

# INFO CÁMARA

PUBLICACIÓN TRIMESTRAL • AÑO: XVII • NÚMERO: 75 • DICIEMBRE 2020

ENTREVISTA:  
DIANA  
CUEVAS  
“MAKING  
BIG SMILES

GRUPE  
ESPAÑOLA Y  
CORONAVIRUS:  
HACIA LA  
RECUPERACIÓN



¿POR QUÉ  
LOS ODS SON  
IMPORTANTES  
PARA LAS  
EMPRESAS?

## **CRC** CELEBRA SU TRIGÉSIMO **SANTIAGO** SEGUNDO ANIVERSARIO

CENTRO DE RESOLUCIÓN ALTERNATIVA DE CONTROVERSIAS DE LA CÁMARA DE COMERCIO Y PRODUCCIÓN DE SANTIAGO CELEBRA SU TRIGÉSIMO SEGUNDO ANIVERSARIO

[www.camarasantiago.com](http://www.camarasantiago.com)



[comunicaciones@camarasantiago.com](mailto:comunicaciones@camarasantiago.com)



# CONTENIDO

Presidente  
XXXXXX

Vicepresidente Ejecutivo  
**FERNANDO PUIG MILLER**

Editora  
**MARY GABY OLIVO**

Redactoras  
**GRISNELDY CEBALLOS  
PAOLA CORONA**

Colaboradores  
**HELIANA MEDINA  
GRECIA GOMEZ  
MARLENNE RUIZ  
FERNANDO PUIG  
YOKARLA RODRÍGUEZ**

Diseño y diagramación  
**MARCOS NOVA**

## CONTACTOS COMERCIALES:

Gerente de Mercadeo  
**YOKARLA RODRÍGUEZ**

Ejecutiva de ventas:  
**JOSELIN COLÓN  
PAMELA CANAÁN**

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](mailto:enlace@camarasantiago.com) /  
Web: [www.camarasantiago.com](http://www.camarasantiago.com)



12



06



04



10

### 03. CARTA DEL PRESIDENTE

04. COLABORACIÓN: LAS PLATAFORMAS DIGITALES: OPORTUNIDAD ANTE LA CRISIS.

### 06. PUBLIRREPORTAJE: HAZTE ECO.

08. COLABORACIÓN: GRIPE ESPAÑOLA Y CORONAVIRUS: HACIA LA RECUPERACIÓN.

### 10. PUBLIRREPORTAJE: BALDOM.

12. CENTRO DE RESOLUCIÓN ALTERNATIVA DE CONTROVERSIAS DE CCPS CELEBRA SU TRIGÉSIMO SEGUNDO ANIVERSARIO.

### 22. CCPS.

24. PREGUNTAS Y RESPUESTA SOBRE UNA RENOVADA EXPO CIBAO 2020.

### 26. SOCIALES.

30. #TBT COMITÉ DE RESPONSABILIDAD SOCIAL.

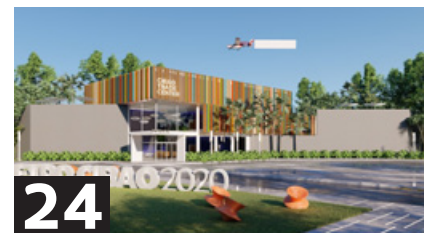
### 32. COLABORACIÓN ¿POR QUÉ LOS ODS SON IMPORTANTES PARA LAS EMPRESAS? .

34. ENTREVISTA: DIANA CUEVAS "MAKING BIG SMILES".

### 36. COLABORACIÓN: LA SITUACIÓN ACTUAL VS TU NEGOCIO.

38. CCPS CONSULTA SUS MIEMBROS SOBRE AUTOVIA DEL AMBAR.

### 39. NUEVOS MIEMBROS.



24



32



08



## APRECIADOS MIEMBROS DE LA CÁMARA, SECTOR EMPRESARIAL Y PÚBLICO EN GENERAL:

Hemos arribado al final del año 2020, abrumados por la pérdida de un ser querido, por el cierre o baja en los negocios o con la carga mental que nos arropa en momentos de consternación e incertidumbre, producto de la pandemia SARS-COV-2 o COVID-19. Sin embargo, propicia en la ocasión para recordar que, aunque es probable que esta sea la única pandemia que veamos la mayoría de nosotros, no ha sido la única que ha enfrentado la humanidad, y que, más allá de las dificultades no podemos despreciar las capacidades del ser humano para superar las mismas. Nos sumamos a los que afirman saldremos fortalecidos, más solidarios y más realistas.

Aprovechemos la ocasión de la navidad para desarrollar nuestra solidaridad hacia los grupos vulnerables, hacia las iniciativas que promueven un mejor país y a fortalecer nuestros vínculos con los familiares y amistades más cercanos. La Junta Directiva de la Cámara de Comercio y Producción de Santiago agradece de manera especial a la membresía que nos ha delegado la conducción de la institución, que nos apoya en las iniciativas, que contribuye con sus ideas y propuestas a conformar un menú de servicios que complementen eficazmente la actividad empresarial. Finalmente, deseamos a todos, salud y bendiciones en esta época de Navidad y en el año 2021 que se avecina.

*Carlos Iglesias*

Carlos Iglesias  
Presidente



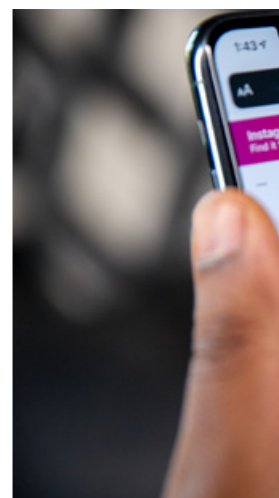
# LAS PLATAFORMAS DIGITALES: LA OPORTUNIDAD ANTE LA CRISIS.



La inesperada y abrupta llegada del Covid-19 nos hizo cambiar a todos, desde nuestro desenvolvimiento como individuos, como sociedad y evidentemente como marcas. La pandemia que sin duda ha sido un detonante de crisis mundial, en el aspecto sanitario, social y económico, se puede afirmar con toda seguridad, que generó impacto en todo el sector comercial. No obstante, no podemos negar la oportunidad que dio la situación a muchas empresas y marcas de reinventarse, optimizar su potencial, de mantenerse activa ante un lapso de inactividad social, generado por el confinamiento e incluso a muchos les permitió salir del anonimato. De cara a una nueva realidad, todos vivimos el boom de estrategias digitales a fin de mantener vivas las marcas, el mundo corporativo, sobretodo en nuestro país comenzó a servirse de plataformas digitales como las redes sociales, con el propósito de, aún en la distancia física, mantener cercanía con sus consumidores, clientes e incluso clientes potenciales.

Entre las múltiples herramientas de este tipo, algunas se destacan sobre otras, una serie de recursos que han demostrado a empresas tradicionalistas como modernas, que el mundo ha cambiado, y que la forma en la que hacemos negocios e interactuamos con clientes y las demás empresas también. Si eres negociante, e inevitablemente has tenido que subirse a la ola digital, si aún tienes la necesidad de conocer más sobre estas herramientas para hacer negocio online, o simplemente quieres saber si lo que estás haciendo es mejorable, sigue

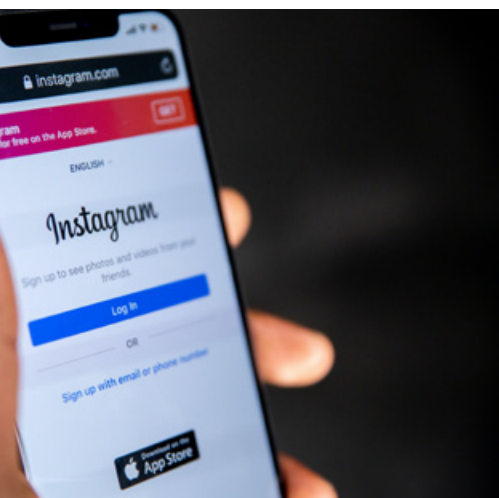
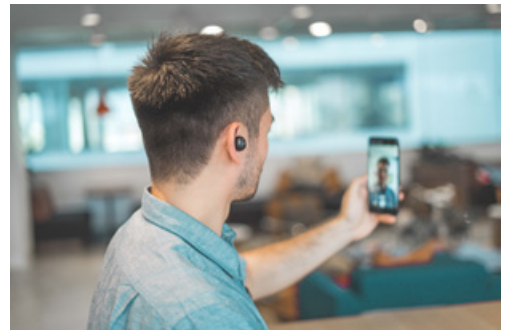
leyendo. Porque a continuación te explico como algunas herramientas y estrategias pueden ayudarte a adaptar tu empresa al entorno digital, poniendo tu marca a la vista de todos como lo han logrado otras empresas y marcas personales: Webinars, un recurso que revolucionó el teletrabajo ante la pandemia llegó para quedarse y dar un giro muy interesante a eventos corporativos multitudinarios. Estos dieron lugar a que todo tipo de empresas crearan ofertas de capacitación, conferencias, seminarios,







en una forma de interacción cercana con los seguidores. Diferentes plataformas como: Facebook, YouTube y sobretodo Instagram se convirtieron en un escenario sencillo y atinado para mostrar productos, funcionamiento de negocios, hacer intercambios comerciales e incluso conversatorios con marcas relacionadas. Son sin duda, una estrategia de atracción de potenciales clientes, así como una herramienta eficaz en la creación de un espacio íntimo de interacción con clientes, interesados en conocer más sobre tu negocio o producto, también funcionó para dar a conocer talentos, marcas personales y emprendedores, como una manera de fomentar el consumo local.



charlas, totalmente en línea, que permitieron no solo tener presencia de marca con contenido de valor, a la vez que permitió a muchos profesionales de todas las áreas y emprendedores la optimización del tiempo en confinamiento, dedicando parte de su agenda a la preparación para enfrentar los nuevos protocolos de trabajo, al reactivarse la economía. Mientras que los Lives y streaming, a pesar de ser una herramienta ya conocida y muy popular, durante la pandemia se constituyeron

Estas plataformas, han llegado a dinamizar la interacción pequeñas y grandes corporaciones con su entorno de forma digital, muchas de uso gratuito, que complementadas con costos publicitarios muy mínimos pueden ser el motor de significativos ingresos, permitiendo monetizar su negocio a nivel digital. Además, de que permiten poner la empresa ante los ojos de públicos localmente fuera de nuestro alcance, pues, con la simple gestión correcta de publicidad.





El Banco Popular Dominicano e InterEnergy Group inauguraron en septiembre su red de cargadores Evergo para vehículos eléctricos e híbridos en las oficinas de la Torre Popular, en Santo Domingo, y 27 de Febrero, en Santiago de los Caballeros.

# Hazte ECO

Cuidar el planeta está al alcance de todos. Usar energías limpias, moverse de manera sostenible, reciclar, utilizar bolsas reutilizables o reducir el uso del papel y plástico son algunas de las acciones amigables con el medioambiente que podemos practicar. Con la iniciativa Hazte Eco el Banco Popular Dominicano fomenta el uso de la movilidad sostenible y las energías limpias en los hogares y en las empresas.

