2 No.4, Villa Olímpica, Residencial
 Elba, 2-B., Santiago
 linkmebtl@gmail.com

LOBLACON, S.R.L.

Servicios relacionados con la arquitectura e ingeniería civil
 Miguel Angel Lora Liriano
 Calle Arturo Grullón No.17, Jardines
 Metropolitanos, Santiago
 829-724-4949
 loblacon.arquitectura@gmail.com

M M R CUSTOM BROKER, S.R.L.

Agente de aduanas, actividades en relación con el comercio exterior
 Henry Mayovanex Vargas Rodríguez
 Ave. 27 de Febrero Plaza Habitat, 3er.
 Nivel 3A, Santiago
 809-226-0954
 mmrcustom27@outlook.com



"Mi motivación a pertenecer a dicha institución se la debo a mi madre que a la vez es mi mentora, ya que ella es la que me aconseja sobre pertenecer

a la Cámara de comercio y producción de Santiago, ya que se obtienen grandes posibilidades en el comercio con dicha membresía y la misma es propulsora de motivación y desarrollo.
 yonatana@hotmail.com

METUS PROYECTOS, S.R.L.

Construcción
 Bernardo Espinosa Familia
 Ave. Estrella Sadhalá No.7, Jardines
 Metropolitanos, Santiago
 809-382-8179
 jguillen@metus.do



"Pertener a la Cámara de comercio y producción nos brinda una plataforma para dar mejor proyección y desarrollo a nuestra empresa y fortalecer nuestros lazos comerciales con las diferentes instituciones comerciales de la ciudad de Santiago.

MULTISERVICIOS PÉREZ-TAVÁREZ, MULTIPETA, S.R.L.

Productos agrícolas
 Hilario Antonio López
 Ave. Duarte KM 1, Centro de la Ciudad,
 Villa Bisonó - Navarrete
 809-789-0971
 tendyimportadora@gmail.com

NASCIER DO SOL GROUP, S.R.L.

Restaurante
 Elvira Garrido
 C/ Genaro Pérez No.15, Santiago
 809-609-8335
 elvira@porkandbeerrd.com

PRODUCCIONES AGUILERA EN RADIO Y TELEVISIÓN, S.R.L.

Publicidad y programas de televisión
 Criselmy Ramirez Perdomo
 Ave. Las Carreras No.1, Santiago
 829-408-0578
 clientes@produccionesaguilera.com

QUANT LEAP CONTACT CENTER, S.R.L.

Servicio de call center
 Yeferson Emmanuel Pola
 Ave. Francia No.5, La Zurza, Santiago
 809-382-7943
 quantleapcc@gmail.com



"Mis motivos para la membresía son varios entre ellos podemos destacar, mi deseo de seguir creciendo como empresa mediante las capacitaciones, conferencias, informaciones y estrategias que ustedes ofrecen.

•ROSNER LYNCH HARRIS

Rafael LGS Manufacturing, LLC
 809-806-9406 | 829-761-1430
 rharris@fitwellus.com



"Nuestros tiempos nos demanda estar conectados, la cámara de comercio y producción de Santiago nos une"

REFRICENTRO JJ, S.R.L.

Instalación, mantenimiento y reparación de aires acondicionados
 Bolívar Pascual Ozoria
 Ave. 27 de Feb. No.46, El Dorado II,
 Santiago
 829-864-7164 / refricentrojj@gmail.com

SENAVET, S.R.L.

Ventas de productos veterinarios y afines
 Nicolás Sena Medina
 Carretera Matanzas No.10, Nibaje,
 Santiago
 829-341-7606
 senavetsrl@gmail.com

SERVICIOS ELECTROMECÁNICOS PROFESIONALES DE SANTIAGO SEPROSANT, S.R.L.

Ejecución de obras electromecánicas
 Uriel Isaac Gómez Veras
 Ave. Merelio Almonte No.2, Villa Olímpica,
 Santiago
 809-977-2001
 urielg28.ugv@gmail.com



"Porque la misma nos brinda un apoyo inquebrantable, lo que nos permite desarrollar y esquematizar nuestra empresa , a la vez aportar al crecimiento personal , comercial y empresarial en la ciudad y fuera.

SUZAÑA & LOMBERT SERVICIOS PROFESIONALES, S.R.L.

Servicios de consultoría, asesoría y capacitación en la industria de alimentos
 Gaudy Leissy Suzaña Moreta
 C/ Cruz Gorda Resid. Colinas de Gurabo,
 Edif. 7, Apto. 2-D, Gurabo, Santiago
 809-894-2153
 servicios@suzanalombert.com



"La cámara de Comercio y de Producción de Santiago nos brinda un espacio para contactos con empresas de la región, así como, acceso fácil y actualizado a base de datos e informaciones. Además, nos facilita espacios de capacitación, organización y de crecimiento para nuestra empresa.
 ing.gaudysuzana@hotmail.com

TOGA LEGAL CONSULTING, E.I.R.L.

Servicios jurídicos
 Rafaelina Del Carmen Torres García
 Ave. Juan Pablo Duarte Plaza Las Barajas,
 Mód. 303-B, Centro de la Ciudad, Santiago
 809-894-1955
 togalegalconsulting@gmail.com
 rafetg2@hotmail.com



"El motivo principal es que confiamos en la calidad de servicio brindado por la cámara de comercio de Santiago para todos sus usuarios sin excepción sin embargo entendemos que la cercanía con la cámara nos abre nuevas puertas, nos brinda nuevas oportunidades, nos guía en nuestro caminar en el mundo empresarial y nos acerca más a nuestro propósito en el trayecto de nuestro nuevo proyecto.

NUEVOS MIEMBROS

forem

Centro de Formación Empresarial

¿QUÉ ES EL FOREM?

El FOREM es un centro de formación empresarial de alto nivel, innovador, dinámico y enfocado en una propuesta académica caracterizada por la calidad y excelencia de su staff académico, gestión y servicio.

VISIÓN:

Ser el principal centro de formación empresarial y actualización profesional del Cibao, con una propuesta académica vanguardista e innovadora.

MISIÓN:

Ser el aliado estratégico de empresas y profesionales de la Región Norte, agregando valor a través de la actualización de conocimientos y el incremento de la productividad y el desempeño.

FILOSOFÍA:

Propiciar el aprendizaje de nuevos enfoques que formen una visión integral de la sociedad, la economía y el medio ambiente.

