

*40 Años
Haciendo de la Calidad
Nuestra Mejor Tradición*

CIBAO MEAT PRODUCTS
1969-2009

40TH

ANNIVERSARY



**CIBAO® MEAT
PRODUCTS**

"*Tradición de Calidad*"™



Indiscutiblemente, un clásico

Salamí Campesino

Celebrando 40 años de
Tradición y Calidad.



Si no es Campesino, quitele de mi camino.®

www.cibaomeat.com

Palabras de la Presidente.

Cibao Meat Products es un legado que nuestro padre hizo con mucho amor, esfuerzo, dedicación y sacrificio personal. Lo dejó en manos de unos hijos que entendimos nuestro compromiso de quererla y cuidarla para que siga prosperando.

Al cumplir Cibao Meat 35 años de existencia Heinz Vieluf, el presidente en ese entonces, decide retirarse de esas funciones y deja el mando en mis manos. El convertirme en presidente de Cibao no hizo que mi forma de ser sufriera cambio alguno.

Mi tarea ha sido la de siempre: asegurar que hagamos un producto de calidad, dar buen servicio, retribuir en lo que podamos a la comunidad que siempre nos ha apoyando y continuar siendo líder en el mercado.

Para poder lograr lo antes dicho, invertimos en la ampliación de nuestra estructura física. Ahora contamos con un moderno edificio de oficinas, dotado de los avances tecnológicos del momento, con área de recepción y un amplio salón de conferencia donde, periódicamente, se actualiza a los siete supervisores en sus áreas respectivas. Adquirimos embutidoras y hornos de mayor capacidad y eficiencia para poder satisfacer la creciente demanda y nunca decir: "no hay". Fue necesario cambiar todas las líneas de electricidad: de esa manera podemos tener la energía para poder mover todas las maquinarias a plena capacidad y prepararnos para en un futuro cercano, construir más áreas de empaque y producción.

Para ponernos a tono con las exigencias de comercialización actual, hemos desarrollado la estrategia de presentar, en diferentes líneas, más unidades con peso exacto. De esa manera, se facilita la venta y compra de nuestros productos en supermercados y tiendas de mayoreo. Hemos notado que la comunidad a la que servimos se ha involucrado y orientado en cuidar su dieta. Para satisfacerla, hemos desarrollado una línea de productos de carnes blancas, con menos grasa y sodio, manteniendo

el sabor y la calidad que siempre nos ha distinguido de los demás.

Hemos iniciado la campaña "Si no tiene nuestro loguito, no lo pongas en el carrito". No todo lo que se vende es nuestro, y estamos empeñados en que cuando el consumidor vea el logo en un salami, sepa que es de Cibao Meat y pueda tener la confianza de consumirlo porque sabe que se elabora con estrictos controles de calidad, pensando en su bienestar.

Nos estamos preparando para expandir nuestros servicios a más estados de los Estados Unidos. Los estudios, en diferentes sectores, están en su fase final y creemos que pronto podremos brindarles el producto que el consumidor busca y no encuentra.

En los últimos cinco años hemos incrementado el crecimiento en etiquetas privadas. Estamos trabajando para seis compañías privadas, elaborando más de 30 productos diferentes, apoyados en la confianza que tienen en poner en nuestras manos sus marcas. Parece que la crisis económica ha sido madre de las alternativas y estas personas se han lanzado en un momento difícil pero con la esperanza y confianza de que los salamis de calidad se venden siempre y más en estos tiempos.

Cibao reconoce que vivimos momentos difíciles. Sin embargo, eso no es obstáculo para que tratemos de ayudar al consumidor de manera directa. Desde hace unos años, hemos estado elaborando un empaque denominado "Holiday Variety Pack" que estaba disponible desde el día de Acción de Gracias hasta Enero. El objetivo siempre fue agradecer el apoyo y fidelidad que el consumidor nos brindaba. Este empaque se comercializaba con etiqueta premarcada y el consumidor podía ver el ahorro al comprar este producto. En vista de la situación económica, Cibao Meat tomó la decisión de dejarlo durante todo el año e incluir otros productos premarcados para asegurarnos de que el consumidor tenga un alivio, en su bolsillo, al comprar nuestros productos.

En este periodo de gestión hemos puesto a la disposición de todos: el "Salami del Pueblo,"



re-estructurado el "Salami Checo" y lanzamos la línea "Don Filo". Esta última, es una línea de productos en homenaje permanente al fundador de Cibao Meat, mi padre, Siegfried Vieluf (Don Filo). La línea cuenta con Arenquelami, Salami de Pollo, Jamonada de Pavo y la Longaniza Casera que tanto nos recuerda a nuestro fundador.

Inesperada y lamentablemente mi padre muere el 12 de Febrero del 2006 (visite www.cibaomeat.com para más detalles). Su forma alegre de vivir y compartir no nos dejó tristeza, pero sí un gran vacío y el reto de seguir sus pasos. Es decir, tratar de imitarlo. Le debemos el sentido de la responsabilidad, el compromiso, la ética de trabajo, ayudar al prójimo, el coraje y la fuerza de seguir adelante con la empresa y de tomar riesgos siempre pensando en la unión familiar y en la fábrica.

