

Hispanic Business Club: a Paso firme

SEGUNDO SALAZAR

La privilegiada situación geográfica del Estado de la Florida, lo hace atractivo para la inversión, así como para la exportación e importación. Por estas razones su economía y por ende, su crecimiento empresarial le dan un dinamismo que genera la creación de organismos e instituciones que agrupan a importantes sectores, con el objetivo de incentivar, publicitar y de proyectar sus actividades.

Por todo ésto, el nacimiento de "Hispanic Business Club", es una excelente iniciativa, donde participan mujeres y hombres de diferentes nacionalidades y de intachable trayectoria en el exigente mundo de los negocios.

¿Es Hispanic Business Club, una cámara de comercio?

No, HBC es una corporación con fines de lucro que tiene por misión proveer el mejor servicio de organización de eventos sociales para nuestros exclusivos miembros. Este objetivo será alcanzado a través de precios razonables; servicios al cliente de primera calidad; consistencia y efectividad en los servicios prestados.

En la práctica financiera como un club privado, ofreceremos servicios exclusivos de tour operador y agencia publicitaria. Adicionalmente brindaremos servicios de:

reuniones de negocios, consultaría de negocios, aniver-



Miembros de HBC, Reinaldo Rapallo, Ulda Zapata, Ray Coello, Viciania Cabrera, Ana Karina Bilbao, Edmaris Ortiz, Charlys de la Cruz, Víctor Cabrera, Gladys Bulnes. Foto: El DominicanoUSA

sarios, bodas, bautizos, bufets, cumpleaños, festivales culinarios; fiestas tradicionales; servicios especiales de música; fotografía y video; decoraciones, gatering. Preparación de actividades recreacionales en general y otros.

Las cámaras de comercio son sin fines de lucro, sin embargo, históricamente, algunos directores las usan para lucrarse personalmente, causando inconformidades y discordias que han terminado en divisiones.

Desafortunadamente la mayoría de estas cámaras están desprestigiadas, causándole daños a la comunidad.

¿Quiénes integran su directiva?

Está integrada por Víctor Cabrera, presidente y director general, Gladys Bulnes, vicepresidente, y Juan Yilo, como tesorero. Socios actualmente del HBC.

¿Por qué no es Dominican Business Club?

Como HBC, entran tanto los empresarios dominicanos, como los de todas las comunidades latinoamericanas. De esta forma, la visión es amplia y no la limitamos a una sola comunidad.

¿Será regional o tendrá representación en otros Estados?

HBC en una primera fase se concentrará en la Florida, sin embargo, no descartamos su expansión a otros estados.

¿Tendrán sus afiliados seminarios y asesoramiento profesional?

Claro que si, y otros eventos de interés para todos nuestros miembros.]

¿Qué cantidad de miembros esperan cautivar?

En su primer año, proyectamos tener más de 100, y luego llevar un crecimiento sostenido, superior al 20% por año. Ya las solicitudes están disponibles y esperamos socios de diferentes nacionalidades,

como de República Dominicana, Cuba, Venezuela, Colombia, y de todos los países hispanoamericanos.

¿Tendrá alguna publicación?

Si, por supuesto. Estamos trabajando en la publicación "The Hitter". Recientemente se formó su equipo administrativo y de venta, conformado por: Víctor Cabrera, como director general, Gladys Bulnes, como directora de mercadeo, Ray Coello, como director de operaciones, Ana Bilbao, como soporte tecnológico, Viciania Cabrera, como soporte de diseño, René Fuentes y Yanina Carena, como asesores publicitarios.

Esta publicación estará dedicada a promover anunciantes y dar a conocer sus productos y/o servicios a través de sus producciones publicitarias, que incluyen Internet, revista y otras.

"The Hitter", es un magazine o empresa dedicada a exaltar los valores de sus clientes y socios estratégicamente. Ya la economía necesita sacudir, revisar y sacar a flote lo que pudiera resultar en bienestar económico.

La misión de "The Hitter", es brindar soluciones técnicas y profesionales de manera práctica en los negocios y su crecimiento a través de servicios de publicidad en la ciudad de Miami con proyección a otras ciudades de la Florida. (786) 447 9001.

Nuevo billete de RD\$20 circula en dominicana

--- Billete en polímero: desarrollado para mejorar durabilidad y prevenir falsificación a través de características incorporadas de seguridad, como dispositivos ópticamente variables que son difíciles de reproducirse.

La República dominicana tiene desde el jueves 1 de julio/2010, un nuevo billete de RD\$20 en polímero, lo cual incorpora al país al proceso de revolución tecnológica en materia monetaria que vive el mundo. El acto de puesta en circulación fue presidido por el gobernador del Banco Central, Héctor Valdez Albizu, y el viceministro de Hacienda, Julio Aníbal Fernández.

La salida de este billete marca nueva etapa para la familia de billetes nacionales.

"Cerca de treinta países, entre ellos naciones avanzadas como Australia, Chile, Chi-



Nuevo billete

na y Taiwán, así como otros países de nuestro hemisferio, tales como México, Costa Rica, Guatemala, Nicaragua y Paraguay, han sustituido con éxito y buena acogida del público sus billetes de papel de baja denominación por billetes en polímero", señaló el gobernador.

Explicó que el Banco Central decidió relanzar el billete de 20 pesos porque la moneda de 25 pesos no sustituye al billete, pues tienen diferente denominación.

"La moneda de 25 pesos vino a satisfacer una necesidad muy puntual que fue el pago de peajes en todo el país", dijo el gobernador, añadiendo que desde el año 2004 la institución estaba recibiendo peticiones para la reimpresión del billete de veinte.

Aseguró que el nuevo billete de RD\$20 en polímero es más seguro, más limpio y más durable, y que con este billete el Banco Central coloca al país a la altura de los estándares monetarios internacionales en materia de fabricación de billetes de baja denominación.