Hace un año el Banco Popular fue el primer banco dominicano y del Caribe en adherirse a los Principios de Banca Responsable de la ONU, que tienen como objetivo alinear al sector financiero con los objetivos de Desarrollo Sostenible y el Acuerdo de París sobre el cambio climático.

Dentro de las soluciones sostenibles que ofrece la entidad financiera está el "Leasing verde", una nueva facilidad para personas físicas o profesionales liberales que presentan

## ¿POR QUÉ HACERTE ECO?

- PARA AYUDAR A MINIMIZAR EL IMPACTO EN EL MEDIOAMBIENTE.
- PORQUE REDUCES TUS FACTURAS DE SERVICIOS PÚBLICOS.
- PORQUE DISMINUYES TU CONSUMO DE ELECTRICIDAD, GAS O AGUA.

**SI TODAVÍA ESTÁS DUDANDO SOBRE LAS VENTAJAS DE SER AMIGABLE CON EL MEDIOAMBIENTE, AQUÍ TE DETALLAMOS ALGUNOS DE LOS BENEFICIOS DE LOS ELECTRODOMÉSTICOS EFICIENTES:**

- DISMINUCIÓN EN LAS FACTURAS DE ELECTRICIDAD: UTILIZAN HASTA UN 40% MENOS DE ENERGÍA.
- CALIDAD Y DURABILIDAD: TIENEN UNA VIDA ÚTIL MÁS LARGA Y MENOS PROBLEMAS MECÁNICOS.
- RENDIMIENTO MEJORADO: CUENTAN CON TECNOLOGÍAS Y DISEÑOS AVANZADOS.

**¡HAZTE ECO! PARA INSPIRAR A OTROS A QUE TAMBIÉN SEAN PARTE DE LA POBLACIÓN QUE SE PREOCUPA POR EL CUIDADO DEL MEDIOAMBIENTE Y LOS RECURSOS NATURALES.**

sus declaraciones de impuestos de manera independiente, para la compra de activos de eficiencia energética y de reducción de recursos naturales. Además, es única en el mercado para impulsar el equipamiento sostenible en las empresas dominicanas, sin realizar grandes inversiones que afecten el flujo y con grandes





El Banco Popular Dominicano cuenta con biciparquesos para sus clientes en varias de las oficinas de la capital.

ventajas fiscales. Para los que tienen vehículos híbridos o eléctricos, el pasado mes de septiembre, el Banco Popular e InterEnergy Group inauguraron formalmente su red de cargadores Evergo, la más avanzada y sofisticada plataforma de cargadores del país. Los paneles solares son otra opción excelente para reducir los costos en energía eléctrica, la contaminación del aire, el uso del agua, la dependencia de fuentes de energía no renovables y combatir el cambio climático. Cambiar a energía renovable es una vía para que los usuarios residenciales, comerciales e industriales ahorren dinero. La instalación de paneles solares en sus propiedades les permite generar electricidad, que se traduce en una reducción de su factura de energía.

### ¡SEAMOS ECOEFICIENTES!

Para el Banco Popular la sostenibilidad es el compromiso de mejorar cada día, haciendo banca responsable que ayude a la sociedad a desarrollarse en bienestar y cuidando el medioambiente. La ecoeficiencia es una de las mejores herramientas para promover la transformación del desarrollo no sostenible en desarrollo

sostenible. Esta busca crear armonía entre la ecología y la economía, donde las actividades comerciales no significan el fin de los recursos naturales. Este concepto está estrechamente ligado con el desarrollo sostenible, pues busca la optimización de dimensiones del desarrollo en forma paralela: el crecimiento económico, la equidad social y el valor ecológico.



El Banco Popular Dominicano es la primera institución del país con la mayor capacidad de generación de energía solar.



El 2020 será recordado, por un buen tiempo, como el año de la pandemia, con aspiraciones a prolongarse al 2021 que se avecina. Recordemos que hace 102 años, la llamada 'gripe española' azotó gran parte del mundo al haber contagiado unos mil ochocientos millones personas, equivalente a un tercio de la población, y haberla diezmando en una cifra estimada entre 20 y 50 millones personas, incluyendo a Rodrigues Alves, presidente de Brasil en aquella época.

Al 17 de diciembre 2020, el SARS-COV-2 ha afectado 75 millones de personas, alrededor de un 1.1% de la población y ha provocado la muerte a 1.6 millones de personas, cifra aún porcentualmente muy baja respecto a la población total. Entendemos pertinente hacer este preámbulo para identificar las vías hacia la recuperación, en lo sanitario y en lo económico, y por qué no incluir, en lo social y en lo familiar, ya que amplios segmentos de personas han sido impactados por la muerte de familiares y amistades cercanas, como también en sus actividades productivas o empleos, como consecuencia de la disminución del comercio y de las inversiones. Otro reto a superar son los efectos psicológicos provocados por los encierros preventivos, los distanciamientos necesarios y cambios en nuestras actividades cotidianas.

Según indica Catherine Arnold en su libro 'Pandemia 1918', "en muchos países no quedaban hombres jóvenes para llevar adelante el negocio familiar, dirigir las granjas, capacitarse para profesiones y oficios, casarse y criar hijos para reemplazar a esos

## GRIFE ESPAÑOLA Y CORONAVIRUS:

# HACIA LA RECUPERACIÓN



millones que habían muerto". Aun así, muchos han calificado a la 'gripe española', a pesar de sus lecciones, como una pandemia olvidada. En gran medida esa pandemia fue eclipsada por los efectos de la Ira Guerra Mundial ya que muchos países restringieron información al respecto y solo existen limitados escritos sobre el tema, habiéndose publicado muchos de ellos decenas de años después.

Ciertamente que la situación de hoy es distinta, tanto en cuanto a la velocidad en que circulan las informaciones y la multiplicidad de medios, así como en cuanto a los avances alcanzados por la medicina.

Al día de hoy, ¿cuáles se vislumbran como los escenarios de recuperación? Las empresas, sean grandes, medianas o pequeñas, tienen un reto para superar la crisis y permanecer en el tiempo. Los entendidos apuntan a algunas cualidades inseparables del éxito, como son la flexibilidad y la velocidad para reaccionar e incorporar ajustes a sus procesos. Estos dos términos lucen sencillos de expresar, pero las barreras organizacionales que se deben romper para adaptar una cultura laboral son, en muchas ocasiones, infranqueables.

E Foro Económico Mundial ha realizado encuestas a empresarios de muchos países en las que ha podido determinar que las empresas de algunos países están mejor preparadas para la recuperación post pandemia. En los primeros lugares, Finlandia,

Suecia, Dinamarca, Países Bajos y China, en el tramo siguiente figuran Alemania, Francia, Estados Unidos, Japón y Reino Unido. De las cuatro economías latinoamericanas incluidas en el estudio, la mejor situada es Chile. A nivel macroeconómico las variables o aspectos valoradas han sido: la confianza de los ciudadanos en sus gobiernos, la adaptación de las economías a la transición energética y la tecnología de la información, el desarrollo de las redes de cuidados sanitarios, la flexibilidad fiscal y la apertura de sus mercados. A nivel sectorial tomarán mayor importancia los sectores denominados como los mercados del mañana, en los que el Foro Económico Mundial incluye a: la inteligencia artificial, los vehículos eléctricos, la industria manufacturera de la salud, los viajes espaciales y los servicios financieros digitales. En economías como República Dominicana, habría que citar, además de los servicios financieros, el sector de la educación virtual y los servicios logísticos en general, incluyendo call centers y ventas a distancia. Por otro lado, observamos positivamente algunos cambios propuestos por la Comisión Económica para América Latina, tendentes a alcanzar una más rápida reconstrucción de la economía. Estas propuestas aplican a nivel particular de las empresas, y abren la posibilidad de acelerar el proceso una vez que la empresa alcance la flexibilidad y

la velocidad de reacción que hemos mencionado antes.

Las empresas encontrarán oportunidades en la transformación digital y en la reactivación económica sostenible, iniciando por la conectividad imprescindible para el teletrabajo, la educación, la salud y el comercio. En este renglón se incluyen la construcción de ciudades resilientes al cambio climático, energías renovables, redes inteligentes, electrificación del transporte, entre otros, contribuyendo a disminuir la huella de carbono y a combatir el cambio climático.

Otras áreas que acelerarán su desarrollo son la industria de la salud con la fabricación de dispositivos y equipos médicos, como resultado de la investigación y desarrollo. También la economía circular caracterizada por el reciclaje y gestión de residuos sólidos domiciliarios, orgánicos o plásticos, entre otros. Finalmente, la capacidad de adaptación, la resiliencia, la inteligencia emocional, la innovación, la implementación de políticas públicas que faciliten el acompañamiento a empresas en desventajas, y, sobre todo, la capacidad individual de adoptar las medidas de prevención dispuestas por las autoridades, nos permitirá salir airoso y más rápido de la actual crisis. Por esto abogamos...

## SOBRE EL AUTOR...

### FERNANDO PUIG MILLER

FERNANDO PUIG MILLER, NACE EN PUERTO PLATA, REPÚBLICA DOMINICANA. CURSA SUS ESTUDIOS PRIMARIOS Y SECUNDARIOS EN EL COLEGIO SAN FELIPE DE ESA CIUDAD. ES EGRESADO DE LA DE LA CARRERA DE ECONOMÍA EN LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA MADRE Y MAESTRA. CURSÓ POSTGRADO EN COMERCIO Y ECONOMÍA INTERNACIONAL DE LA UNIVERSIDAD DE BARCELONA, Y, PROGRAMA DE DIRECCIÓN GENERAL DE LA ESCUELA DE NEGOCIOS BARNA-SANTO DOMINGO. OBTIENE GRADOS DE MAestrÍA EN ALTA GESTIÓN FINANCIERA Y EN CIENCIAS DE LA GESTIÓN, AMBOS CON TITULACIÓN DUAL DE LA UNIVERSIDAD DE BORDEAUX Y DE LA PUCMM. EN LA ACTUALIDAD SE DESEMPEÑA COMO VICEPRESIDENTE EJECUTIVO DE LA CÁMARA DE COMERCIO Y PRODUCCIÓN DE SANTIAGO. EN ESTA POSICIÓN DESEMPEÑA PRINCIPALMENTE LAS FUNCIONES DE EJECUCIÓN DE INICIATIVAS Y PROYECTOS DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE SANTIAGO. MANTIENE ESTRECHO VÍNCULO CON LAS DEMÁS CÁMARAS DEL PAÍS, ASÍ COMO CON LAS ASOCIACIONES EMPRESARIALES Y ORGANISMOS GUBERNAMENTALES.