Estoy orgullosa de ser parte de esta empresa y de esta familia. Estamos viviendo los albores de la tercera generación de los Vieluf. Vemos con agrado y orgullo, sin sorpresa alguna, que la misma expresa el mismo amor incondicional a esta fábrica que las dos anteriores. Mi sobrino, Heinz Vieluf Jr. terminó su Maestría y se ha incorporado a Cibao Meat aportando muchas ideas y conceptos innovadores. Quizás para nuestro 45 aniversario sea él quien les haga un recuento como este.

*Lutzi Vieluf Isidor.
Presidente*

*Si no es Campesino,
quitelo de mi camino.*®



www.cibaomeat.com

**CIBAO® MEAT
PRODUCTS**

"40 años de Tradición y Calidad"™

A few words from the President.

Cibao Meat Products has always been a legacy that our father put in the hands of his children. From the start we understood that it took a lot of sacrifice and love and it is our commitment to care for and continue to make it prosper.

Celebrating our 35th anniversary, the former president of Cibao Meat, Heinz Vieluf, decides to retire and leave the control of the company in my hands. Becoming president of the Cibao did not change my way of being.

My task has always been the same: ensuring that we make a quality product, provide good service, reward our community that has always supported us, and continue to be the market leader.

To do this, we invested in expanding our infrastructure. Now we have more office space, a reception area and a large conference room which we regularly use to update our seven supervisors in their respective areas. We've bought new equipment and machinery to work more efficiently and get more produced at a faster rate. By doing so, we added another smokehouse in order to serve our clients and never say "no." We just changed all the power lines to have enough power to move all the machines to full capacity and in preparation for the near future to build more production and packing areas.

To keep up with the times, we have seen the need to make more products with exact weight to facilitate the sale and purchase of our products in supermarkets and wholesale stores. Our community is involved and more oriented towards their diet and with that in mind, we have developed a line of white meat products

with less fat and sodium but with the taste and quality that has always distinguished us from others.

So that consumers could easily identify our products and know that not everything that is selling is ours, we have started the campaign "If it does not have the logo, do not put it in the cart." We want that when consumers see the logo or seal on a salami, they can realize that the product is ours and they could have the confidence to consume a product made under strict quality controls with their welfare in mind.

“ My father died unexpectedly February 12, 2006 leaving a great gap in us and yet the challenge to follow in his footsteps and try to imitate him. ”

We are preparing to expand our services to more states doing research in different sectors, thus providing a product that the consumer seeks and not finds. There has been a growth in private labels in the last five years. We are making over 30 different products for six private companies based on the confidence that they have when putting their brands in our hands. The economic crisis has been the mother of invention and these people have launched in a difficult time but with hope and confidence that salami are always sold.

Cibao recognizes that these are difficult times for many and we have not fallen behind in trying to help the consumer directly. In the past we did a value pack called "Holiday Variety Pack" which we used to sell from Thanksgiving Day until January showing with it our thanks for the support and loyalty that consumers give us. This package was pre-marked and the

consumers used to see their savings purchasing this product. When the crisis began, Cibao Meat decided to elaborate this product regularly and also to make more pre-marked products to ensure that consumers have a relief in their pocket when buying our products at a just price.

In these five years we have launched Salami del Pueblo; we re-structured the Salami Checo and recently launched the "Don Filo" line, which has Arenquelami, Chicken Salami, Turkey Jamonada and Homemade Longaniza that reminds us of our great founder, my father Siegfried Vieluf (Don Filo).

My father died unexpectedly February 12, 2006 leaving a great gap in us and yet the challenge to follow in his footsteps and try to imitate him (please visit www.cibaomeat.com for details). We owe him the sense of responsibility, work ethic, helping others, to move forward with our business taking risks and always thinking about the family and the company.

I am proud to be part of this company, to be part of this family and at the same time say that the third Vieluf generation has the same unconditional love for this company. When my nephew Heinz Vieluf Jr. finished his masters, he joined Cibao Meat with many innovative ideas and concepts.... Maybe for our 45th anniversary he will be the person to communicate our achievements to you.

*Lutzi Vieluf Isidor.
President*

Cibao Meat Products, Inc.

Calidad, servicio y más del 2004 al 2009.

– POR JULIO GASPAR ISIDOR

En el año 2004 Cibao Meat Products celebró su 35 aniversario. En ese entonces, la compañía desarrolló un programa de actividades que incluyó:

- La publicación de una revista,
- El rediseño del logo de la empresa.
- Un libro de recetas de cocina donde se mostraba una gran variedad de platos en base a Salami, longaniza Cibao, Jamonada Don Pedro, Pavolami, Jamoneta Campesino, los Productos Mexicanos Vermex, Chorizo, Cecina y carne Enchilada.

La celebración culminó con una gran fiesta en los salones del Astoria Manor, a la que se invitó a todos los suplidores, vendedores, empleados y amigos de la empresa. Se aprovechó la oportunidad para hacer entrega de pergaminos de reconocimientos a varios empleados. El señor Jose Elias Peña, quien hacia las veces de relacionador publico de Cibao Meat Products presento a la maestra de ceremonia Mary Joel Duran del canal 41, quien se encargo de dirigir el evento.