PRÓXIMAS CAPACITACIONES:

- Copywriting Workshop
- Detección de necesidades de capacitación
- Integrando estrategia de datos a mi negocio
- Análisis e interpretación de estados financieros para Pymes
- Estrategia de servicio centrada en el cliente
- Presentaciones asertivas y efectivas
- Vender más con el lenguaje no verbal
- Negociación estratégica

Cámara de Comercio y Producción de Santiago, Inc.
 Av. Las Carreras #7, Edificio Empresarial, Santiago de los Caballeros
 Contáctanos al 809-582-2856 ext. 235 y 231
 info@forem.do / capacitacion@camarasantiago.com



UNIMAG, S.R.L.
 Confección de uniformes y gorras
 Mariano Agustín García Ortíz
 C/ Independencia No.108, Centro de la Ciudad, Santiago
 809-724-9746
 unimagcontabilidad@gmail.com

VIP GYM & CATERING SERVICE, VIGYCAS, S.R.L.
 Alimentos cocidos, productos y suplementos para gimnasio en general
 Hilario Antonio López Aquino
 C/20 No.16, 27 de Febrero, Villa Bisonó, Navarrete
 829-997-8070
 vipgyprd@gmail.com

Y M CONSULTING, S.R.L.
 Firma de contadores públicos autorizados
 Guarionex Ynoa Martínez
 C/ Pedro Francisco Bonó No.12B, Centro de la Ciudad, Santiago
 809-612-4364
 ymconsultingdr@gmail.com
 gynoahotmail.com



“Adquirimos la membresía de la Cámara por los beneficios que les ofrecen a las empresas afiliadas y porque a través de ustedes nuestra empresa puede darse a conocer a más clientes, los cuales pueden obtener nuestros servicios”.





República Dominicana
Lo tiene todo

GoDominicanRepublic.com

 El Morro,
Montecristi



TURISMO COMUNITARIO SOSTENIBLE, UN TURISMO EN LA REGIÓN CIBAO MÁS ALLÁ DEL SOL Y LA PLAYA

El Turismo Comunitario Sostenible es una actividad económica que vincula a las comunidades con los turistas desde una perspectiva intercultural, contando con la participación de actores locales en la creación y complementación de una ruta o experiencia turística y a su vez, teniendo un manejo adecuado de los recursos de la naturaleza, patrimonio histórico y cultural, obteniendo al final con ello, un desarrollo económico y social para la comunidad. Además de las hermosas playas de Samaná, el teleférico de Puerto Plata, el Monumento a los héroes de la Restauración de Santiago y otros puntos muy visitados del Cibao, la región norte de la República Dominicana cuenta con una amplia oferta turística comunitaria entre las cuales podemos destacar experiencias gastronómicas, culturales, agroturísticas, senderismo, ecoturismo y mucho más. Entre algunas de estas tantas experiencias podemos destacar destinos como:



Montecristi:

En este destino puedes disfrutar de un City Tour histórico por el pueblo de San Felipe, o visitar El Morro y sus hermosas playas costeras, en Manzanillo puedes vivir aventura ecoturística atravesando las aguas del Parque Nacional Estero Balsa a través de sus túneles acuáticos de altos manglares que pueden alcanzar hasta 10 metros de altitud.





Espailat:
 Mas allá del aspecto cultural de su municipio cabecera "Moca", esta provincia tiene mucho que ofrecer. Aquí puedes vivir experiencias ecoturísticas y aventureras de ensueño, tales como sus excursiones en Kayak a través del río Yásica, realizar senderismo hasta los balnearios Los Tinajones, Las Caobas y salto Los Bueyes, practicar Canyoning en los charcos Cola de Pato y Arroyo Frio y practicar rappel en la cascada Hongo Mágico.



Dajabón:
 Si un día estás de compras en el famoso Mercado Binacional de Dajabón, no puedes dejar de visitar la Ruta de la Miel, a través de sus diferentes apiaros en el municipio de Partido, donde puedes apreciar el proceso de la recolección de la miel a través de sus panales, degustar productos derivados de la miel como lo es su vino, así como también disfrutar de un muy relajante facial a base de este producto.



Valverde:
 Al llegar al municipio de Mao, tienes que subirte en sus pintorescas Margaritas (Medio de transporte local) y disfrutar de un recorrido comunitario por el municipio en el cual puedes visitar la Ruta del Banano Orgánico y aprender de una experiencia agrónoma cultural y culinaria ya que puedes apreciar los diferentes productos que realizan y comercializan a base de fibra del banano y probar exquisitas gastronómicas locales hechas también de este producto.



Santiago Rodríguez:
 Esta provincia tiene al municipio Monción, la capital nacional del Casabe. Aquí puedes encontrar la Ruta del Casabe en la cual te adentras en el legado que nos dejaron los indígenas con la elaboración de este producto a base de la Yuca. Aquí mientras recorres diferentes puntos, puedes aprender acerca de la elaboración de este producto, disfrutarlo y hasta disfrutar de un delicioso jugo de yuca.

Y esto es tan solo es una parte de todo lo que tiene para ofrecer el destino Cibao como referente turístico del Turismo Comunitario Sostenible en la region. Si quieres conocer que otras actividades puedes realizar, puedes dirigirte a la página descubrecibao.com.
 Mas allá del sol y la playa, entre la cultura y la gastronomía, desde el turismo activo hasta el contacto con la naturaleza, República Dominicana es el país que Lo Tiene Todo.
 Ministerio de Turismo 809-221-4660
www.godominicanrepublic.com