# BALDOM

## 50 ANIVERSARIO:

un legado

que da gusto

Es posible ser innovador vendiendo productos o servicios que existen desde hace años. Un proceso de observación, investigación, desarrollo y exposición, es lo que ha llevado a Baldom, a ser una empresa de orgullo nacional hoy en día. "Ofrecer un producto de calidad al alcance de todas las familias dominicanas", así fue cómo surgió la idea de BALDOM en pleno 1970, y de donde se originó esta industria a partir de la fabricación de productos alimenticios y la importación de materias primas. Conquistando a los fabricantes de embutidos del país, con sal de curar, fosfatos, especias y condimentos para salami y jamón, y actualmente, con productos como mayonesas, ketchup, aderezo, salsas para ensaladas, mostaza, salsas líquidas, salsas china e inglesa, salsa picante, encurtidos, sazón en polvo, gelatinas, especias y

condimentos, ha sido el mejor ejemplo de innovación productiva para la compañía. BALDOM ha logrado posicionarse en el mercado local otros productos, tales como: tuna, sardina, néctar, compotas, leche evaporada y leche condensada, entre otros. La compañía ha logrado tener constancia y conservarse año tras año como digna representación del comercio local. La marca ha vivido exitosamente cada época en base al capital humano y su capacidad de respuesta a las necesidades y preferencias de sus clientes y consumidores. Para esto, se necesita valor, simplicidad, sacrificio y paciencia, pero lo importante es tomar la iniciativa como Baldom lo ha adoptado. La constancia juega un rol importante en la compañía. El crecimiento experimentado durante sus dos primeras décadas, impulsan la compañía a uno de sus procesos de transformación estructural

más importante; período que se caracteriza por la creación de departamentos y sistematización de sus áreas. Asimismo, Baldom juega un papel importante en la vida de sus colaboradores y estos son concebidos como el activo más importante. Ponen a la disposición de estos soluciones médicas, de recreo y financieras. Un ejemplo de esto es que la empresa cuenta con la Cooperativa de Servicios Múltiples BALDOM, INC. donde le facilitan préstamos de casas y vehículos. Cabe destacar que BALDOM posee tres certificaciones (ISO 9001 2015, ISO 9001 2008 y HACCP & BPM), que son de suma importancia debido a que funcionan como un medio comprobado para una organización porque permite dar forma a los procesos internos, para conseguir y mantener la homogeneidad de criterios, mejora continua, prestigio interno, employer branding, innovación, reducción





de costos, mejora de procesos, etc. y concentrarse efectivamente en lograr los resultados valiosos intencionados.

Actualmente, las empresas deben tomar en cuenta su visibilidad para tener éxito en los negocios y más aún cuando la empresa tiene entre sus planes la internacionalización, tener un branding internacional, realizar networking y cada día reinventarse. BALDOM es un ejemplo perfecto de la comercialización internacional pues sus productos están presentes

en Aruba, Suiza, Canadá, Estados Unidos, Cuba, Curacao, España, Haití, Puerto Rico, St. Thomas, Isla Virginia, St. Marteen, Chile, Francia, e Italia.

BALDOM ha desarrollado una excelente estrategia de producto en un entorno altamente competitivo en donde se han mantenido actualizando en forma permanente. Es una empresa dispuesta a ayudar a todos los sectores, apoya el crecimiento constante de sus colaboradores, realizan talleres para formar a la comunidad, hacen

formaciones en cooking shows en diferentes pueblos del país, cuentan con vendedores a nivel nacional, ubicados en todos los pueblos los cuales hacen que los productos lleguen al hogar de todos los dominicanos.


Baltimore Dominicana, S. A., es reconocida por su imagen corporativa y de marca, por su responsabilidad como ente social, por su compromiso como empleador y por su presencia permanente en la mayoría de las familias dominicanas a través de sus productos.



Cámara de Comercio y Producción de Santiago

Texto: Vilena Comas

Foto: Medieval Colors



**CENTRO DE RESOLUCIÓN  
ALTERNATIVA DE  
CONTROVERSIAS DE LA  
CÁMARA DE COMERCIO Y  
PRODUCCIÓN DE SANTIAGO  
CELEBRA SU TRIGÉSIMO  
SEGUNDO ANIVERSARIO**





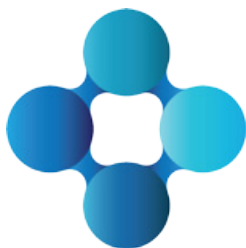
El Centro de Resolución Alternativa de Controversias de la Cámara de Comercio y Producción de Santiago (en lo adelante "CRC-STI") es un organismo independiente constituido de acuerdo a los principios establecidos en la ley 50-87, modificada por la Ley 181-09 en fecha cuatro (04) de junio de 2009. Esta ley amplió la competencia de los Consejos de Conciliación y Arbitraje que instituyó la ley 50-87 del cuatro (04) de junio de 1987, sobre Cámaras de Comercio y Producción, para ello modificó el título VI y los artículos 15 al 17 de la ley 50-87.





De izquierda a derecha. 1. Enmanuel Mena. 2. José Rafael García. 3. Juan José Arias. 4. Fausto Armando Pimentel. 5. Amaury Suárez. 6. Emilio Castaños. 7. Víctor José Martínez. 8. Víctor Manuel Fondeur. 9. Claudia Gallardo. 10. Vilena Comas. 11. Raquel De Castro

De acuerdo a las motivaciones de esta nueva ley, “la creación de los Centros de Resolución Alternativa de Controversias es una necesidad para ajustarnos a los cambios y retos del derecho moderno”. Esta ley, además de ampliar la competencia de los Consejos de Conciliación y Arbitraje que existían en las Cámaras de Comercio del país y en beneficio de sus miembros, permite que los Centros de Resolución Alternativa de Controversias, puedan administrar todos los métodos de resolución alternativa de controversias que entiendan pertinentes, además del arbitraje, la amigable composición la conciliación y la mediación (art. 15, ley 181-09. Todo tipo de controversia susceptible de transacción puede ser conocido por el CRC-STI y los demás centros de otras cámaras, incluyendo aquellas en las que sea parte el Estado dominicano o cualquiera de sus dependencias con la ventaja de que los laudos arbitrales emanados de estos centros institucionales están exentos del proceso de reconocimiento establecido en los artículos 41 y siguientes de la ley 489-08 del 30 de di-



## CENTRO DE RESOLUCIÓN ALTERNATIVA DE CONTROVERSIAS

CÁMARA DE COMERCIO Y PRODUCCIÓN DE SANTIAGO

ciembre de 2008 sobre arbitraje comercial, por lo que tienen la fuerza ejecutoria de una sentencia dictada en segundo grado de jurisdicción.

Cada Centro de Resolución Alternativa de Controversias, está dirigido por un Bufete Directivo conformado por quince miembros, son profesionales de diversas áreas, elegidos cada dos años por la Junta Directiva de la Cámara de Comercio y Producción.

Dentro de las funciones del Bufete Directivo del CRC-STI se encuentran: La promoción de la resolución alternativa de controversias en la República Dominicana, analizar las solicitudes y exclusiones de árbitros y mediadores que integran la lista del centro, establecer los procedimientos necesarios para la admi-

nistración de los casos, revisar los laudos previo notificación para garantizar el cumplimiento de los aspectos formales de su elaboración, realizar seminarios, talleres, programas de capacitación, entre otras. (Artículo 9, reglamento CRC-STI).

Actualmente, el Bufete Directivo del CRC-STI está conformado por los señores:

Vilena Comas, Claudia Gallardo, Juan José Arias, Ylona de la Rocha, Arlen Peña Emilio Castaños, Cornelia Tejeda, Enmanuel Mena, Raquel de Castro, Víctor Martínez, Víctor Fondeur, Amaury Suarez, José Rafael García, Fausto Armando Pimentel y Jorge Jana.

La Secretaria Ejecutiva del CRC-STI está a cargo de la licda. Ana Delmira Fernández y la asistencia administrativa de la licda. Paola Cruz Burdié.



## EXPERIENCIAS DE LOS PRESIDENTES DE CRC-STI

# Vilena Comas Stern

En ocasión de buscar información sobre el 32 aniversario del CRC-STI, llegó a mis manos un resumen del acta de la primera sesión de trabajo del entonces Consejo de Conciliación y Arbitraje, donde se mencionaba la conformación de la Junta Directiva de dicho Consejo para el periodo 1988-1990, cuyo presidente era nuestro querido profesor Lic. Ramón García Gómez quien asumió la misión de colaborar con esta institución, junto a los demás miembros a saber: Dr. Flavio Darío Espinal, Lic. Simón de Castro, Lic. José Santiago Reinoso Lora, Dr. Rafael Reyes, Don Carlos Barrera y Dr. Rafael Jorge. Cuando terminé de leer los nombres de los integrantes de esa Directiva me di cuenta del gran compromiso que tenemos no solo con las personas que acuden actualmente al CRC-STI para gestionar la resolución de sus controversias, sino que el Bufete Directivo actual tiene el

gran compromiso de honrar la memoria de los que han fallecido y agradecer los años de servicio de los que nos precedieron y aun están con nosotros, personas de grandes valores y un alto sentido de compromiso social que con su participación han enriquecido esta institución a través de los años, colocando al CRC-STI como un referente que goza de gran credibilidad, que genera confianza en el sector empresarial y en los usuarios, por tener clara su misión de administrar las controversias que nos derivan preservando los principios de confidencialidad, especialización y objetividad.

Personalmente, puedo decir que formar parte del Bufete Directivo junto a personas tan valiosas como las que integran este equipo, ha sido una de las experiencias más valiosas de mi vida personal y profesional. Adicionalmente, seguir las pautas que dejaron profesionales como los licenciados Santiago Reinoso, José Darío Suarez e Ismael Compres y contar con el apoyo incondicional de la Cámara de Comercio y Producción de Santiago, nos ha permitido continuar la misión del CRC-STI y sentirnos felices de hacerlo.



**EXPERIENCIA CRC**

# Ismael Comprés

Aún recuerdo la tarde en que el Lic. José Darío Suárez me abordó para plantearme la posibilidad de incorporarme como miembro del bufete Directivo del CRC-STI, lo cual significó un verdadero honor para mi. Bajo su dirección aprendí sobre el manejo interno del centro, y a sentir algo que hasta cierto punto es cada día más extraño, y me refiero a esa sensación de distancia que el respeto profesional y las estructuras institucionales imponen, mezclado con el calor humano y familiar que todos los miembros, de forma consciente o inconsciente, nos dispensábamos unos a otros.

A finales del año 2013, al recomponerse el bufete directivo en la forma contemplada en la ley, fui elegido como presidente del mismo, posición que ocupé hasta el año 2019. Siento haber sido dichoso de contar con unos integrantes de preparación profesional excepcional, probos y entusiastas al extremo, que en todo momento me dieron su soporte de forma incondicional. Juntos, de inmediato identificamos los desafíos que consideramos

más urgentes y que básicamente se resumían en cuatro. En primer término, consideramos como imperativo profundizar nuestra capacitación en el área de Resolución Alternativa de Controversias, con énfasis en el arbitraje. En segundo término, debíamos renovar y ampliar la nómina y especialización de los árbitros. En tercer término, se imponía redoblar esfuerzos en el fomento de la aceptación y confianza en el arbitraje como método de Resolución de Controversias tanto entre empresarios y socios de la Cámara, como entre abogados y estudiantes de derecho. En cuarto término, sabíamos sobre la importancia de controlar el costo de cada procedimiento y desmontar el mito de que el arbitraje resulta caro comparado a los procesos judiciales por ante los tribunales del Estado.