El acto estuvo presidido por los directivos de Cibao: Señor Siegfried Vieluf (Don Filo) nuestro fundador, su esposa la Sra. Ligia Cabrera Vieluf, Heinz S. Vieluf, ex presidente de Cibao Meat y su esposa la Sra. Denis Sosa Vieluf, Lutzi Vieluf Isidor, presidente, Julio Gaspar Isidor, gerente general, Edgar Soto VP ventas, Elizabeth Sandner química manager de planta, y Elpidio Peña,



manager.

Además, se contó con la presencia de los supervisores de las diferentes áreas de trabajo, como fueron Emilio Correa (Producción y Empaque), Arismendi Velette (Despacho) y Fausto González (Transporte).

Varias personalidades, del ámbito político de la ciudad, hicieron uso de la palabra. Entre ellos: el Senador Estatal de la ciudad de New York por el distrito 32, Reverendo Rubén Díaz, quien honró a Cibao Meat con la entrega de una proclama, el Sr. Adriano Espaillat Asambleista del distrito 72 del condado de NY, el Concejal del distrito 10 de la ciudad de New York el Sr. Miguel Martinez, quien también entregó una proclama a esta empresa.

El Secretario de Estado Randy Daniels. El alcalde Michael R. Bloomberg, envió una comunicación donde felicita y exhorta la compañía a seguir adelante y reflexionar acerca del importante rol que esta empresa está desempeñando en el estado de New York y en la nación, sirviendo además de inspiración para otras pequeñas empresas.

La música estuvo a cargo de la Orquesta de "Merengueros de los Ochenta," con la participación de Aramis Camilo, Peter Cruz, Cheche Abreu, Sandy Reyes, Benny Sadel y Richie Cepeda.

Que ha pasado desde entonces?

Sin pretender hacer un resumen cronológico de todos los acontecimientos durante el tiempo transcurrido, mencionaremos los más trascendentales.

En el año 2004, bajo la dirección de su presidente la señora Lutzi Vieluf Isidor, Cibao Meat Products vio la necesidad de modernizar su página de Internet para hacerla mas

interactiva. La nueva página web, se puede intercambiar de inglés a español y viceversa con solo hacer un clic. Con diseño más vistoso, de manejo fácil y con agilidad de despliegue de sus numerosas ventanas, se logra la ventaja de que su contenido informativo se pueda revisar en menos tiempo.

Además de poder ver la variedad y características de todos nuestros productos, existen varias recetas que sugieren diferentes formas de prepararlos. Otras secciones importantes son: "Galería de Fotos", Los "Comerciales", "Distribuidores", "Etiquetas Privadas", "Sobre Nosotros" y mucho más. Merece mención especial la sección de "Ventas", que es una nueva forma de vender y hacer llegar, vía Internet, nuestros productos a los lugares donde no tenemos distribuidores ni representantes. Para mas detalles visite www.cibaomeat.com y compruebe lo que decimos.

Quizás como consecuencia de la modernización de nuestra página web, para finales del 2004 se produjo un aumento en las ventas. Las nuevas demandas motivaron la instalación, en el 2005, de nuevas y modernas maquinarias y otro horno para de esa manera aumentar la capacidad de producción.

En esa misma época nace el "Salami del Pueblo", un salami de corte popular, ideado para llegar al consumidor a un bajo precio pero con la garantía de la calidad tradicional de los productos que fabrica Cibao Meat.

La alegría y felicidad de esos acontecimientos, fueron empañadas y cubiertas por el manto del luto que produjo la muerte de quien fuera nuestro fundador el señor Siegfried Vieluf (Don

Filo). Partió el 12 de Febrero del 2006. Pero como decía Rodriguito aquel locutor que tenía la sección radial “El Suceso de Hoy” de la Voz Dominicana, “*La vida no se detiene... prosigue su agitado curso*”. Es por eso que en ese mismo año la compañía tiene que seguir con sus planes de hacer una renovación del edificio y ampliar sus oficinas, para adecuarlas a las necesidades del presente. El aumento de la producción y el anexo al edificio creó la necesidad de incrementar el número de empleados. En el 2006 se crearon 15 nuevas plazas de trabajo y entre ellas cuatro nuevos supervisores.

En el 2007, se relanzó la línea de productos “Salami Checo” con una nueva formulación y un nuevo diseño. Esta nueva oferta originó la creación de un comercial televisivo que fue colocado en la campaña de publicitaria de la compañía que se inicia anualmente en el mes de octubre. Este producto, creado para el mercado de Miami, causó tanto impacto entre los consumidores del Estado de Nueva York y New Jersey, que el departamento de ventas solicitó que se dejara su distribución en estos lugares de manera permanente. El salami “Checo Especial,” esta hecho a base de carne de cerdo y res. También se elaboró el “Salami Checo Popular” hecho a base de carne de pollo y cerdo, condimentado al estilo dominicano para alcanzar un sabor que lo distingue de los demás. Pruebe el Salami Checo y verá que es más por su dinero.