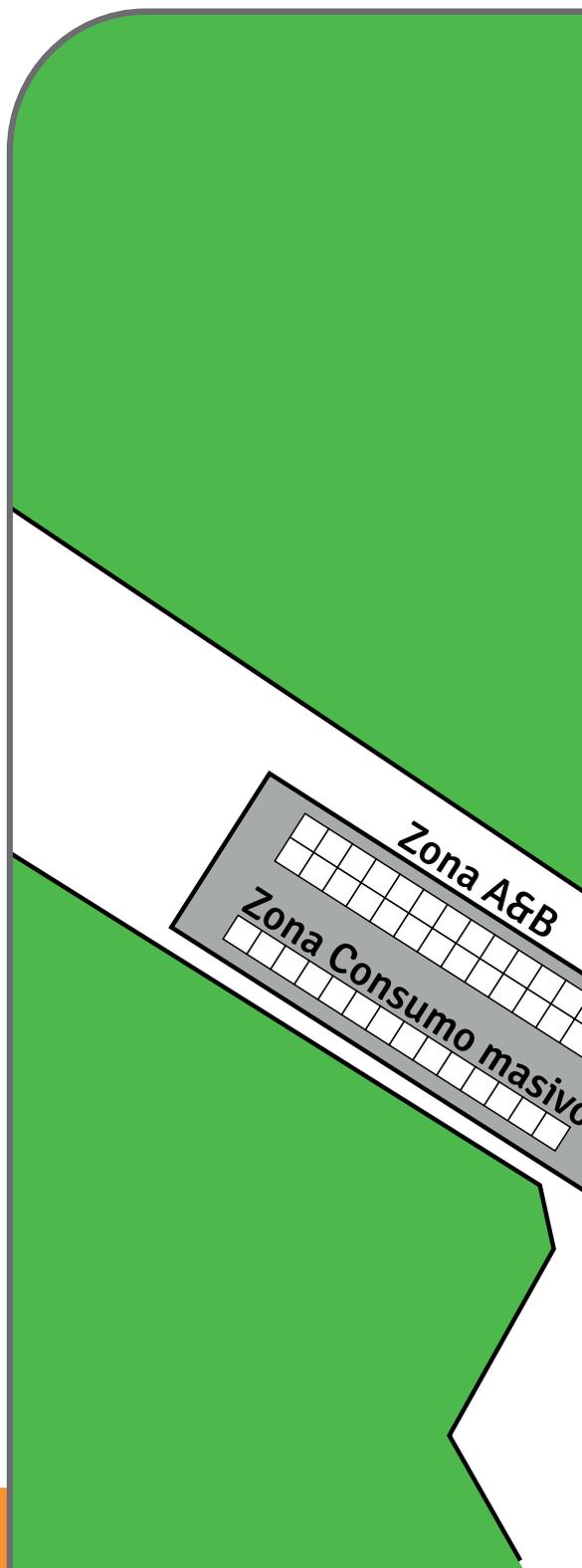


EXPO

Nuevos retos



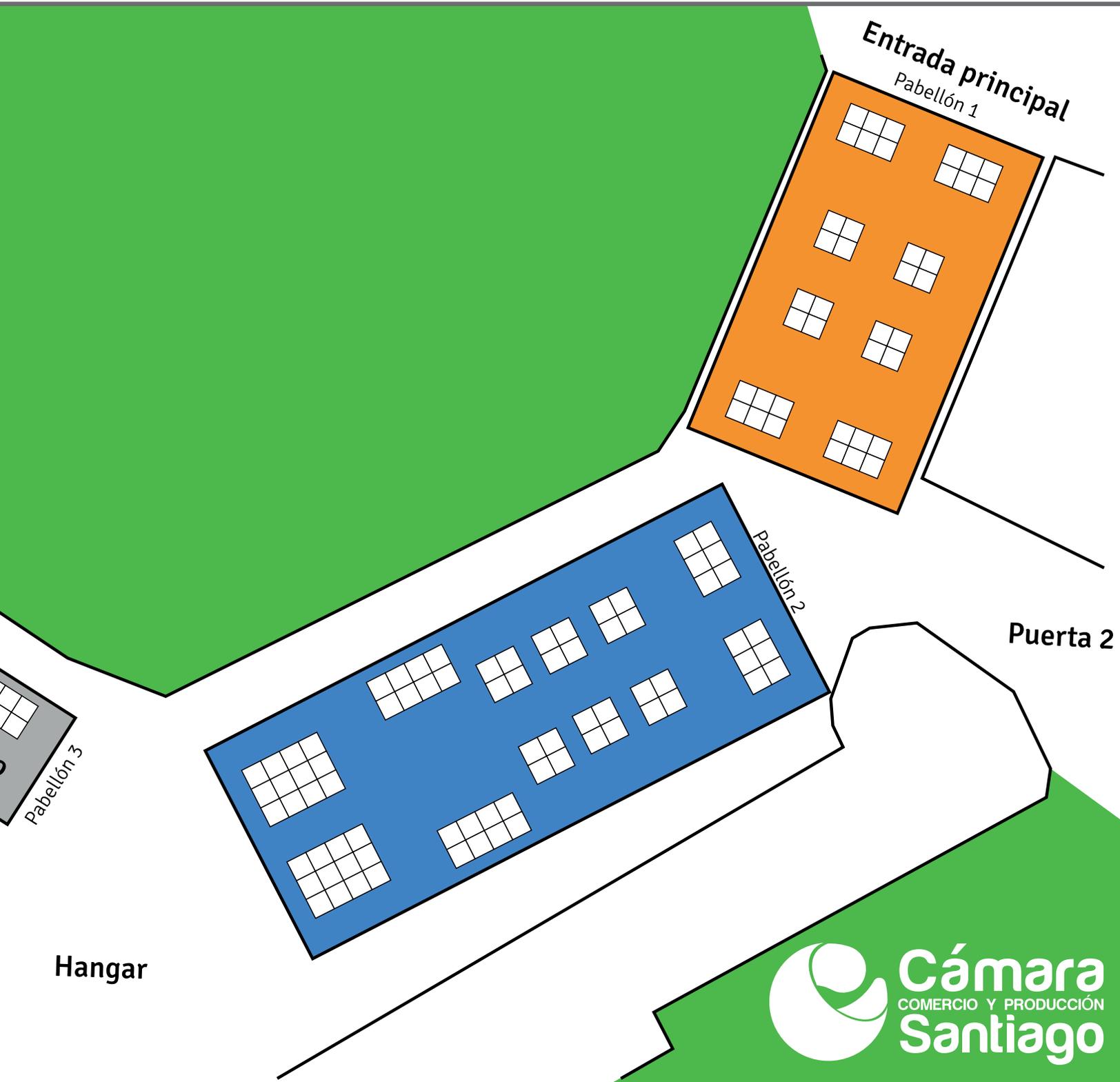
Listin Diario



PO CIBAO

os, nuevas metas

29 de SEP
al 03 de OCT
Parque Central
Santiago





Texto:
Por Jesús V.
Izquierdo,
Presidente de
Leadergy & Co.

El cambio estratégico de las organizaciones: uniendo la estrategia de mercado con la estrategia de no mercado.

Cuando hablamos de gestión del cambio en las organizaciones, se puede abordar el tema desde múltiples perspectivas. Sin embargo, si al sustantivo cambio se le acompaña del adjetivo estratégico, entonces es pertinente reflexionar desde un enfoque mucho más profundo y, por supuesto, muy orientado al negocio.

Se ha de partir de la premisa de que el cambio estratégico ha de contribuir sí o sí al crecimiento empresarial. Y es que si el cambio no suma en positivo, se convierte en un lastre o en una condena, que condiciona para mal el avance de toda la organización.

Además, en el contexto actual, con un entorno tan volátil, muy incierto, enormemente complejo y ambiguo, en el mejor de los casos, las organizaciones no pueden y no deben incorporar más elementos de inseguridad a lo que están viviendo. En esta línea, se preguntarán muchos ¿y esto cómo se hace? ¿Cómo decidir sin lastrear en un sentido u otro la empresa?

Es importante abordar a la organización desde un doble enfoque, como un actor de mercado, desde luego, pero también en su rol de no mercado.

Así, desde una perspectiva de mercado, existen muchas metodologías y corrientes de pensamiento que, con acierto e inteligencia, pueden contribuir a que una empresa decida qué cambios instaurar para crecer. Por ejemplo, cuando las organizaciones se enfrentan a un reto en su evolución, suelen volver la vista hacia la Matriz de Ansoff que vincula a los productos con los mercados y los clasifica en base al criterio de novedad o actualidad.

También pueden pensarse estrategias de integración en diferentes niveles de la cadena de valor, que bien podrían ser verticales (hacia adelante o hacia atrás) u horizontales, es decir que suponen la compra de un negocio relacionado. En este sentido, además de adquisiciones, se pueden dar fusiones, joint ventures y alianzas estratégicas.