Al cabo de seis años, las alianzas concertadas con otras instituciones, la ampliación sustancial de la oferta de árbitros jóvenes y bien preparados, nuestra constante presencia activa en prácticamente todos los eventos arbitrales de relevancia en nuestro país, la participación de nuestros miembros como parte del cuerpo docente en universidades impartiendo docencia en materias vinculadas a nuestro quehacer, así como los casos nuevos y cada vez más complejos que se manejaron donde abogados y clientes decidieron depositar su confianza en nosotros, me indicaron claramente que nuestros objetivos iniciales habían sido logrados y que todo el equipo había hecho el trabajo. Con ello se cerraba un ciclo y me era claro que debía darse paso a otro, en el que el CRC siguiera madurando y afianzando los logros obtenidos, a la vez que identificando nuevos y mayores desafíos.

Por los momentos vividos, por el crecimiento y por todo lo logrado, quedé profundamente agradecido con todos y cada uno de los miembros de lo que por siempre será "mi equipo", lo mismo que del trato dispensado por el personal de apoyo tanto del CRC como de la Cámara de Comercio, y por supuesto, de todos los que permitieron que viviera una experiencia como esa, al servicio de algo que simplemente me apasiona como lo es el arbitraje. Por ello, a todos las gracias y mi eterna gratitud!!!





## MI EXPERIENCIA EN EL CRC

# José Darío Suárez Martínez

Con suma e íntima complacencia respondo a la solicitud del Centro de Resolución Alternativa de Controversias (CRC) de la Cámara de Comercio y Producción de Santiago, para exponer mi experiencia dentro de dicho organismo con motivo de la celebración de su aniversario número treinta y dos.

Mi experiencia en este órgano de resolución de controversias se remonta al antiguo Consejo de Conciliación y Arbitraje y a su posterior transformación en Centro de Resolución Alternativa de Controversias (CRC).

En la primera década del cursante siglo XXI fueron promulgadas varias leyes que impactaron directamente el quehacer de las Cámaras de Comercio. En efecto, el 18 de enero de 2002, se promulgó la ley 3-02 sobre Registro Mercantil. En el 2008, se dictaron las leyes 479-08, general de Sociedades Comerciales y Empresas Individuales de Responsabilidad Limitada (prorrogada en

su entrada en vigencia por 18 meses por la Ley 178-09); la ley 489-08, sobre Arbitraje Comercial y la Ley 181-09, del 6 de julio del 2009, que introduce modificaciones a la ley 50-87, sobre Cámaras de Comercio, especialmente en lo atinente a la base legal de los métodos alternos de resolución de controversias.

Durante mi gestión como Presidente del Centro de Resolución Alternativa de Controversias (CRC) me correspondió el honroso encargo de la transformación y adecuación de las nuevas labores a la entrada en vigencia de una novedosa legislación que pone a cargo de las Cámaras de Comercio nuevas funciones o la modificación de las ya existentes.

Para la puesta en ejecución y funcionamiento del Registro Mercantil, fueron creados los formularios, guías informativas, reglamentos y procedimientos correspondientes.

Uno de los mayores esfuerzos de nuestra gestión estuvo encaminado al proceso de implementación de la Ley de Sociedades número 479-08.

En lo referente al arbitraje nos correspondió la transformación del antiguo Consejo de Conciliación y Arbitraje y su adecuación al nuevo Centro de Resolución Alternativa de Controversias (CRC), para ofrecer los servicios de arbitraje, conciliación, mediación y amigable composición, de forma enunciativa y no limitativa.

De manera que con la puesta en vigencia de la Ley No.181-09 el Bufete Directivo del Centro de Resolución Alternativa de Controversias (CRC) realizó las labores de: a) adecuación de la ley 50-87, recogiendo las modificaciones introducidas; b) modificación y adecuación del Reglamento del Bufete Directivo del Centro de Resolución Alternativa de Controversias (CRC); y c) modificación de la composición y reglamentación del Bufete Directivo del CRC por mandato de la ley. Estas tareas fueron realizadas por el Bufete Directivo dentro de los plazos otorgados por la ley.

El Centro de Resolución Alternativa de Controversias (CRC) consciente del evidente propósito perseguido por las modificaciones

introducidas a la ley 50-87 por la ley 181-09, el cual está orientado a promover realmente la utilización de la resolución alternativa de controversias en nuestro país y a tales fines crea la figura del Secretario Ejecutivo del Centro de Resolución Alternativa de Controversias (CRC), bajo el entendido que el bufete Directivo de este organismo no puede tener un eficiente manejo operativo sin este soporte administrativo. Fue así que para complementar esa importancia atribuida por la ley a los métodos alternos de solución de controversias, la directiva del CRC sugirió a la Junta Directiva de la Cámara, que el Bufete Directivo del CRC estuviera integrado mayoritariamente por abogados, bajo la premisa de su papel protagónico en el apoderamiento de dicho órgano a través de la redacción de cláusulas compromisorias y el compromiso, asumidos por las partes para someterse al veredicto de los árbitros, como consecuencia de la aplicación y ejecución de un contrato.

Siguiendo esa orientación fue sometida a un exhaustivo proceso revisión y ampliación, la lista de los árbitros del Centro de Resolución Alternativa de Controversias (CRC).

Complementariamente durante nuestra gestión se hizo contacto con la Suprema Corte de Justicia para solicitarle que impartiera su orientación a los jueces del orden judicial para que declarasen su incompetencia ante la existencia de una cláusula arbitral en un contrato. Gracias a esta iniciativa los jueces no solamente declaran su incompetencia cuando le es solicitado, sino que la declaran de oficio ante la existencia de una cláusula arbitral. Del mismo modo fueron visitadas diferentes organizaciones para promover la inclusión de las cláusulas arbitrales en la redacción de los contratos, como en las pólizas de las compañías aseguradoras.

Estos esfuerzos realizados por el Centro de Resolución Alternativa de Controversias (CRC) de la Cámara de Comercio de Santiago siempre estuvieron orientados a brindar un mejor servicio a la comunidad para superar la lentitud y complejidad de que adolecen los procedimientos civiles y comerciales.





## MI PASO POR EL CONSEJO DE CONCILIACION Y ARBITRAJE

# José Santiago Reinoso Lora

En ocasión de la promulgación de la Ley No.50, de fecha 4 de junio de 1987, que estableció el régimen de arbitraje en la República Dominicana, la Junta Directiva de la Cámara de Comercio y Producción de Santiago, encomendó a un grupo de abogados, la conformación del Consejo de Conciliación y Arbitraje. Su primer presidente fue el prominente abogado, ido a destiempo, Lic. Ramón García Gómez; al tener que trasladarse a Santo Domingo, por motivos de trabajo su vicepresidente, el Lic. Adriano Miguel Tejada, nos tocó asumir la presidencia, así como, la recomposición del Consejo, el cual fue integrado por los Licenciados: Luis Veras Lozano, José Darío Suárez Martínez, Rosina De la Cruz Alvarado, Juan Reyes Eloy, Simón De Castro, Víctor Martínez e Ing. Jorge Rincón; como parte del personal de apoyo de la Cámara, se integraron los Licenciados, Marcia Céspedes,

como Secretaria del Consejo, e Iván Reynoso como Secretario Ejecutivo de la Cámara. Como organismo, nos tocó elaborar los primeros reglamentos de aplicación de la ley, la primera lista de árbitros, llevar al conocimiento público, la innovación y las ventajas que, tanto en el aspecto jurídico, como de utilidad para el empresariado, representaba este nuevo servicio que podía ser prestado a través de las Cámaras de Comercio. El arbitraje, principalmente, al estar contenido en el Código de Procedimiento Civil, era poco utilizado por los juristas que ejercían la materia comercial y la conciliación, muy pocas personas la utilizaban y, cuando la aplicaban, se llevaba a cabo, privadamente, en contados bufetes de abogados.

Tuvimos que realizar ingentes esfuerzos para dar a conocer las ventajas del arbitraje frente a los procedimientos de derecho común y, una vez comprendidos por los abogados, tratar de lograr que fueran incluidas las cláusulas de arbitraje en los contratos comerciales. Para tal fin, se dictaron innumerables charlas y conferencias tanto en Santiago como en diversos lugares del país. Esa insistencia se vió fructificada, cuando los propietarios de un pequeño establecimiento comercial de esta ciudad de Santiago, tenían conflictos societarios y solicitaron los servicios de mediación del Consejo para solucionar su problema, realizándose con éxito, la primera conciliación; producto de ese acuerdo amistoso, los socios que asumieron el control de la empresa, han logrado, a través del tiempo, un notable éxito comercial, tanto a nivel local como internacional.

El Consejo sirvió, desde su origen, como brazo legal para la Directiva de la Cámara; se elaboró una notable reforma de los estatutos y se llevó a cabo una exitosa estrategia para lograr que la Federación Dominicana de Cámaras de Comercio (FEDOCÁMARAS), saliera del ámbito exclusivo de la Cámara de Comercio de Santo Domingo y su presidencia pasara a ser ocupada, durante varios periodos, por la Cámara de Santiago y luego,

a otras Cámaras del país. Con ese proyecto, se logró reforzar y organizar las Cámaras de Comercio de la región del Cibao y del Sur del país y se ayudaron a conformar y poner en funcionamiento los Consejos de Conciliación y Arbitraje de algunas de ellas.

El Consejo fue aceptado y comenzó a formar parte de asociaciones y organismos internacionales de arbitraje, como CIAC y AICO, asistiendo, algunos de nuestros miembros, a reuniones y eventos celebrados en países de América Latina y Europa, lo que ha contribuido a establecer y mantener relaciones con personas e instituciones de importancia para el buen desempeño de nuestras actividades.

Esa etapa inicial, organizativa y, hasta cierto punto romántica, dió paso a una toma de conciencia real de los beneficios que han aportado esas figuras jurídicas al ámbito empresarial. Las directivas subsecuentes, integradas por brillantes profesionales de distintas ramas, han dado continuación y el impulso necesario para lograr un uso adecuado de este sistema, lo que ha permitido a las Cámaras de Comercio y Producción del país, adquirir una importancia y confiabilidad económica y social y, tal ha sido el éxito, que ha forzado la adecuación y modificación de la ley original, por la Ley 181, de fecha 6 de junio de 2009 así como, la modernización del organismo que hoy se denomina, con mucha propiedad, "Centro de Resolución Alternativa de Controversias".