En el 2008, Cibao Meat Products, Inc. amplía su estructura a: las etiquetas privadas. Rápidamente, la empresa es contactada por ocho compañías interesadas en que nosotros les fabriquemos sus propias marcas. Más de 30 nuevos productos de embutidos, de Salami, Chorizo y Longaniza, se fabrica para el sector privado.

En el 2009, siguió creciendo la demanda de compañías para que se le fabrique su propia etiqueta, en materia de embutidos. Si usted tiene o pertenece a una compañía que está interesada en este tipo de negocio, comuníquese con el departamento de ventas de la compañía al 718-993-5072, donde le darán más detalles.

En la celebración del 40 aniversario, Cibao Meat lanza al mercado la nueva línea de embutidos “**Don Filo**”. De esa nueva línea se tienen grandes expectativas, ya que se ha puesto en concordancia la calidad tradicional con la experiencia acomunada de años.

Anunciamos que ha entrado en acción la tercera generación de la familia Vieluf, con nuevas y mejoradas herramientas de trabajo. Se ha integrado, a la compañía, Heinz Siegfried Vieluf Jr., después de culminar sus estudios universitarios y obtener una Maestría en Administración de Empresas. Se abre una nueva era en Cibao Meat, con nuevas ambiciones y nuevos sueños, pero con el mismo ideal: proporcionar a nuestros consumidores un producto del cual nos sentimos orgullosos.

Heinz Jr. tiene como experiencia el haber trabajado en la planta de producción en todas las áreas, junto al más humilde de los empleados y hará uso de lo aprendido en las aulas de forma más pragmática, aplicando los conocimientos y tecnicismos propios de su investidura. Su norte es la tradicional calidad de la empresa y espera seguir contando con la aceptación y fidelidad que hasta ahora nos han profesado los consumidores. Con la inyección de juventud y sangre nueva, podemos casi asegurar que habrá Cibao Meat para rato. El augurio es: seguir cumpliendo muchos aniversarios más.



Cibao Meat Products, Inc.

Quality, service and more, from 2004 to 2009.

- BY JULIO GASPAR ISIDOR

In 2004 Cibao Meat Products celebrated its 35th anniversary. For this occasion the company developed many activities that included: the publication of a magazine, redesigned the company logo, made a book of recipes which showed a large number of dishes which main ingredient was Salami, Cibao Longaniza, Don Pedro Jamonada, Pavolami, Jamoneta Campesino, the Vermex Mexican line that includes Longaniza, chorizo, Cecina, Enchilada. The celebration culminated with a big gala in the salons of the Astoria Manor attended by many of the suppliers, vendors, employees and friends of the company. The master of ceremonies was Mary Joel Duran from Channel 41 and the music was played by the Orchestra of the Eighty's Merengueros, with the participation of Aramis Camilo, Peter Cruz, Cheché Abreu, Sandy Reyes, Benny Sadel and Richie Cepeda.

Several employees of the company received certificates of recognition. The event was hosted by the directors of Cibao, our founder Mr. Siegfried Vieluf (Don Filo), his wife Ligia Cabrera Vieluf, former president of Cibao Meat, Heinz S. Vieluf, and his wife Denis Sosa Vieluf, the president Lutzi Vieluf Isidor, general manager Julio Gaspar Isidor, Edgar Soto VP Sales and Marketing, Elizabeth Sandner HACCP Coordinator and Plant Manager and Elpidio Peña – Plant Manager. Also the board that presided over the event was attended by supervisors from different areas such as: Emilio Correa-Production and Packaging,

{Continues on page 9}



Arismendi Velette-Shipping, and Fausto Gonzalez from Transportation. Several political personalities of the city spoke at the event; New York State Senator for the 32nd District Reverend Mr. Ruben Diaz, who honored Cibao Meat with the delivery of a proclamation, New York Congressman Mr. Adriano Espaillat also spoke, New York City Mr. Miguel Martinez, delivered a proclamation to this company as well. Mayor Michael R. Bloomberg sent a letter where he commended and encouraged the company to go ahead and think about the important role that this company is playing in New York and the nation, serving also as an inspiration for other small businesses.

What has happened since then?

Without wishing to make a historical summary of all events, we will mention the most important.

In 2004, under the presidency of Mrs. Lutzi Vieluf Isidor, Cibao Meat Products saw the need to upgrade the website to make it more interactive. The new website can be interchanged between English and Spanish with a single click. With visually appealing images, easy handling and agility of deployment of its many windows, the information content can be reviewed in less time.

In addition to seeing the variety and characteristics of our products, you can find several recipes that show different forms of preparation. With sections like "Gallery", "Commercials", "Distribution", "Private Labels", "About Us", etc. you will also find the "Shop" section which is a new way to sell online and get our products to places where we do not have distributors or representatives. For more details visit www.cibaomeat.com and see what is new in the company.

Perhaps as a result of the modernization of our



website, sales increased by the end of 2004. The new demands motivated the installation in 2005 of new and modern machineries, as well as another smoke house to increase the production capacity.

Soon after "Salami del Pueblo", a popular sausage designed to reach the consumer at a low price but with the traditional quality assurance of our other products, began to be manufactured by Cibao Meat.