Sin embargo, el verdadero cambio estratégico en una organización se produce cuando su líder busca potenciar una sinergia empresarial de éxito al integrar las estrategias de crecimiento en el mercado con la estrategia de no mercado. ¿Estrategia de no mercado? Sí, con ella me refiero a las



decisiones estratégicas asentadas en las estructuras sociales, en las bases culturales y en las circunstancias políticas. Todas ellas contribuyen a crear un espacio al que podemos referirnos como el entorno empresarial ajeno al mercado. Y no nos engañemos, esto lo vemos a diario, pues como empresarios no solamente nos relacionamos con proveedores, competidores y clientes, sino que poseemos un abanico de stakeholders considerable. Porque en este entorno aparecen e interactúan el gobierno, las ONGs, los reguladores, los medios de comunicación, los ciudadanos, los activistas...

Para abordar todos estos grupos de interés con acierto y con las garantías de que impacten positivamente en la empresa, se requiere un mindset concreto y una serie de herramientas específicas.

Cuando se aúna la estrategia basada en el componente de mercado con la estrategia de no mercado se produce una sinergia corporativa que logra un posicionamiento global y holístico para la organización. Y, además, contribuye a la coherencia en ambos entornos, a fin de que uno pueda ponerse al servicio del otro y viceversa.

Este es, en mi opinión, el verdadero cambio estratégico y el gran reto para el liderazgo organizacional, porque si se hace bien, se estará construyendo un elemento de valor inmenso, que funcionará como un escudo y como un arma de ataque en los diferentes entornos en los que opera la corporación.

ACERCA DE JVI

JESÚS V. IZQUIERDO HA DESARROLLADO SU CARRERA COMO ESTRATEGA CORPORATIVO, DIRECTIVO, EMPRESARIO Y COACH EMPRESARIAL DURANTE LOS ÚLTIMOS 30 AÑOS, TRABAJANDO CON ORGANIZACIONES PÚBLICAS Y PRIVADAS, INCLUIDAS COMPAÑÍAS PERTENECIENTES AL FORTUNE 500 GLOBAL, EN EUROPA, LATINOAMÉRICA Y NORTEAMÉRICA.

EN SU TRAYECTORIA PROFESIONAL HA FORMADO PARTE DEL MAYOR LOBBY DE USA EN WASHINGTON, DC IMPULSANDO EN EL CONGRESO Y EN EL SENADO LA AGENDA DE CUESTIONES INTERNACIONALES A NIVEL POLÍTICO, ECONÓMICO E INSTITUCIONAL. TRABAJÓ DURANTE OCHO AÑOS EN EL MAYOR TANQUE DE PENSAMIENTO CORPORATIVO, SALIENDO A BOLSA EN NASDAQ EN 1999. DESDE EL AÑO 2007, HA SIDO PROFESOR INVITADO PARA IMPARTIR CLASES MAGISTRALES EN ESCUELAS DE NEGOCIO DEL TOP 30 MUNDIAL.

FUNDÓ EN 2007 THE WORLDGATE GROUP, FIRMA DE ASESORÍA Y PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DONDE EJERCE DE CHIEF EXECUTIVE LEADER. EN 2018, COFUNDA LEADERGY & CO., UN GRUPO INVERSOR QUE INCLUYE UN ECOSISTEMA EMPRESARIAL, ORIENTADO A LA TRANSFORMACIÓN ESTRATÉGICA DE LAS ORGANIZACIONES Y A IMPULSAR PROYECTOS EMPRESARIALES DE IMPACTO, DONDE DESEMPEÑA COMO PRESIDENTE Y QUE, EN LA ACTUALIDAD, CUENTA CON FIRMAS EN EUROPA Y EN LATINOAMÉRICA. ADEMÁS, ES MIEMBRO Y ASESOR DE DIFERENTES ÓRGANOS DE GOBIERNO EN VARIAS ORGANIZACIONES. HABITUALMENTE PUBLICA EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN ARTÍCULOS Y TRABAJOS.



Un comercio global más fácil, eficiente y seguro

40 años El Nuevo Diario nació para representar a quienes no tenían voz en la sociedad



Para Persio Maldonado Sánchez el surgimiento del periódico El Nuevo Diario, que el 8 de mayo arribó a su 40 aniversario de fundación, fue la vía idónea para representar a todos aquellos miembros de la sociedad dominicana que en aquel entonces no tenían voz, indicando, además, que sus cimientos se basan en la innovación, la permanencia y la pluralidad de la información.

“La idea del periódico El Nuevo Diario encerraba un concepto de que fuera innovador, permanente, siempre en la línea informativa, que fuera un diario plural, y que representara a aquellos de la sociedad que no tenían voz. A partir de ahí iniciamos a contactar a otros amigos para el proyecto”, resaltó.

Maldonado Sánchez dijo que la creación de este periódico comenzó a germinar en el desaparecido periódico El Sol, indicando que luego de un viaje a Chicago, Estados Unidos, se reunió con el periodista Juan Bolívar Díaz, quien le había comentado sobre su disgusto y posible renuncia del entonces matutino, del que era director.

“Él (Juan Bolívar) me dijo, disgustado, que renunciaría del periódico El Sol, por diferencias de carácter administrativo,

entonces le dije que no podía hacer eso debido a las personas involucradas en dicho proyecto; sostuvimos una reunión en un restaurante del Malecón de Santo Domingo (Mandarín), y ahí se planteó la idea de hacer un nuevo periódico”, sostuvo Maldonado Sánchez.

Narró que Díaz le externó la carencia de recursos económicos para sacar adelante el nuevo proyecto, indicando que sostuvieron una reunión posterior con el grupo que tenía mayor confianza, con los cuales laboraban en el desaparecido medio.

“Creo que en ese primer encuentro participaron Juan Bolívar Díaz, yo como parte de esa primera convocatoria, Manolo Quiterio Cedeño, Elsa Expósito, creo que Ramón Colombo, Nelson Marte y Pedro Caro. Comenzamos a hablar del conflicto en El Sol y la idea de resolver un periódico”, recordó. Agregó que la salida de El Nuevo Diario se planteó sin saber si sería un periódico o revista, donde luego se inició el proceso para contactar a personas relacionadas para que fueran potenciales inversionistas.

“Con la primera persona que nos reunimos fue el ingeniero Pedro Bonilla, en su casa, yo no lo conocía, Juan Bolívar

sí, me piden que haga una exposición a Pedro desde el punto de vista económico, de sacar un periódico o revista, y él dijo que lo que se tenía que hacer era un periódico, entonces luego dijo: yo busco el dinero, y el resto se convence, y ahí se define lo que íbamos a hacer esa noche”, indicó.