# CCPS PROPUGNA POR EXTENSIÓN LEY 28-01

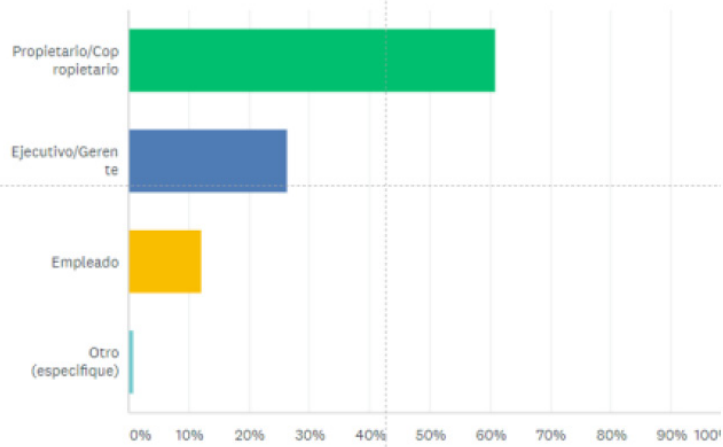
La Cámara de Comercio y Producción de Santiago dio a conocer los resultados del sondeo de opinión correspondiente a noviembre 2020, en el que su membresía propugna por la extensión de los beneficios de la ley 28-01 sobre desarrollo en las provincias de la frontera con Haití, ya que este fue uno de los temas abordados en el estudio. El sondeo fue respondido masivamente por unos 200 miembros de la Cámara quienes se manifestaron de manera abrumadora con un 89% a favor de mantener los incentivos de la ley de desarrollo fronterizo.

El sondeo de opinión realizado del 16 al 20 de noviembre, fue contestado en un 61% por propietarios o presidentes de empresa, y un 26% por ejecutivos o gerentes, lo cual da solidez a las opiniones externadas. Entre las razones externadas para sugerir la extensión de las facilidades aparece en primer lugar la necesidad de crear más empleos en la zona, también como forma de atraer nuevas inversiones y aumentar las exportaciones. Además, se destacó que las empresas instaladas han dinamizado la economía de la región. Carlos Iglesias, presidente de la entidad empresarial de Santiago, resaltó que, en la Junta Directiva,

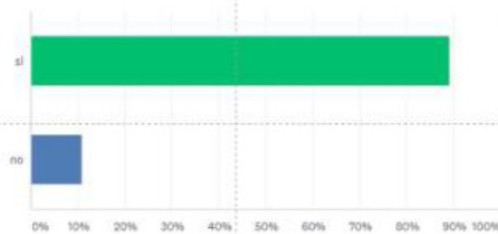
donde están representados los distintos sectores productivos y comerciales de la provincia, prevalece la misma opinión sobre la conveniencia de mantener la citada ley. No obstante, indicó que es interés de la Cámara externar la opinión de los miembros. Iglesias, aprovechó para recordar que Compromiso Santiago, junto a más de 100 instituciones empresariales del Cibao, elaboraron un Agenda Regional, que identificó el desarrollo del puerto de Manzanillo como prioridad de la región, y como proyecto estratégico para el país. Indicó que “ese puerto y esta ley se complementan entre sí. En febrero 2021 estarían culminando los incentivos creados por la ley 28-01, sin embargo, múltiples sectores, privados y públicos, vienen abogando por la extensión de las facilidades dado que en la región operan 81 empresas que a su vez han creado unos 6,400 empleos con un impacto en el PIB de RD\$18,385 millones, según un informe bajo el título ‘Observatorio de la Zona Fronteriza’, preparado por la Unidad de Estudio de Políticas y Sociales del Caribe, del Ministerio de Planificación, Economía y Desarrollo, preparado en el 2018.



Su función en la empresa es:



La ley 28-01 promueve la instalación de empresas bajo ciertos incentivos en las provincias fronterizas y han creado puestos de trabajo en esa zona, no obstante, la vigencia de la misma terminará próximamente, ¿estaría de acuerdo que se extiendan las facilidades que otorga dicha ley?



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS
▼ sí	80,06 %
▼ no	10,94 %
TOTAL	





# PREGUNTAS Y RESPUESTAS DE UNA RENOVADA EXPO CIBAO EN SU VERSIÓN 33

*EXPO CIBAO 2020: Interactividad, innovación y resultados*

Expo Cibao Virtual 2020 fue la primera exhibición comercial online multi-sectorial que se realiza en la República Dominicana. Estuvo compuesta por tres grandes eventos corporativos: exhibición comercial, rueda de negocios y un amplio programa de conferencias todo orientado a la transformación digital. Todas las actividades estuvieron planificadas y realizadas bajo los nuevos esquemas digitales y comerciales. La reinención, la búsqueda de nuevas oportunidades y resiliencia fueron claves en la transformación de un evento que por 32 años se ha realizado de manera presencial.

## ¿Por qué hacer Expo Cibao 2020?

Expo Cibao, es la estrategia más exitosa que realiza la Cámara de Comercio y Producción de Santiago. Anualmente, logra el objetivo de dinamizar e impulsar el comercio local, regional y nacional. Integra todos los rubros del mercado y le da oportunidad de exponerse a todas las marcas sin distinción, al público B2b y B2C. Con resultados comerciales que han superado los doscientos millones de pesos.

Siendo Expo Cibao una plataforma que contribuye a la proyección de marcas, que propicia negociación entre empresa y empresa, entre empresa y consumidor

final era menester, en el marco económico de la paralización del comercio por causa de la pandemia, brindar esta alternativa de avivar la economía.

## ¿Por qué hacerlo virtual?

El marco actual, hemos visto que quién no migró o se valió de la transformación digital, tuvo que cerrar las puertas de su negocio o en los casos con un escenario menos radical tuvo que parar sus operaciones enfrentándose a una gran cantidad de ventas pérdidas, y cómo consecuencia la suspensión laboral o despido de colaboradores. La alternativa más viable que analizamos era definitivamente hacer una expo virtual.

Las ferias virtuales son la nueva modalidad de exhibición comercial, China ya en Europa desde antes de la pandemia se realizaban este tipo de eventos virtuales. En Latinoamérica, es tendencia hacer este tipo de actividad virtual, de hecho, desde marzo para acá vemos identificado más de quince ferias virtuales, lo que pone a Expo Cibao en un contexto global como nunca antes se había imaginado.

## ¿Se realizó algún análisis de mercado o investigación para realizar Expo Cibao Virtual 2020?

Claro que sí, No uno, sino dos. Primero aplicamos una encuesta a dos segmentos de público comercial de interés para este tipo de actividad: 1. a empresas potenciales que ya habían participado en años anteriores y que ya habían mostrado interés desde que terminó el evento en el 2019; y a los miembros que conforman la Cámara de Comercio de Santiago. El segundo acercamiento con las empresas fue un one to one con las unidades de mercadeo haciendo una presentación con estimaciones de precios y posibles paquetes de patrocinios. Y las respuestas fueron a favor de Expo Cibao Virtual 2020 en alto porcentaje a favor. Creo que, Expo Cibao fue la buena nueva para empresas y el público en general. Dentro de tantas noticias desalentadoras para el comercio y los dominicanos, los altos índices de contagios y de fallecidos por COVID 19, fue esa esperanza de que puede seguir adelante, diferente claro, pero se puede.

## En cuanto a la experiencia del usuario en la exhibición comercial, ¿Cuáles tomaron en cuenta para esta modalidad virtual?

En el contexto de la virtualidad, quisimos emular la experiencia física. Para ir a Expo Cibao Virtual 2020 debías dirigirte a un recinto virtual que era un edificio que llamamos Cibao Trade Center, pulsabas la puerta y te llevaba a un área de lobby. Allí, decidías donde querías dirigirte. Le proporcionamos a los usuarios entrar a los salones de conferencias con contenido streaming, con expositores nacionales e internacionales en su mayoría transmitiendo desde sus oficinas o casas. Y podían seguir transitando a dos áreas de exhibiciones donde encontraban los stands de los participantes. Los stands tenían apariencias gráficas de los stands reales, renderizados en 3D, y podías tener interacción con ellos tal cual se exponen los asiduos a Expo Cibao en físico. Conversar en tipo real con un representante de la empresa, ver los videos de las pantallas, descargar brochure u ofertas, comprar productos, pero en línea; ir de un stand a otro; retornar al lobby o fachada del edificio o con gusto ir a las Instagram o página web de las marcas participantes.

## ¿Consideras Expo Cibao un referente para los eventos corporativos, en especial para las demás exhibiciones comerciales del país?

Entiendo que puede servir de ejemplo para todo el sector comercial. Expo Cibao Virtual fue un proyecto innovador, que

dio capacidad de respuesta en tiempo record que demostró la fortaleza de trabajar en equipo da frutos. Que partir de cero es bueno en muchísimas ocasiones y que la constancia y el trabajo duro se traduce en grandes logros.

Hubiera sido más fácil no realizarlo, pero se demostró que se puede, que de las adversidades nacen nuevas oportunidades y que nuestra misión de estar presente para el mercado se cumplió.

## ¿Qué tuvo que tener en cuenta el comité organizador en Expo Cibao Virtual?

Las audiencias, esta edición tuvo que redefinir sus stakeholders, orientado a perfiles profesionales que tuviera habilidades para la interacción digital, también se tomó en cuenta a los nativos digitales, aquellos que gozan del mejoramiento continuo. A las comunidades empresariales, aquellos que su rol es buscar nuevas alternativas comerciales, empresas que no le tienen miedos a los retos, que la innovación es su fuerte que son capaces de adaptarse a las circunstancias y que reconocen las virtudes de la transformación digital.

La seguridad de se realizaron pruebas reales con previo aviso a nuestra prestataria de servicio de hosting y dominio, se realizan prueba de estrés a los dominios y subdominios se trataron de identificar cualquier tipo de vulnerabilidad a la plataforma y otras acciones de mejoras.

La flexibilidad de la plataforma se realizó de manera modular lo que permite la flexibilidad de incrementar exponencialmente la cantidad de stands o áreas así se requiera.

## En la parte de streaming, ¿Qué aspecto se valoró e implementó?

El streaming, fue todo un proyecto que agregó mucho valor a Expo Cibao y el programa formativo. Literal teníamos todo un set de televisión montado en un salón del Edificio Corporativo, escenografía, con luces tres cámaras y mucha acción. Gracias a Blaster Films que fue nuestro gran aliado para nuestro streaming.

También la plataforma que utilizamos para retransmitir a nuestras audiencias y que disfrutaran en nuestros auditorios virtuales fue Twitch, aunque de manera interna los ponentes y un equipo reducido interno técnico operaban desde zoom. Se realizaban pruebas de sonido e iluminación por lo menos 30 minutos antes iniciar, se tenían tres cuentas de zoom disponible para que los lives no coincidieran y tener la holgura suficiente para estos detalles operativos.

Utilizar twitch fue muy valorado por un público más juvenil.

## ¿Fue completamente virtual o en algún momento tuvo convergencia la virtualidad con la realidad?

Sí, tuvimos dos eventos que tenían una parte presencial y otra virtual que fueron: el lanzamiento con la prensa. Y, la inauguración de Expo Cibao 2020, donde invitamos a las marcas patrocinadoras y la Junta Directiva de la Cámara de Comercio y Producción de Santiago. Además, de que las dinámicas de concursos en Instagram donde los ganadores que residían en el exterior recibían su premio físico puerta a puerta sin ningún costo de envío por parte del ganador.