All the excitement and happiness of those events were overshadowed by the blanket of grief that the death of our founder, Mr. Siegfried Vieluf (Don Filo), left. He died on February 12, 2006. (For more details visit [www.cibaomeat.com / about_us.php](http://www.cibaomeat.com/about_us.php)). An announcer named Rodriguito who had a radio program called "El Suceso de Hoy" at La Voz Dominicana, used to say that "life does not stop, it just pursues its hectic course", and that is why that same year the company continued with the plans to renovate the building and expand the offices in order to satisfy the present needs. The increased production and the new building made it feasible to recruit more employees in 2006 creating 15 new jobs, including 4 new supervisors.

In 2007, we relaunched the product line "Salami Checo" with a new formulation and a new design. This product was created with the Miami market in mind but caused such an impact among the consumers of the State of New York and New Jersey, that the sales department requested the permanent distribution of this product here. The salami "Checo Especial" is made from pork and beef. We also prepared the "Salami Checo Popular" made from chicken and



pork, seasoned with Dominican-style flavor that distinguishes it from others. Try Salami Checo and you will get more than your money's worth!

Cibao Meat Products, Inc. began doing more business in the private labels sector. In 2008, we were quickly approached by eight companies to manufacture their own brands. More than 25 new products such as Salami, Chorizo, and Longaniza are made for the private sector. In 2009, the demand for the private labels continued growing. If you have or belong to a company that is interested in this kind of business, contact the sales department at 718-993-5072 and they will give you more details.

With the 40th anniversary celebration Cibao Meat launches a new line of sausages, "Don Filo" on which they have high expectations because it combines the traditional quality and the experience of all these years.

With the arrival of Heinz Siegfried Vieluf Jr. to the company, after completing his university studies and a MBA, it opens a new era in Cibao Meat. Now the third generation of the Vieluf family will take action starting with new and improved tools. With new ambitions and new dreams, but with the same ideal, providing our customers a product of which we are proud of. Heinz Jr. will use what he learned in a pragmatic way by having worked on the production floor alongside the most humble of employees, but he will also apply the knowledge and skills learned through his studies. He will continue the vision of quality and looks forward to keeping the acceptance and loyalty that we have from our consumers. With the youth of this new blood, we can almost assure that there will be Cibao for a long time. The challenge is to continue to meet many more 40 anniversaries.



**Congratulations
ON THEIR 40TH
ANNIVERSARY**



303 Maujer Street, Brooklyn, NY 11206

Open 6 days of the week - Free Delivery
For Orders: 718-383-4300 Fax: 718-388-4897



*Servicing Restaurants, Cuchifritos, and
Supermarkets for over 15 years.*



**Beef * Pork * Poultry
Raw Material for Further Processing
Fresh * Frozen * Cooked
Private Label or Custom Process Packaging**

MEAT BROKERS AND TRADERS FOR THE INDUSTRY
*Servicing: Food Processors, Wholesale Distributors,
And Retail Supermarkets*

Specializing in:
**All Natural and Organic
Grass Fed Beef
Berkshire Pork
Wild Game
Quail**

Main Office
610 Middle Country Road
Saint James, NY 11780
Phone: 631-862-1500
Fax: 631-862-2305
Email: NaturalChoice1@aol.com

www.naturalchoicefarms.com

South Carolina Office
64-B1 Egret Run Lane
Pawleys Island, SC 29585
Phone: 843-278-1543
Fax: 843-278-8014
Email: ncf@sc.rr.com

*Saludamos a
Cibao Meat* en su **40** Aniversario



RIVAS TRAVEL.COM

4321 BROADWAY
(184th ST.)
NYC 10033

(212) 928-7000

1273 ST NICHOLAS AVE.
(Bet. West 173 & 174 Sts.)
NYC 10033

(212) 928-0001

2534 MARION AVE.
(E. Fordham Rd)
BRONX, NY 10458

(718) 295-5510

- Pasajes y Vacaciones
- Cruceros
- Bodas y Lunas de Miel
- Grupos y Convenciones



DAVID RIVAS, EA

- Audits & Representations
- Personal & Corporate Income Tax
- Incorporations Licenses

ALL TYPES OF INSURANCE

- Low Cost Auto Insurance
- Travel Insurance
- Divorcios
- Bancarrotas

TODOS CASOS DE
INMIGRACIÓN
(BONDED BY NYCDCA)

Una Tradición de **Buen Servicio!!!**



Heinz Vieluf Cabrera: El Empresario.

– POR JULIO GASPAR ISIDOR

Cuando se conmemoraba un aniversario más de la célebre Batalla de las Carreras, el día 30 de marzo de 1959, en la clínica Corominas de Santiago, República Dominicana, nace Heinz Vieluf Cabrera. El señor Siegfried Vieluf de nacionalidad Alemana (fallecido) y Ligia Cabrera de Vieluf, dominicana oriunda de Guayubín, provincia de Montecristi, son sus padres.

En el 1968, su padre decide trasladarse a los Estados Unidos. Después de trabajar como asalariado decide poner tienda aparte y traer toda la familia desde la República Dominicana a New York, en 1970.

Heinz es el segundo de cuatro hermanos: Harry el primero, Lutzi y María. Cursó estudios primarios en "St. Mathew's School," y la secundaria en "La Salle Academy". Mientras estudiaba, mostró devoción al trabajo y afán de superación. Es por eso que trabajó paleando nieve, cuando ocurrían grandes nevadas y como despachador en una estación de combustibles.