Detalló que Pedro Bonilla ofreció un apartamento, ubicado en Juan Dolio, San Pedro de Macorís, donde el grupo se reunió durante el fin de semana para discutir las líneas generales, editorial, informativa, el estilo, discutir el nombre, el cual terminó siendo El Nuevo Diario.

ALFA & OMEGA

En lo referente a Miguel Cocco Guerrero, empresario y político dominicano, fallecido, Maldonado Sánchez dijo que para cuando se idealizó El Nuevo Diario, éste fue contactado para usar la estructura que poseía en impresión gráfica, en el edificio que alberga a la editora Alfa & Omega.

“En el caso de Miguel Cocco, doña Minerva, Alfa & Omega, y su familia, fue como la casa de refugio, allí nosotros montamos la primera redacción en un lugar que nos concedieron arriba, en el segundo nivel, ahí se instaló la redacción e instalamos publicidad”, apuntó el director.

Recordó que en las ocasiones que tenían que recibir alguna visita en El Nuevo Diario de aquellos años, Miguel Cocco se salía de su oficina, cerraba la puerta y dejaba a los periodistas para que realizaran sus reuniones.

“A veces uno le decía, pero ven Miguel, quédate aquí, y decía no, háganlo ustedes, salía y nos cerraba la puerta, y nosotros conversábamos ahí con las personas, y así fuimos conformando la idea de la empresa”, externó.

Sostuvo que para la primera edición de El Nuevo Diario no se contaba con una oficina administrativa, la cual dijo seguía “andando” dentro de su carro, y que posteriormente se alquiló un departamento, cerca de Alfa & Omega, donde se erigió las oficinas administrativas, de contabilidad y circulación.

“Así operamos hasta agosto de 1982, y recuerdo la fecha porque justo nos

mudamos en este local donde opera hoy día el periódico, en el momento en el que el doctor Salvador Jorge Blanco estaba tomando posesión en el Palacio Nacional”, memorizó.

Línea informativa de El Nuevo Diario

Al ser preguntado sobre algún caso en que alguien quiera cambiar la línea o informaciones que se emiten desde El Nuevo Diario, Maldonado Sánchez indicó que nunca ha tenido alguna situación que no haya podido manejar u obligado a cambiar la línea del medio, resaltando que como periódico siempre han sido cuidadosos de no decir alguna información que no se corresponda con la verdad.

“Si hay alguna información que amerite rectificación, pues se hace la rectificación, como es de ley y de ética, porque en esto uno tiene una responsabilidad que va más allá del orden jurídico, un periodista no anda buscando dañar a alguien, anda buscando la verdad”, aseguró el también presidente de la Sociedad Dominicana de Diarios, Inc. (SDD).

“Yo pudiera decir que nunca he tenido una situación de presión que yo tenga que cambiar, primero porque dudo que yo cambie una posición que yo crea que tenga verdad como director y persona, para decir otra cosa que no es de lo que yo estoy convencido, nunca ha pasado y dudo que a esta edad alguien me haga pasar por eso”, sostuvo.

Igualmente, dijo que ha tenido muchas demandas legales de gente que ha demandado al medio por difamación, pero estas son cosas que se tratan a nivel legal, y, sobre todo, nunca he sido condenado por alguna de estas demandas porque “se logran desmontar en un juicio, plural y claro”.

UN PILAR EN LA PRENSA NACIONAL

Al ser abordado sobre cómo ha podido mantenerse el periódico El Nuevo Diario, siendo el más pequeño entre los grandes, Maldonado Sánchez sostuvo que el medio ha sido el último foco de resistencia a la concentración de los medios.

“En la medida que los medios fueron atravesando situaciones económicas, fueron encontrando respuestas en los



grupos económicos, y como yo digo siempre nadie vende un medio que le esté yendo bien. Normalmente la salida de un medio, de una mano a otra, por lo regular está precedida de una situación de dificultades financieras”, expuso el director.

Asimismo, dijo que muchos diarios han desaparecido citando a La Noticia, El Sol, Última Hora, El Siglo, La Nación y El Expreso, sin embargo, los que lograron sobrevivir y presentaron dificultades, entonces los grupos financieros dieron respuesta a dicho tema.

“El Nuevo Diario tal vez es el único periódico que ha quedado fuera de ese ámbito, es el único que ha podido resistir esa tendencia de la prensa mundial. Yo diría que a nosotros nos ha ayudado un poco en esa tendencia el desarrollo de la tecnología”, acotó.

Tecnología en El Nuevo Diario

En lo referente a la implementación de nuevas tecnologías en la prensa nacional, Maldonado Sánchez expresó que las nuevas herramientas ayudaron al periódico a sobrevivir a los embates económicos de los años 80 y 90.

“Tal vez esto explica la sensibilidad que El Nuevo Diario ha tenido, de ir muy adelante en la incorporación de mecanismos tecnológicos, no dudamos en que todo en cuanto surja hay que incorporarlo, no nos resistimos a la tecnología, porque esta ha sido para nosotros muy útil para sobrevivir, mejorar y competir a nivel de grandes grupos económicos”, resaltó.

En ese orden, dijo que la incorporación de la tecnología ha dado una multiplicidad, como ha sucedido en otros medios, donde los periódicos impresos tradicionales nunca habían tenido tanta lectoría como la que tienen ahora, aunque estos vengán por una realidad tecnológica.

“Nosotros tenemos la certificación de Instagram de ser la primera cuenta de un diario en República Dominicana,

certificada, lo que quiere decir que estuvimos siempre muy atentos a esto”, refirió.

“Siempre he dicho, no le temamos a la tecnología, usémosla, porque cuando un medio desaparece todos corremos riesgos, no creo que para yo ser fuerte necesito que uno de los periódicos desaparezca”, sostuvo.

Igualmente, Maldonado Sánchez manifestó que “los medios son un patrimonio de la democracia dominicana”.

Dijo que, a través de la internet y la virtualidad, El Nuevo Diario ha podido compensar la ausencia de capital financiero, en el entendido de poder competir de “igual a igual” con otros medios, que pudieran tener más páginas o circular en mayor proporción debido a la cantidad de ejemplares.

LAS NOTICIAS FALSAS

Entre los obstáculos que actualmente pululan en el mundo del periodismo tecnológico actual, enfatizó en las noticias falsas o “fake news”, asegurando que este es “un gran desafío”, al igual que las amenazas, agresiones y represiones por el ejercicio periodístico.

“Las noticias falsas son un problema para el ejercicio serio y ético del periodismo ético”, deploró.

LA COMUNICACIÓN EN RD

Al emitir su opinión personal en lo referente a cómo percibe la comunicación en la República Dominicana, Maldonado Sánchez indicó que en términos tecnológicos el país ha tenido un buen desarrollo telecomunicacional, y que no ha habido una correspondencia con la cantidad de medios que se ha tenido a nivel local.

“Hemos tenido un inventario de medios y de calidad informativa superior a nuestro desarrollo económico y social”, detalló.