## Muchas cosas nuevas este año, incluyendo el cambio a nivel gráfico ¿Qué los llevó a cambiar el logo?

Entre tantas novedades el cambio de la imagen gráfica era muy oportuno, ya estábamos rompiendo muchos esquemas, la disrupción era un hecho y se evaluó “remozar” el logo. Creo que de manera iconográfica hay modificaciones, pero la esencia se mantuvo. Cambio de cuadrado a rectangular, se mantuvo las siglas E C, se agregó un triángulo que indica play, que da alusión a interacción y movimiento. Y se le agregaron elementos que sugieren una mano, agarrando un smartphone, ese dispositivo por donde controlamos y nos desenvolvemos a diario.

## SOBRE LA AUTORA...

### YOKARLA RODRÍGUEZ,

ESPECIALISTA EN COMUNICACIÓN INTEGRADA AL MARKETING. ACTUALMENTE FUNGE EL CARGO DE GERENTE DE EXPO CIBAO Y EVENTOS DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE SANTIAGO. TIENE 12 AÑOS IMPARTIENDO DOCENCIA EN LA PUCMM EN LA ESCUELA DE COMUNICACIÓN, HA REALIZADO SEIS EXHIBICIONES COMERCIALES, DOS DEL SECTOR CONSTRUCCIÓN, DOS DE BODAS Y DOS EXPO CIBAO, EN EL 2019 Y 2020, ESTA ÚLTIMA LA PRIMERA EXHIBICIÓN VIRTUAL DE LA REPÚBLICA DOMINICANA.





# Expo Cibao abre las puertas a su versión no 33, Hacia la transformación digital

El martes 13 de octubre, con un acto virtual la Cámara de Comercio y Producción de Santiago da lugar a la trigésimo tercera inauguración de la exhibición comercial multisectorial más esperada, Expo Cibao virtual 2020, con el lema: "Hacia la transformación digital" sucedido desde los salones del tercer nivel, en el edificio Empresarial de Santiago.

La actividad fue un híbrido debido a las circunstancias actuales relacionadas al Covid-19. Por razones de seguridad se dieron cita miembros directivos de la Cámara de Comercio, patrocinadores e invitados especiales quienes hicieron acto de presencia de manera virtual, este 2020 cambiamos el corte de la cinta de la emblemática expo que como cada otoño es una tradición de Santiago, por la conexión del cable de red.





1. Juan Carlos Hernández e Ylonka Taveras.  
 2. Carla Hernández, Juan Carlos Hernández, Rosa de Hernández.  
 3. Carlos Santana, Carlos Iglesias y Juan José Perelló.  
 4. Adalberto De León y Junior Macdougall.  
 5. Fernando Lama, Pablo Granados, Manuel Schwarzbartl.  
 6. Jhony Crespo







# La Cámara de Comercio y Producción de Santiago Inc., realiza su 106a Asamblea Anual Ordinaria y Eleccionaria

La Cámara de Comercio y Producción de Santiago celebró el Jueves 29 de octubre, su 106a Asamblea General Ordinaria Anual y Eleccionaria, en cumplimiento a los estatutos de la institución que establecen dicha celebración en la cual se eligió una nueva Junta Directiva que fungirá hasta el 2022. Abogando a la unidad se presentó una plancha de consenso conformada por los siguientes empresarios: Carlos Iglesias, presidente (Bellon, SAS.), Luis Campos Jorge, 1er vicepresidente (Centro de Radiología Especializada), Oscar Schwarzbartl, 2do vicepresidente (Actividades Caoma), Amaury Suárez, secretario

(Lic. José Darío Suárez), Lily Rodríguez, vicesecretaria (Fundación Universidad Tecnológica de Santiago-UTESA), Raquel Mera, tesorera (Hoyo de Lima Industrial), Fernando Lama, vicetesorero (Notions Dominicana). En el acto de la Asamblea General Ordinaria Anual y Eleccionaria efectuado a las 11:00 a.m. en los salones de eventos del Edificio Empresarial, se presentaron los informes de gestión y financieros del pasado periodo, incluyendo las memorias de la Sra. Digny Durán de Iglesias, presidenta del Comité de Responsabilidad Social de la Cámara, que gestiona el Banco de Válvulas

Enmanuel, para Niños Hidrocefálicos. También se presentó el informe del Sra. Vilena Comas, presidenta del bufete directivo del Centro de Resolución Alternativa de Controversias. Luego la Sra. Raquel Mera, tesorera de la actual Junta Directiva dio el informe financiero, y las memorias formales del periodo las ofreció el Sr. Juan Carlos Hernández, presidente saliente de la institución. El último turno fue ocupado por el nuevo presidente, Sr. Carlos Iglesias, quien agradeció a quienes le eligieron, así como a las gestiones anteriores de la Cámara, además esbozó sus planes de trabajo a realizar en el nuevo periodo.



1. Junta Directiva 2020-2022.
2. Fernando Puig, Carlos Iglesias y Juan Carlos Hernández.
3. José Luis Ventura, Pablo Granados y Luis Carlos Álvarez.
4. Pamela Fernández, Digny Durán, Madolyn Lama, Shiara Galarza.
5. Franklin Ramírez y José Clase.
6. Luis Campos y Víctor García Sued.
7. Hirayda Fernández, Cornelia Tejada e Ilona de la Rocha.
8. Melissa Hernández y Manuel Schwarzbartl.
9. Jochy Veras y Raquel Mera.





# COMITÉ DE RESPONSABILIDAD SOCIAL. “*TODO POR UNA CARITA FELIZ*”

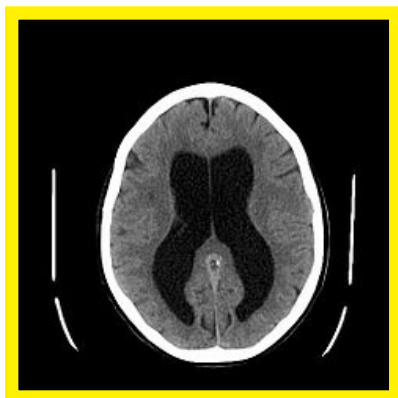


En marzo del 1989 y como iniciativa de las esposas de los miembros directivos de aquel entonces, la Cámara de Comercio y Producción de Santiago creó el Comité de Damas, la finalidad de este comité era la recaudación de fondos para ayudar a causas sociales, poco tiempo después, las damas que integraban esta agrupación en sus inicios, decidieron crear el banco de válvulas Emmanuel, en honor al primer niño que le fue donado el implante de la válvula hidrocefálica, atendido en el Hospital Infantil Arturo Grullón.

## Por si no lo sabías

### ¿QUÉ ES LA RESPONSABILIDAD SOCIAL?

Es una ideología personal o grupal que en sentido general destaca el amor y parte sensible, destacando así la empatía para con nuestros semejantes. Dicho de otra manera, la responsabilidad social es la obligación de responder ante la sociedad en lo general y ante algunos grupos en lo específico.



### ¿QUÉ ES LA HIDROCEFALIA?

La hidrocefalia es la acumulación excesiva de líquido cefalorraquídeo en el cerebro. Normalmente, este fluido protege y amortigua el cerebro, sin embargo, demasiado líquido ejerce una presión dañina para este órgano. Esta enfermedad puede ser congénita, se presenta al nacer o después del nacimiento, sus causas incluyen problemas genéticos y problemas que se desarrollan en el feto durante el periodo de gestación, el principal signo de la hidrocefalia congénita es una cabeza con un tamaño fuera de lo normal.

## EL CRS A TRAVÉS DEL TIEMPO

31 años han pasado ya desde la fundación del Comité de Damas y muchas han sido las ayudas y avances que gracias al trabajo, desempeño y entrega de estas mujeres solidarias se ha brindado y experimentado. Producto de esto surge el programa de entrega de juguetes, donde cada año estas damas acompañadas de voluntarios empleados de la institución a la cual pertenecen, escogen la época más linda del año para repartir risas y alegrías entre los infantes que padecen alguna afección y están siendo atendidos en el Hospital Infantil de Santiago.

El Comité de Responsabilidad Social ha querido extender su mano amiga e incluir otro tipo de ayudas y beneficiarios a su agenda de responsabilidad social, y es por esto que hace varios años ha venido incluyendo donaciones de raciones de comida y juguetes para los albergues, orfanatos, fundaciones, iglesias, geriátricos y casas hogares de Santiago y la región. Estas donaciones son fruto del esfuerzo, motivación y optimismo de esas damas de la ciudad de Santiago que han decidido iluminar los rostros con una sonrisa. "Todo por una carita feliz."



# ¿POR QUÉ LOS ODS SON IMPORTANTES PARA LAS EMPRESAS?

LAS EMPRESAS TIENEN UNA ENORME RESPONSABILIDAD CON EL PLANETA, POR LO QUE ES NECESARIO ADOPTAR MEDIDAS SOSTENIBLES PARA CUIDARLO.

Santiago de los Caballeros.- El sector industrial mueve las grandes economías del mundo. Desde la Revolución Industrial, los negocios sufrieron cambios drásticos cuando el trabajo se volvió más mecánico que manual, convirtiéndose en uno de los grandes agentes contaminantes y generadores de gases de efecto invernadero (GEI) del planeta, mediante la quema de combustibles fósiles en sus procesos industriales, actividad que durante años ha causado daños irreversibles al planeta.

Según el Panel Intergubernamental de Expertos sobre Cambio Climático (IPCC), desde el 1950 se estableció que la causa principal del calentamiento global es la quema de combustibles fósiles y el cambio de uso de suelo. Se ha comprobado que el cambio climático es uno de los principales retos estratégicos a los que deberán enfrentarse compañías de todo el mundo para proteger el futuro de las próximas generaciones y del planeta. Según las Naciones Unidas (ONU), se estima que el coste anual de los desastres naturales está entre 250.000 y 300.000 millones de dólares. Para el sector empresarial, adoptar y alinearse con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) es crucial. Implantar una estrategia de sostenibilidad en cualquier tipo de empresa se ha



demostrado que es rentable, debido a la eficiencia económica y ambiental, así como la prevención ante riesgos. La sostenibilidad ambiental permite identificar y paliar riesgos e impulsar la innovación, de este modo reforzar la confianza de distintos grupos de interés -incluyendo a los inversores, los clientes, los consumidores y a los empleados. Además, tiene una repercusión favorable en el aumento de las ventas puesto que, la comunidad de consumidores responsables va en aumento.

## LOS ODS

En el 2015, en la sede de la ONU en New York, los líderes mundiales se comprometieron no sólo a prevenir el cambio

climático, sino también a establecer objetivos viables para proteger nuestro futuro y el futuro del planeta. Estos se encuadraron en la Agenda 2030, la cual propone 17 ODS y 169 metas que exigen una acción colectiva y colaborativa urgente en el ámbito económico, social y ambiental.