Con el producto de sus propios ahorros, tuvo el coraje de incursionar como empresario artístico, contratando las agrupaciones musicales del momento para amenizar fiestas en las principales discotecas de Rhode Island. Entre ellas se cuentan: Milly Quesada, Fernadito Villalona y Johnny Ventura entre otros.

Se graduó de Administrador de Empresas en la Universidad de "Bryant College," Smithfield, Rhode Island. Esta casado desde el 1981 con la dominicana Denis De Jesús Sosa.

En el año 1980, se incorpora en New York, a trabajar con su padre y hermanos en la fábrica de embutidos que en ese entonces se llamaba "Cima Meat Products, Inc." cuyo producto principal era el famoso Salami Campesino. A Heinz se le da la responsabilidad de la dirección de la empresa. Una de sus primeras iniciativas fue cambiar el nombre de la empresa a "Cibao Meat Products, Inc" y la introducción de nuevas marcas en el mercado. Esas dos iniciativas trajeron como consecuencia que Cibao Meat, creciera en popularidad y se convirtiera en la número uno en ventas de Salami en el mercado hispano.

Washington Heights fue la cuna de laaciente empresa que resultó pequeña para hacer frente a la creciente demanda. El Sr. Vieluf, teniendo una visión clara del negocio decide aprovechar la oportunidad para ampliar y modernizar a Cibao, comprando maquinarias nuevas, de mayor capacidad de proceso y más eficientes. En el 1994 se traslada al Bronx a sus nuevas instalaciones.

El Señor Heinz Vieluf Cabrera, ha tenido una participación activa en el aporte de soluciones a algunos de los problemas de la comunidad hispana en los Estados Unidos y en especial la dominicana. Como testigo descansan, en su oficina, un gran número de placas de reconocimiento de las diferentes organizaciones e instituciones del área Triestatal de New York, New Jersey y Connecticut.

También ha contribuido con su participación y ayuda económica a la consolidación y al logro de las metas de dos grandes organizaciones: La Asociación Nacional de Supermercados (NSA) y la Asociación de Bodegueros en los Estados Unidos (ASOBEU).

Es miembro fundador del Grupo Presencia y Raíces, agrupación de carácter social muy apetecida por los candidatos a posiciones



políticas en República Dominicana. Esta agrupación juega un papel importante e incide en la política dominicana por el aporte que puede brindar, tanto en el aspecto económico como por el gran número de adeptos.

La inquietud de Heinz Vieluf Cabrera, no se limita solo a los Estados Unidos. El no olvida sus raíces y está consciente de los problemas de los moradores de la provincia de Montecristi, de donde es su madre. Es por eso que organiza la "Fundación Heinz Vieluf Cabrera".

El objetivo de la fundación es contribuir junto a las comunidades, Iglesias, Clubes y otras instituciones sociales y de servicios, a la solución de problemas de la provincia de Montecristi, que durante años ha sido olvidada por las iniciativas gubernamentales.

Su gran proyección lo llevó a la política, consiguiendo la nominación a senador por el partido del PLD, su elección lo hizo dejar la presidencia de Cibao Meat Products en manos de su hermana, la Licenciada en Psicología Lutzi Vieluf Isidor.

Esa es la historia. Otra vez se demuestra que el trabajo honrado, la perseverancia, hacer el bien, compartir con los demás, la sensibilidad humana y el compromiso con un pueblo son elementos indispensables para triunfar. En otras palabras, Heinz Vieluf es un triunfador, por eso la comunidad dominicana de New York y los habitantes de la provincia de Montecristi tienen cifradas sus esperanzas en el hombre que se distingue no por sus promesas sino por sus hechos.

Heinz Vieluf Cabrera: The Businessman.

- BY JULIO GASPAR ISIDOR



Heinz Siegfried Vieluf Cabrera was born on March 30, 1959 at Clinica Corominas in Santiago, Dominican Republic on the anniversary of a famous battle named Batallas de las Carreras. Mr. Siegfried Vieluf of German nationality (deceased) and Ligia Cabrera Vieluf, Dominican, native from Guayubin, province of Montecristi, are his parents.

In 1968, his father decided to move to the United States. After working as an employee in a sausage manufacturing facility he decided to start his own business and he brings the whole family from Dominican Republic to New York in 1970.

Heinz is the second of four siblings: Harry is the oldest, Lutzi and Maria. He attended elementary school at "St. Mathew's School", and high school at "La Salle Academy" in Rhode Island. While he was studying, he showed devotion to work and his desire to succeed. That is why he worked shoveling the snow and also worked in a gas station.

With his own savings, he had the courage to start working as an artistic promoter, hiring the most important musical groups of merengue at that time to entertain parties in Rhode Island's nightclubs. These groups include: Milly Quesada, Fernandito Villalona, Johnny Ventura and many others.

He graduated from Business Administration at Bryant College in Smithfield, Rhode Island. He is married since 1981 to Denis De Jesus Sosa of Dominican nationality.