Texto:
Por Karil Taveras,
Chief Executive
Leader en Ideox

<https://www.linkedin.com/posts/>

MARCA PERSONA, la marca del liderazgo a favor de la estrategia organizacional



Hay una afirmación, en relación al personal branding, con la considero que es importante comenzar este artículo: “Además de ser un muy buen profesional, hay que parecerlo”. También podría afirmarse que, en el entorno hipercomunicado en el que vivimos, se hace cada vez más necesario que ese “parecerlo” esté gestionado proactivamente por empresarios o C+ level que, quizá hasta ahora, no habían visto la urgencia de cuidar y potenciar su marca personal.

Así, las marcas personales de los líderes corporativos deben ser diseñadas estratégicamente, estableciendo relaciones con el

cliente potencial a través de la generación de una proposición de valor, que involucre tanto beneficios funcionales como emocionales. Además, las marcas personales no han de ser ni artificiosas ni antinaturales y han de ser coherentes con la persona y citando a Jeff Bezos, fundador de Amazon: “Tu Marca Persona es lo que dicen de ti cuando tú no estás delante”. Así, se puede afirmar que

importantes directivos, empresarios y emprendedores ya han comprendido el valor de su marca personal, son conscientes de que poseen una marca, como la que poseen productos y servicios, y que esta supone tres elementos clave para su desempeño profesional: su cara visible, el porqué de su oferta de

valor y un pilar clave en el negocio de su empresa.

Sin embargo, la creación y la gestión proactiva de una marca persona no es una cuestión espontánea y para que el resultado se aleje de maquillajes y de disfraces, se ha de diseñar un proceso de trabajo que comienza dando respuesta a una tríada de preguntas, desde la sinceridad, alineadas con la realidad de la organización: ¿Quién soy?, ¿Qué ofrezco? Y ¿Qué me hace único?

Estas cuestiones, como ya se ha señalado anteriormente, han de estar coordinadas con el escenario corporativo, ser coherentes con los objetivos empresarial para hacer que la marca persona apoye a la organización en su desarrollo. ¿Por qué?

Porque la marca personal refuerza la marca de la organización que representa de una forma global

Porque en la era digital, comunican mejor las personas que las organizaciones, sobre manera con ciertos stakeholders.

Porque un directivo con un personal branding potente, que representa valores y transmite mensajes claros es un sólido profesional con altas oportunidades de dejar un legado y de trascender y esto se contagia también a la marca corporativa.

Porque en el entorno de las redes sociales, toda organización que aspire a ser exitosa, tiene que trabajar en el diseño y la construcción e imponer las marcas personales de sus principales directivos para que sumen a su reputación.

Por último, la marca persona, al igual que las marcas comerciales, debe ser elaborada, transmitida y protegida, con ánimo de diferenciarse y conseguir mayor éxito en las relaciones personales

y en las empresariales. Y esto es una responsabilidad no solamente de una persona, sino de toda la organización, porque es un hecho que contando con directivos con un personal branding sólido, los activos intangibles corporativos aumentarán de valor en el mercado.

BIO KARIL TAVERAS

LA AUTORA ES MERCADÓLOGA DE PROFESIÓN, MÁSTER EN MARKETING ESTRATÉGICO, MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, EXPERTA EN TRANSFORMACIÓN DIGITAL / CULTURAL, CONSTRUCTORA DE MARCAS Y CIRUJANA EMPRESARIAL. ES CHIEF EXECUTIVE LEADER DE IDEOX, FIRMA BOUTIQUE LIDERADA POR CONSULTORES EXPERTOS EN REDIMENSIONAR EL MERCADO DE LAS EMPRESAS A TRAVÉS DE LA TRANSFORMACIÓN DE MODELOS DE NEGOCIOS. SUS PROPUESTAS HACEN ÉNFASIS EN LA COMUNICACIÓN Y EL MARKETING ESTRATÉGICO.

MERCADO

REGIÓN NORTE

INTELIGENCIA DE NEGOCIOS

Los temas de actualidad del mundo de los negocios y el emprendimiento así como sus más destacados protagonistas están siempre presentes en esta publicación especializada en nuestra Región Norte.

MediHealth

TECHNOLOGY

SUSCRÍBETE
¡LLAMAYA!

SANTO DOMINGO
809 549 7981 EXT.:256

@revistamercado
@mercadorevista



Parque Central de Santiago

El Parque Central de Santiago, ubicado en el centro de la ciudad de Santiago de los Caballeros, fue inaugurado el 20 de febrero del 2018. El mismo ofrece a la ciudadanía un espacio público para la recreación, esparcimiento y ejercitación, de manera inclusiva, en un ambiente seguro que promueve la habitabilidad, sostenibilidad ambiental y transformación urbanística de la ciudad.

El Parque Central mejora la competitividad de la ciudad de Santiago, asegura la existencia de un pulmón ecológico en el centro de la ciudad, ofrece un espacio integrador entre la ciudad, la población y la naturaleza, siendo un espacio de cohesión social donde todas las clases se reúnen y comparten. Su impacto abarca las áreas de salud, educación, cultura, medio ambiente, economía, entre otros. Sus diversas facilidades acogen público de todas las edades, sexo y clases sociales en un mismo lugar. Es visitado por las familias locales, de otras ciudades y turistas internacionales. Los principales tours operadores que operan en Santiago lo han colocado en sus agendas como lugar a visitar. La decisión de construir un parque ecológico urbano en los terrenos del antiguo Aeropuerto Cibao se tomó en el año 2000 a solicitud de las principales entidades representativas de Santiago. Su diseño paso por diferentes fases y conceptos y luego

de varios intentos, su construcción se reinició el 15 de junio del 2017 por parte de los Ministerios de obras Públicas y Comunicaciones y de Medio Ambiente y Recursos Naturales, con el apoyo de otras instituciones como EDENORTE y CORAASAN.

La gestión del Parque Central está a cargo de un patronato público-privado. El mismo día de su inauguración, el Presidente

Danilo Medina emitió el Decreto 84-18 ordenando la constitución del Patronato para la Administración del Parque Central de Santiago como una asociación sin fines de lucro y ampliando su membrecía. Ese proceso se inició el 6 de abril del 2018 con la realización de la asamblea constitutiva del Patronato y la elección de su Junta Directiva que quedó constituida de la siguiente forma:

INSTITUCIÓN	POSICIÓN
Asociación para el Desarrollo, inc.	Presidente
Gobernación de Santiago	Vicepresidente
PUCMM	Tesorería
Corporación Zona Franca Santiago	Secretario
Alcaldía de Santiago	Vocal
Consejo Desarrollo Estratégico de Santiago	Vocal
Sociedad Ecológica del Cibao	Vocal
Acción Callejera Fundación Educativa	Vocal
Fundación Solidaridad	Vocal
Universidad ISA	Vocal
Universidad Tecnológica de Santiago	Vocal
Arzobispado de Santiago	Vocal
Oficina Senatorial de Santiago	Vocal
Diputado de la primera mayoría de la primera Circunscripción	Vocal
Diputado de la segunda mayoría de la primera Circunscripción	Vocal
Dirección Provincial de Medio Ambiente	Vocal
Cámara de Comercio y Producción de Santiago	Vocal
Asociación de Comerciantes e Industriales ACIS	Vocal
Asociación de Industriales de la Región Norte	Vocal