## NO DEBE EXISTIR UNA BARRERA EN LA ARTICULACIÓN NEGOCIO-ODS.

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible son una guía, un mapa que permitirá a las empresas identificar si su impacto social, económico y medioambiental aporta valor a la sociedad, y en consecuencia fortalecer su reputación y sus relaciones con

## CADA PEQUEÑA ACCIÓN TRAE CONSIGO GRANDES DIFERENCIAS. ¿QUÉ TAL SI EMPIEZAS DESDE HOY?

- Incentiva a tu personal humano a reducir el consumo energético. Apaga los equipos cuando no se utilicen, cambia las bombillas por otras más eficientes y de bajo consumo.

- Promueve dentro de tu empresa la contratación de proveedores con compromiso ambiental. Elige de forma prioritaria proveedores locales o de proximidad.

- Promueve la utilización de medios de transporte sostenibles. El uso de la bicicleta o los desplazamientos a pie son acciones para reducir el impacto ambiental del transporte.

- Ahorra papel. Promueve entre los colaboradores el intercambio de archivos de forma digital así disminuyes el uso de papel.

- Gestiona eficientemente los residuos. Las empresas son grandes generadoras de residuos, pon en práctica la regla de las 3R en el siguiente orden Reduce el volumen de residuos generados, Reutiliza los residuos y si no tienes la posibilidad de realizar las 2 anteriores Recicla.

- Realiza campañas de educación y formación ambiental entre los trabajadores para capacitar y concientizar a los empleados.

- Colabora y apoya con acciones sociales. La unión hace la fuerza.



los distintos grupos de interés. Las empresas más exitosas son aquellas que se comprometen con objetivos sociales o ambientales. Para avanzar con la Agenda 2030, las empresas deben incorporar los ODS a sus estrategias de Responsabilidad Social Corporativa y entender que la sostenibilidad y los negocios no son islas separadas.

### EMPRESAS ECO AMIGABLES

Hoy, no basta con que una empresa genere millones de empleos para ser "querida" o gozar de buena reputación. El ciudadano de a pie espera que las empresas sean un ente comprometido con el bienestar global.



### SOBRE LA AUTORA...

#### HELIANA MEDINA RODRÍGUEZ

PERIODISTA. CONSULTORA DE COMUNICACIÓN  
PROYECTO ACCIÓN CLIMÁTICA,  
AMBIENTALISTA, COMPROMETIDA CON  
LAS CAUSAS SOCIALES QUE IMPULSAN EL  
DESARROLLO SOSTENIBLE, LOS DERECHOS  
HUMANOS DE LAS MUJERES Y LA NIÑEZ.





# Diana Cuevas

Diana Cuevas nos acompaña en esta entrevista de InfoCamara diciembre 2020. En un año como este es importante resaltar la labor voluntaria realizada por jóvenes santiagueros que defienden la niñez en nuestra ciudad y por tanto conoceremos más a fondo como fue concebida esta fundación y sus planes futuros.



### **¿Desde cuándo y por qué Diana Cuevas decide crear “Making big smiles” y cuál es su cometido?**

Desde el 2008 Diana Cuevas inicia este trayecto con visitas a escuelas donde predominaban niños que vivían en situación vulnerable, pero desde pequeña estuvo muy involucrada en el servicio, siendo parte de los GES y los Campamentos del Padre Dubert donde descubrió la grandeza del servicio. MBS nace oficialmente en el 2010, La razón de ser de MBS es porque entendía que muchos niños que vivían en condición precaria no tenían la oportunidad de recibir un regalo de navidad, cómo también la presencia de personas que tuvieran la intención de llevar alegría, de recordarles cuando importantes son y que alguien si los recuerda.

### **¿Quiénes están detrás de la fundación?**

Un grupo de jóvenes solidarios que buscan generar cambios desde su accionar. Jóvenes con vocación de servicio dispuestos a balancear su existencia con tal de devolver un poco a la vida, a personas que no han tenido las mismas oportunidades y a más que dar recibir una experiencia más que gratificante en todo el proceso de servir a otros.

### **¿Cómo valoráis los proyectos a la hora de decidir cuáles apoyar?**

Esta sí que es una tarea desafiante pues por las mismas limitantes de recursos, no podemos escoger todas las comunidades que evaluamos y para la selección. Lo que hacemos es un levantamiento en comunidades precarias y se escoge la que entendamos que es más necesitada.

### **¿Cómo ha sido este 2020 con la situación actual para la fundación?**

Este año ha sido muy retador, nuestra logística habitual ha cambiado y se adaptado a las limitantes actuales, este año respondiendo a la emergencia de salud, realizamos una campaña de donaciones que ayudaron a Santiago. Nuestras acostumbradas actividades de entrega de juguetes y cajas de alimentos también sufrieron grandes cambios, nos adentramos a una metodología nueva y hasta un tanto exploratoria por las mismas condiciones.

### **¿Cuáles son los planes de “Making big smiles” en los próximos años?**

Poder ejecutar los proyectos que tenemos en carpeta que están estrechamente vinculados con los niños y sus familias.  
Seguir concienciando acerca de la importancia y el valor que tiene el trabajo voluntario, el servir a los demás.  
Lograr tener nuestro propio espacio un lugar donde niños que viven en situación vulnerable puedan tener atención acompañamiento psicológico, un espacio educativo, recreativo y de soporte en todas las dimensiones.

### **¿Cómo los lectores pueden ser parte de tu causa?**

Para formar parte del voluntariado, Llenando el formulario que está en la bio de @makingbigsmiles, apoyando nuestras campañas, compartiendo información con otros y apoyándonos a ser eco de nuestra labor, cómo también colaborando como sea posible (si tiene alguna habilidad).



# LA SITUACIÓN ACTUAL VS. TU NEGOCIO

No es secreto para nadie que el mundo actual ha dado un giro importante a raíz de la pandemia. Hemos tenido que alterar nuestras rutinas diarias y adaptarnos a una nueva modalidad de vida, horarios y costumbres.

Como consumidores, nos hemos visto en la necesidad de volcarnos hacia el comercio electrónico. Según un reporte publicado por Visa, entre Enero y Marzo del 2020, más de 13 millones de consumidores latinoamericanos compraron online por primera vez en sus vidas, y nuestro país se percibió un aumento de más de un 26% de tarjetahabientes "nuevos en comercio electrónico".

Si nos cambiamos los lentes, podríamos ver que el virus del COVID-19 ha dado un giro

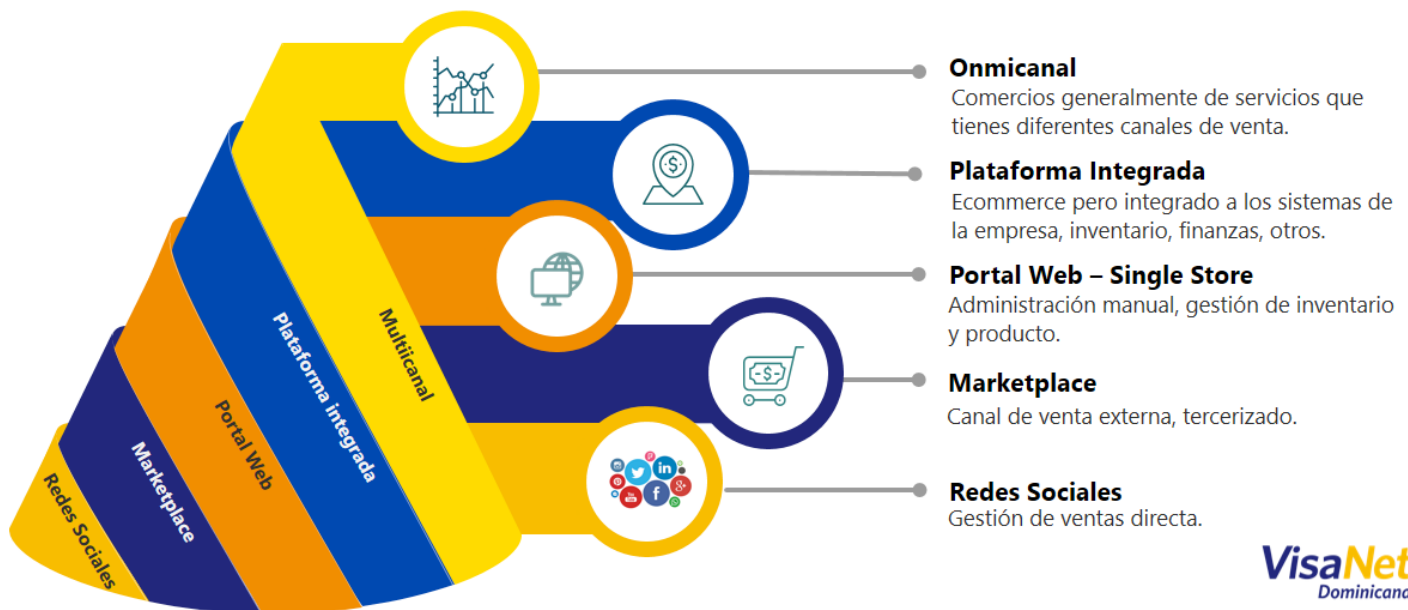
interesante y positivo a la dinámica de compra y venta a través del internet. Este proceso de educación agilizado para dueños de negocios y consumidores ha abierto un nuevo canal comercial que trae muchísimas más ventajas de las que percibíamos anteriormente. Existen razones simples por las cuales un consumidor prefiere comprar online. Primero, tiene acceso a productos de todo tipo en cualquier momento, 24 horas al día, 7 días de la semana, aumentando significativamente el nivel de conveniencia en el proceso de compra y las posibilidades aumentar las ventas.

Segundo, hay mayor nivel de transparencia en los precios, ya que los consumidores pueden comparar artículos

similares fácilmente y decidir entre distintos proveedores. Tercero, ahorrar tiempo, que se ha convertido en el recurso más importante durante esta pandemia debido a las restricciones de horario y movilidad.

Para el cierre de este año se espera que al menos el 18% de todos los negocios a nivel mundial se estén realizando a través de comercio electrónico. Se hace necesario que los dueños de negocios busquen soluciones creativas que les permitan introducirse a esta nueva modalidad de compra y para esto existen distintas alternativas que facilitan esta introducción al mundo digital. El primer paso es sencillo, lograr visibilidad. Para esto podríamos apoyarnos de

## ¿En qué etapa está mi negocio?



distintas herramientas ya muy conocidas, como las redes sociales de Instagram, WhatsApp y Facebook, donde conviven cerca de 7 millones de usuarios diariamente. Otra alternativa podría ser introducirse a un Marketplace como PedidosYa y Hugo, o crear su propia página web donde puede controlar completamente la experiencia de compra de sus clientes. Esta decisión siempre dependerá del tamaño y nivel de complejidad de su negocio. El segundo paso es lograr transmutar el proceso de compra presencial a una experiencia digital. Desde descripciones de productos precisas y uso de fotografías de buena calidad que le permitan al consumidor visualizar los materiales del producto como si lo tuviese en sus manos, hasta un proceso de pago sencillo y sin fricción, que mantenga los estándares de conveniencia y seguridad esperados por el consumidor, tales como Clink y Cybersource.