In 1980, he began to work with his father and brother in the sausage factory that at that time was named "Cima Meat Products, Inc.", located in New York City its main product was the famous Salami Campesino. Two years later

Heinz had the responsibility to manage the company. One of his first initiatives was change the company name to "Cibao Meat Products, Inc." and the introduction of new brands in the market. The consequence of these two initiatives was that Cibao Meat grew in popularity and became the number one selling salami manufacture in the Hispanic market.



The root of the new company was in Washington Heights, and it was extremely small to satisfy the growing demand. Mr. Vieluf, having a clear vision of the business, decides to take advantage of this opportunity to expand and modernize the company, buying new machinery, with more capacity and more efficiency. In 1994 the company was moved to its new installations in the Bronx.

Mr. Heinz Vieluf Cabrera has been actively involved in providing solutions to some of the problems of the Hispanic community in the United States and especially the Dominican community. To testify to that, a large number of awards and recognition from different organizations and institutions in the tri-state area of New York, New Jersey and Connecticut, adorn the walls at the company.

He has also contributed with his participation

and financial support to the consolidation and the achievement of the goals of two major organizations: The National Supermarket Association (NSA) and the Small Grocers Association in the United States (ASOBUE).

He is a founding member of the Group Presencia y Raices, a social group highly esteemed by candidates running for political positions in the Dominican Republic. This group plays an important role and affects the Dominican politics due to the contributions it can provide, both in economic terms and in the large number of followers.

His concern wasn't limited only here to the United States. He never forgets his roots and he is very aware of the problems of the residents of Montecristi, where his mother is from. This is the reason why he created the "Heinz Vieluf Cabrera Foundation".

The objective of this foundation is to contribute to the communities, churches, clubs and other social and service institutions, to solve problems in Montecristi, which for years has been forgotten by the government.

His great projection led him to politics, being elected senator by the PLD party. His election caused him to leave the presidency of Cibao Meat Products in the hands of his sister, Lutzi Vieluf Isidor who holds a BA in Psychology.

That is the story. Once again it is demonstrated that honest hard work, perseverance, doing good to others, sharing with others, human sensitivity and commitment to people are essential elements for success. In other words, Heinz Vieluf is a winner, and that is why the Dominican community in New York and the people of Montecristi have placed their hopes on the man who is distinguished not by his promises, but by his deeds.





provihand
PROFESSIONAL VIDEO HANDMADE



FILMACIONES Y POST PRODUCCION PARA:
**COMERCIALES * ESPECTACULOS * VIDEOS MUSICALES*PROGRAMAS DE TV.
 *EVENTOS SOCIALES *DOCUMENTALES*PANTALLA GIGANTE.**

2398 WESTCHESTER AVE. BRONX NY. 10462

917-573-3548 * provihand@gmail.com

<http://www>



DISFRUTA DE TODA LA PROGRAMACION DE:

anal

MERICA.TV

TELEVISION LATINA, PARA EL MUNDO

MUSICA, DEPORTE, FARANDULA, NOTICIAS, DOCUMENTALES, TELEVISION **EN VIVO!!**



www.canalamerica.tv
Controlando la Web !!



CIBAO® MEAT
PRODUCTS

www.cibaomeat.com

"40 años de Tradición y Calidad"™

Don Filo: Nueva Línea de Productos.

– POR JULIO GASPAR ISIDOR

En ocasión de celebrarse el 40 aniversario de la fundación de Cibao Meat Products, la empresa ha puesto en circulación una nueva línea de productos denominados: “*Don Filo*”.

Esta nueva línea es elaborada bajo el más estricto control, logrando el mayor estándar de calidad que tiene esta empresa. Es por eso que alcanza la mayor calificación al pasar ampliamente las regulaciones y normas que exige el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos. Y no es por casualidad. Sucede que al tratarse de una línea de productos que lleva el nombre de nuestro fundador, el señor Siegfried Vieluf (Filo), estamos en la obligación de poner nuestro mayor empeño.

Al surgir la idea de lanzar una línea de productos con el nombre de Don Filo, recordé los días cuando le servía de ayudante. Retirado en República Dominicana y viviendo en la ciudad de Santiago, mi muy querido y estimado

suegro, me invitaba para que le ayudara a embutir una salchicha casera que el fabricaba basada en una receta de salchicha alemana. Con su basta experiencia en la fabricación de embutidos y productos cárnicos hizo las modificaciones de lugar para imprimir su sello propio y adaptarla al gusto hispano.