LAS FACILIDADES DEL PARQUE CENTRAL INCLUYEN:

- 16 canchas de basquetbol
- 1 cancha de fútbol
- 2 canchas de fútbol sala
- 2 canchas de voleibol
- 2 canchas de tenis
- 1 pista de patinaje
- Baños públicos
- 1 pista de bicicleta infantil
- Ciclo vía de 3.2 kilómetros
- 1 campo de beisbol
- 1 campo de softball
- Senderos para caminar
- Circuito 3.2 kilómetros de caminantes y corredores
- Vía Perimetral
- Área Infantil
- 19 quioscos
- Área para eventos y ferias comerciales

En el Parque Central están sembradas alrededor de 60,000 árboles distribuidos en más de 28 especies, entre las que se destacan:

- Switenia Mahogani (Caoba Dominicana)
- Catalpa Logissima (Roble Criollo)
- Switenia Macrophylla (Caoba Hondureña)
- Samanea saman (Samán)
- Delonix regia (Framboyan)
- Tecoma Stans (Sauco Amarillo)
- anacardiáceas (Mango)
- Bursera simaruba (Almacigo)
- Crescentia kujete (Higuero)
- Papaver Rhoetas (Amapola)
- Arecaceae (palma)
- Cedrus (Cedro)
- Abey (árbol de jacarando)



- Citharexylum fruticosum (Penda)
- Capparis cynophallophora L. (Frijolito)
- Calophyllum calaba L (Mara)
- Guaiaacum officinale (Guayaacan)
- Bunchosia glandulosa (Cabrita)
- Bucida buceras L. (Gri Gri)

Según un estudio realizado el Instituto Tecnológico de Santo Domingo, en el Parque se han observado unas 38 especies de aves endémicas y migratorias. Ese mismo estudio reveló que la flora del Parque Central produce unas 71.26 toneladas métricas de oxígeno y secuestra 27.64 toneladas métricas de carbono por año. A marzo del 2019 el Parque Central de Santiago había registrado más de 1.5 millones de visitas para disfrutar de sus diversas facilidades recreativas, deportivas y culturales, especialmente los domingos y días feriados. Son notorias las visitas diarias de escuelas y colegios, con más de 300 centros educativos recibidos a esa fecha. Además, se realizan actividades deportivas como son clases de zumba, carreras de atletismo,

carreras de ciclismo, torneos beisbol, softball, futbol y patinaje. Como parte de nuestro programa de “Mejora Continua” hemos identificado algunos proyectos para trabajar a futuro y que aporten al desarrollo del Parque Central.

- Ampliación de viveros que sirva a darle colorido al parque como también para un centro de estudios para universidades y venta al publico
- Construcción de un proyecto de energía solar para reducir gastos fijos, aportar al medio ambiente y que sea un proyecto educativo para escuelas y universidades.
- Construcción de mas áreas infantiles debido a que es nuestro punto de mayor trafico, no basta con solo tener uno y así darle la oportunidad a que todos los niños puedan disfrutar de mas áreas. “Somos Parque” es un programa de apadrinamiento donde una empresa o persona pueda ejercer su responsabilidad social donde esto conlleva mantener las diferentes áreas del parque, limpiarlo y adecuarlo, establecer seguridad y promover actividades artísticas y culturales.
- Construcción de un parque de mascotas.
- Construcción de anfiteatros.
- Construcción de una pista de mountain bike.
- Ampliación del gimnasio al aire libre con mas maquinas para combinar el ejercicio cardiovascular y fuerza.
- Ampliación de los senderos.





LÍNEAS FINANCIABLES

FONDESA pone a disposición el Programa de Financiamiento a Entidades Educativas Privadas **PROFE**, apoyando a los centros educativos en su crecimiento y optimización de recursos.

LÍNEA OPERATIVA



Capacitación del
cuerpo docente



Equipamiento de
laboratorios



Adquisición de
material didáctico



Edificios ecoeficientes y
mejoras de infraestructura



Paneles solares



Baterías de Litio

LÍNEA VERDE

BENEFICIOS

- ✓ Tasa fija por la duración del crédito.
- ✓ Acompañamiento especializado en optimización de infraestructura.
- ✓ No penalidad por saldo anticipado o abono al capital.
- ✓ Transparencia financiera de gastos y procesos.

☎ (809)-734-9000

✉ info@fondesa.org

📷 @fondesaong

📞 (829)-257-4381

🌐 www.fondesa.org

📘 FONDESA ONG

SÚMATE A LA RUTA DEL EMPLEO



EMPLEOS



PRE-INDUCCIÓN



MEJORES
EMPRESAS



Conoce las vacantes
disponibles



Contáctanos:

809-575-1290 Ext.48

    @CegestaRD

 **CEGESTA**
CENTRO DE GESTIÓN DEL TALENTO



¡HACIA LA TRANSFORMACIÓN
DIGITAL!
EXPO CIBAO 2021

EMPRESAS PARTICIPANTES

Aeropuerto Internacional del Cibao

kmartinez@aic.com.do
@aerpuertocibao/
(809) 275-8084
<https://aerpuertocibao.com.do/>

Afros, rizos y más...

@rizosafrosymas/
(809) 865-9192

Agencia Bella S.A.S.

gerenciaoperaciones@agenciabella.com
@hondamotocicletasrd/
(809) 541-7721
<https://hondadominicana.com/>

Altice

@Express-CELL

EV AUTO CENTER

Movilidadelectricard@gmail.com
8493360048

Asociación Cibao de Ahorros y Préstamos ACAP

ppineyro@acap.com.do
@asociacioncibao/
(809) 851-4433 Ext. 4014
<https://www.acap.com.do/>

Baltimore Dominicana S.A.

ricardo.carbajal@baldom.net
@baldomdr/
(809) 575-3256
<http://www.baldom.com.do/BancoLafise>

Banco Popular Dominicano

yaquino@bpd.com.do
@popularenlinea/
(809) 580-3483
<https://popularenlinea.com/personas/Paginas/Home.aspx>

Banreservas

ivcastillo@banreservas.com
@banreservasrd/
(809) 284-2991
<https://www.banreservas.com/>

Bellón S.A.S

harietaf@bellon.com.do
@bellonrd/
(809) 226-5555 Ext. 1265
<http://bellon.com.do/>

Benimaq S.R.L.

gerentedeventas@benimaq.com
@benimaqrd/
(809) 525-7317
<https://benimaq.com/>

Bepensa Dominicana S.A.