Clink es una novedosa herramienta ofrecida por Visanet Dominicana, que va dirigida a emprendedores, pequeños y medianos comercios. Clink te permite generar links de pago para el procesamiento de tarjetas de crédito o débito en línea, monitorear las ventas y crear una base de datos de clientes. Mientras que la plataforma de servicios Cybersource, también ofrecida exclusivamente por la empresa, permite la integración de un botón de pago a cualquier página web o aplicación móvil, con todos los controles de seguridad, componentes de prevención y análisis de fraudes que amerita un ambiente virtual. Por último, diseñar el proceso de distribución, entrega, desempaquetado del producto y logística inversa. Es aquí donde realmente tenemos la oportunidad de crear una experiencia única, que agregue



#### RAZONES PARA COMPRAR ONLINE VS. TIENDA FISICA

Evitar aglomeración de personas	15%
No lo venden en el país	15%
Encontrar artículos raros	20%
Todo en el mismo lugar	27%
Mayor variedad y selección	29%
Envío gratis	29%
No tener que ir	39%
Ahorrar tiempo	40%
Mejores precios	46%
Comparar precios	54%
Comprar 24/7	58%

valor y genere lealtad en nuestros clientes, motivándolos a volver a nuestra tienda virtual y realizar más compras. Una vez en el ambiente virtual, el número posibles consumidores se expande de manera exponencial y ya no es la distancia geográfica quien decide hasta dónde

quiere llegar, sino el dueño del negocio. Conocer los distintos componentes del comercio electrónico nos permite visualizar nuevos horizontes para hacer negocios y definitivamente, comprender que este tiempo de pandemia es más positivo de lo que parece.

#### SOBRE LA AUTORA...

##### MARLENNE RUIZ

GERENTE COMERCIAL A NIVEL NACIONAL DE VISANET DOMINICANA, EGRESADA DE BARNÁ MANAGEMENT SCHOOL CON UN MBA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS Y CONSULTORA DEL CENTRO MYPIMES BARNÁ PARA EL MINISTERIO DE INDUSTRIA Y COMERCIO. TAMBIÉN EGRESADA DE LA CARRERA DE INGENIERÍA EN DISEÑO INDUSTRIAL DEL INSTITUTO TECNOLÓGICO DE SANTO DOMINGO (INTEC).

CON MÁS DE 10 AÑOS DE EXPERIENCIA EN EL ÁREA DE NEGOCIOS, TRABAJANDO PARA EMPRESAS MULTINACIONALES Y NACIONALES, PEQUEÑAS Y MEDIANAS, INCLUYENDO PROYECTOS DE DESARROLLO DE PLATAFORMAS DE COMERCIO ELECTRÓNICO Y APLICACIONES MÓVILES.





# CCPS CONSULTA SUS MIEMBROS SOBRE AUTOVÍA DEL ÁMBAR

En la segunda entrega del sondeo de opinión de noviembre 2020, la Cámara de Comercio y Producción de Santiago publicó los resultados del sondeo de opinión correspondiente a noviembre 2020, en el que su membresía manifestó su apoyo a la construcción de la Autovía del Ámbar que uniría las ciudades de Santiago y Puerto Plata, mediante un nuevo trazado que acortaría, de manera importante, la distancia y el tiempo de recorrido. Este novedoso medio de información, mediante opiniones directas de los miembros de la Cámara, fue respondido masivamente por unos 200 miembros de la Cámara quienes expresaron en más de 92% estar de acuerdo con la señalada obra vial.

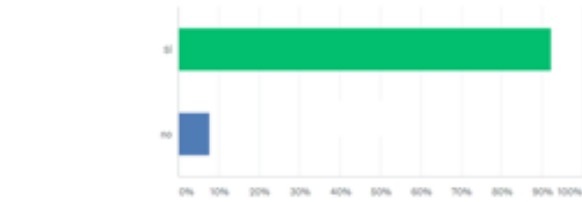
Carlos Iglesias, presidente de la Cámara de Comercio y Producción de Santiago, entidad que aglutina al empresariado de la región, indicó las cualidades positivas del proyecto para conectar la producción del Cibao con la demanda de productos, primarios o manufacturados, de la zona turística de la costa norte. Agregó, además, que este proyecto dinamizará el sector construcción, potencializará la cercanía de dos aeropuertos que servirán de enlace turístico para nuestros visitantes y acercará a dos horas la zona de Puerto Plata con el gran mercado que representa Santo Domingo.

El sondeo de opinión realizado del 16 al 20 de noviembre, fue contestado en un 61% por propietarios o presidentes de empresa, y un 26% por ejecutivos o gerentes, lo cual da solidez a las opiniones externadas.

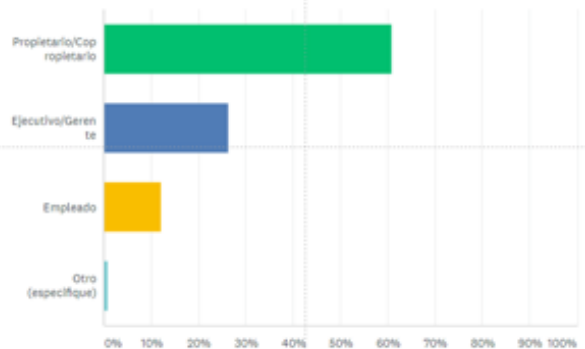
Quienes accedieron a contestar el sondeo resaltaron, de manera principal, entre las bondades del proyecto, la dinamización de la economía de la región, facilitar el acceso de productos y servicios del Cibao Central hacia la costa norte y que acortaría la distancia y el tiempo entre Santo Domingo y Santiago hacia Puerto Plata.

Quienes contestaron en contra el proyecto, que no alcanzó un 8% de las respuestas, adujeron que esos recursos pudieran ir a otras prioridades, el daño ambiental a la Cordillera Septentrional o que sería preferible ampliar las vías existentes.

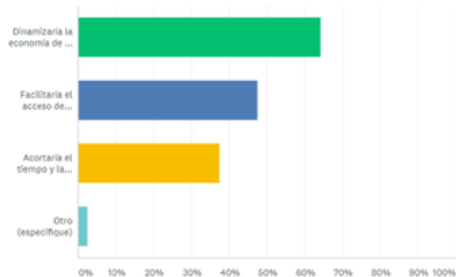
Las autoridades han planteado un proyecto de construir la 'Autovía del Ámbar' que sería una tercera vía de comunicación entre Santiago y Puerto Plata, más rápida y amplia, y con el establecimiento de un peaje para transitarla. ¿Está de acuerdo con este proyecto?



Su función en la empresa es:



Si dijo que sí, ¿cuáles razones lo motivan?



Opciones de respuesta	Respuestas
Dinamizar la economía de la región	64,37 %
Facilitar el acceso de productos y servicios del Cibao Central a la Costa Norte	47,50 %
Acortar el tiempo y la distancia entre Santo Domingo y Puerto Plata	37,50 %
Otro (especifique)	2,50 %
TOTAL	

La organización empresarial de Santiago ha propugnado de manera permanente por mejores vías de comunicación, como medio para impulsar la economía. Un puerto activo en el litoral norte, mejores vías terrestres y amplia conectividad aérea y logística harán de Santiago una zona cada vez más competitiva, concluye la nota enviada.

INFOCÁMARA

MIEMBROS NUEVOS  
1 OCT. AL  
17 NOV. 2020



B

**BILLY GONZÁLEZ AUTO TRANSMISIÓN, E.I.R.L.**

Vehículos y sus partes  
Billy Joe González Tejada  
Calle 3, peatón 6 No.53, Hato Mayor, Santiago  
829-797-6594 / katmercado.29@gmail.com

C

**CF & ASOCIADOS BUSINESS ADVISORY SERVICES, S.R.L.**

Servicios de contabilidad, auditoría y asesoría fiscal  
Luis Roosevelt Calderón Romero  
Ave. Privada No.42, Mirador Norte, Santo Domingo  
809-688-0785 / lcalderon@cfbas.com

E

**EMPRESAS INGENIERO ESTÉVEZ, S.R.L.**

Productos textiles y prendas de vestir y calzado  
Pedro Ramón Estévez  
Calle 30 de Marzo No.30, San José de las Matas  
809-878-2508 / predoestevez90@hotmail.com

**ENESTAR, ENERGÍA RENOVABLE, S.R.L.**

Venta de proyectos fotovoltaicos  
Jerojainier Cerda Tineo  
Ave. 27 de Febrero No.16, Cuesta Colorada, Santiago  
809-587-5450 / info@enestar.com.do

G

**GALLETAS NAPOLITANAS, S.R.L.**

Venta, distribución y producción de productos de harina  
Victor García Jorge  
Ave. Imbert No.26, Baracoa, Santiago  
809-806-2661 / somos@galletasnapolitanas.com

**GRUPO TORRES BÁEZ, S.R.L.**

Diseño y construcción de estructuras metálicas  
Juan José Torres González  
Autopista Duarte Km.11, Puñal, Santiago  
809-570-6370 / grupotorresbaez@gmail.com

K

**KELMAX INDUSTRIAL, S.R.L.**

Venta de gomas y lubricantes  
Kelvin Rafael Paulino Abreu  
Ave. Estrella Sadhalá No.66, Santiago  
809-382-7469 / kelmmaxindustrialsrl@gmail.com

P

**PROCEVAL PROCESADORA DE CARNE, S.R.L.**

Elaboración de embutidos  
Yanibel Eliseo Liriano Henríquez  
C/ Juan José Domínguez No.43, Tamboril  
809-825-2825 / procevalinf@gmail.com

R

**REPUESTOS LA CANELA, S.R.L.**

Vehículos y sus partes  
Gregorio Camilo Gerez  
Calle Principal No.84, La Canela, Santiago  
809-336-0274 repuestoslacanela@gmail.com

S

**SÁNCHEZ ALMÁNzar, S.R.L.**

Seguros  
Carlos Roberto Sánchez Almánzar  
C/ Los Garcías No.7, Reparto Imperial, Santiago  
809-581-0619 / info@sanchezalmanzar.com

**SERVICIOS CONTABLES & JURÍDICOS BASILIS - CRUZ, S.R.L.**

Asesoría legal en general, contable e impositiva  
Cristian José Cruz Abreu/ C/ 16 de Agosto No.55, Los Pepines, Santiago  
809-720-1720 / servicioscontablesjuridicosbc@gmail.com





FOTOGRAFÍA PROFESIONAL

VOZ EN OFF/COMERCIAL

IMPRESIONES DE TODO TIPO

BRANDING

COMERCIALES

COBERTURAS MULTIMEDIA

DISEÑO GRÁFICO

«# Medieval Color»

ADMINISTRACIÓN DE REDES SOCIALES