rsantanag@bepensa.com.do
(809) 570-7232
<https://www.bepensa.com/>

Blandino Prearreglo

Isoriano@camorucogroup.com
@funerariablandino/
(809) 533-1515 Ext. 6634
<https://www.blandinoprearreglo.com.do/>

Bosquesa, SRL

@bosquesard/
(809) 562-0476
<https://bosquesa.com.do/index>

Café El Cibao

@cafeelcibao/?hl=en
(809) 571-5833
www.cafecibao.com

Café Santo Domingo

lmguerrero@induban.com;acepeda@induban.com
@cafesantodomingo/
(809) 578-4371
<https://induban.com/es/productos-destacado>

Canal 4

Caribbean Turf

@caribbeanturf/
(809) 620-2406
<http://caribbeanturf.com/>

Casa Paco S.A.

marcas1@casapaco.com.do
@pacofishrd/
(809)-748-0666
<https://www.casapaco.com.do/>

Cementos Cibao

adamilkad@cementoscibao.com
@cementoscibao/
(829) 520-1894
<http://www.cementoscibao.com/>

Cervecería Nacional Dominicana

jose.nunez@cnd.com.do
@cerveceriadom/?hl=en
(809) 755-2601
<https://cnd.com.do/>

Cervecería Vegana / Malta India

<http://cerveceriavegana.com.do/>

Chrimela Accesorios

meyestre_1695@hotmail.com
@chrismelaaccesorios/?hl=en
(829)-837-1111

Compañía Dominicana de Teléfonos S.A.

janny_bobea@claro.com.do
@clarord/
(809) 220-2000
<https://www.claro.com.do/personas/>

Corporación Zona Franca Santiago

kgomez@zonafrancasantiago.com
@czfsantiago/?hl=en
(809) 575-1290 Ext. 41
<https://www.zonafrancasantiago.com/es/>

Coway

joangarcia@coway.com.do
@cowaydo/
(809)-547-7805
<https://www.coway.com.do/>

D' Luis Mejía

(809)-350-4263

Dominic Pizza

yaribel85@hotmail.com
(809) 599-5710

El Caribe y CDN

Electric Motors

@emotors.rd/?hl=en
(809)-570-6222

Espalsa

directorventas@espalsa.com.do
@espalsard/
(809) 480-4265
<http://www.espalsa.com.do/>

EV AUTO CENTER

@evautocenter/?igshid=x2hqb6tne83c
(849)-336-0048

Fondesa
849-635-9778

Fuente de Luz Memorial Park SRL
publicidad.fdl@gmail.com
@cementeriofuentedeluz/
(809) 241-0114
<https://www.cementeriofuentedeluz.com/>

Grupo Medrano

Importadora y Exportadora J&J
(809)-922-2087
<https://jjimportexports.com/>

Korean Mart
(809)-922-2087
<https://jjimportexports.com/>

Industrias Bellin
@industriasbellin
(809)-577-6697
<http://bellin.do/>

Indutrias Macier
nmieses@macier.com
@industriasmacier
(809) 578-3606
<https://industriasmacier.com/>

Induveca, S.A.
mirla.tejeda@induveca.com.do
@InduvecaRD/
(809) 562-2151
<http://induveca.com.do/>
INESPRE

Intabaco
direccioncomercialintabaco@gmail.com
(809) 580-0038
www.intabaco.gob.do

J. Armando Bermúdez
fmendez@ronbermudez.com
@whiskeykingslabel/
(809) 276-1852

JMMB, Puesto de Bolsa
@jmmbrd/
(809) 566-5662
<https://do.jmmb.com/es>

LinkPartners, S.R.L. (Delta Comercial)
maria@linkpartnersrd.com
@deltacomercial/
(809) 549-5455
<https://deltacomercial.com.do/>

Listín Diario
@listindiario/
<https://listindiario.com/>

Loto Real
@lotorealrd/?hl=en
809-582-9444
<https://www.lotoreal.com.do/>

Lottux
@lottuxrd/?hl=en
849-287-4000
www.lottux.com

Manuel Arsenio Ureña, CxA
jamonacid@mau.com.do
@ManuelArsenioUrena/
(829) 257-9632
<https://www.mau.com.do/>

Mercasid, S.A.
k.santana@mercasid.com.do
@mercasidrd/
(809) 562-2151
<http://mercasid.com.do/es/>

Mercedes Rodríguez

Ministerio Administrativo de la Presidencia

Ministerio de Turismo
A.pichardo@mitur.gob.do
@MTurismoRD/

Natural Chic Elip
dimagenclosett@gmail.com
@naturalchicsd/?hl=es-la
(829) 670-6002

Nuevo Diario
@elnuevodiario/
<https://elnuevodiario.com.do/>

Parque Cementerio Jardines del Recuerdo
administracion@jardinesrecuerdo.com
@jardinesdelrecuerdosantiago/?hl=es-la
(809) 971-8222

Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra
@pucmm
(809)-580-1962
<https://www.pucmm.edu.do/>

Pork and beer
@porkandbeer.rd
(809)-489-9054
<https://porkandbeer.apo.do/v2/>

Pricesmart Dominicana
ralmonte@pricesmart.com
@pricesmartdr/
(809) 336-1999
<https://do.pricesmart.com/site/do/es>

Productos Chef
wendyalmanzar@productoschef.com
@productoschefrd/?hl=en
(809)-568-2886
<http://www.productoschef.com/>

Puerto Hit Haina

Mi Shoe Rack
jmclase@dclase.com
@quvel/
(809) 390-8414
<https://quvel.com/>

Revista Mercadeo

Roger Group

Santo Domingo Motors Company, S.A.
@santodomingomotors/?hl=es-la
(809) 247-3773 Ext 202
<https://www.santodomingomotors.com.do/>

Sinergies Corp.

Sociedad Dominicana de Cardiología Capitulo Norte
norma@normapena.com
(809)582-4782
www.sodocardio.com

Superintendencia de Banco
cbrea@sb.gob.do
@superdebancosrd/
(809) 685-8141
www.sb.gob.do

Suplidora Hawaii SRL
promo@suplidorahawaii.com
(809) 575-2048
www.suplidorahawaii.com

Tiendas Corripio
rjmartinez@corripio.com.do
@tiendascorripio/
(809) 227-3000
<https://www.tiendascorripio.com.do/>

United Petroleum
crivas@grupohaina.com
@unitedpetroleum.rd/
(809)-957-1607
www.unitedpetroleum.com.do

Victoria de León - Você
mariael.mendez@vdl.com.do
@tracesolar/
(809) 578-0980
<https://tracesolar.com/>

Yunuer SRL
joel_45p@hotmail.com
@yunuer_srl/
(829) 261-0162



Medieval Color

Branding | Multimedia | Redes Sociales



Audiovisuales | Streaming | Podcasting

☎ 809-921-7770 📞 849-220-2138

✉ medievalcolorsigns@gmail.com 📍 C/ General Cabrera #31, Santiago, Rep. Dom.