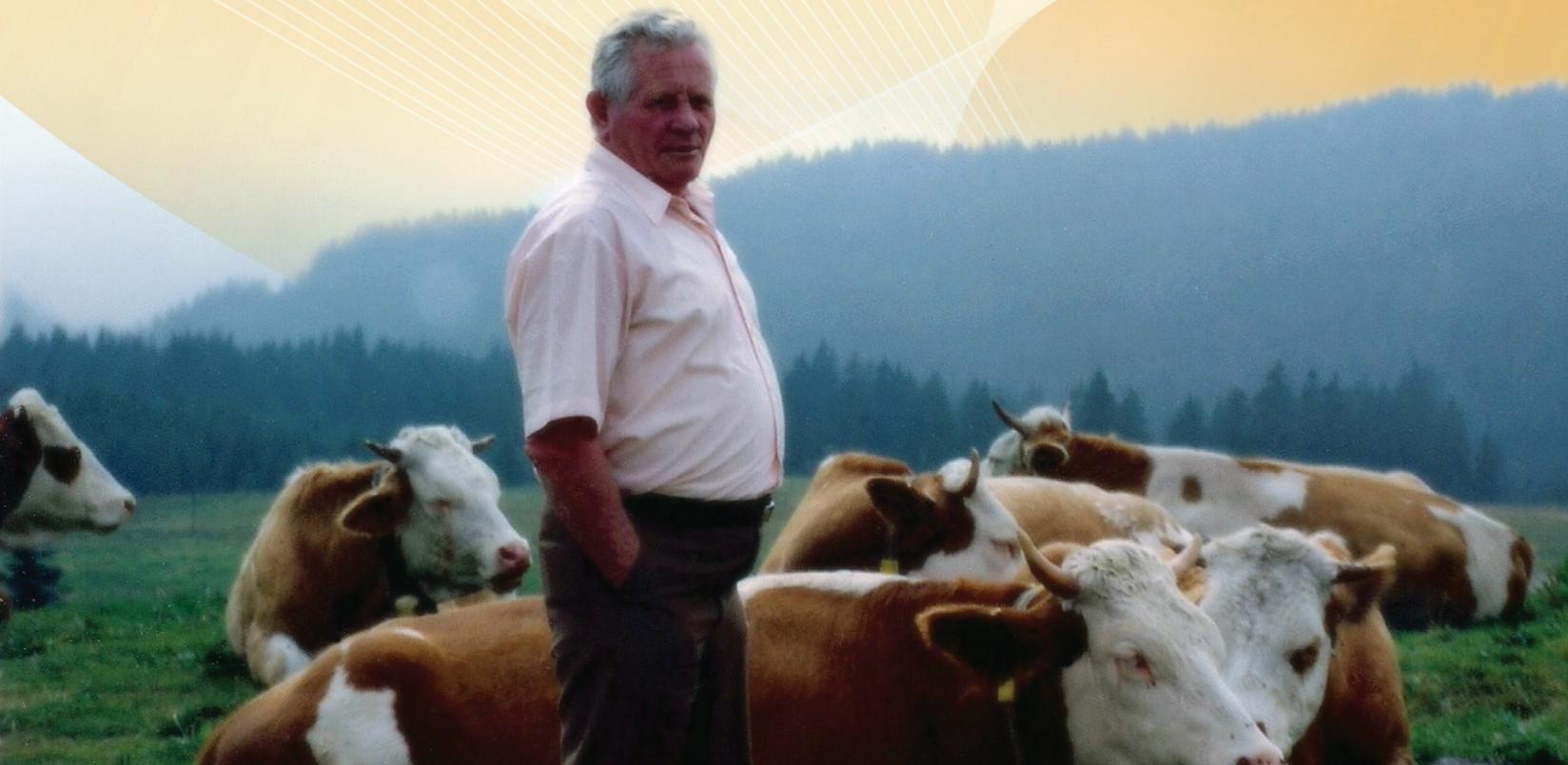
El comenzó a fabricarla solo para consumo familiar. Sin embargo, a medida que otras personas fueron conociendo el producto, se fue aumentando la demanda de la misma. Tanto fue el crecimiento que se vio obligado a incrementar la cantidad y los días de fabricación. Nunca olvidaré como demandaban sus amigos aquella salchicha.

Pasando los años y ya formando parte de la dirección de Cibao Meat Products, aprovechaba las visitas del señor Vieluf, para fabricar la salchicha casera de exquisito sabor y que tanto alegraba al paladar. Claro, también usábamos sus conocimientos, experiencia y el tiempo para incursionar en la elaboración de nuevos



productos, que ahora queremos compartir y los ponemos a disposición como parte de la nueva línea de productos.

La línea de Productos Don Filo, compuesta por la Salchicha Casera, el Arenquelami, el Salami de Pollo, la jamonada de Pollo y la jamonada de Pavo, ha sido diseñada para satisfacer la demanda latente de productos de corte gourmet, pero con precios ajustados a una situación económica en crisis. Cibao Meat Products ha demostrado, a través de sus 40 años en el mercado, que sabe hacer productos de calidad a precios razonables. Entre la línea de productos de esta compañía existen varios productos de corte económico pero siempre elaborados con esmero y preservando nuestra ya tradicional alta calidad. Es por eso que, al cumplir nuestro cuarenta aniversario, decimos con orgullo y sin faltar a la verdad: “40 Años de Tradición y Calidad.”



Don Filo: New Products Line.

- BY JULIO GASPAR ISIDOR

In celebrating its 40th Anniversary Cibao Meat Products is launching its newest line of products named "Don Filo". This new line is produced under the strictest control, achieving the highest standard of quality that this company has. That's why it achieves the highest score by passing broadly the regulations and standards that the United States Department of Agriculture (USDA) requires. And it's not by coincidence; this line has the name of our founder, Mr. Siegfried Vieluf (Filo), we are obliged to put our greatest effort.

When the idea of launching a product line with the name of Don Filo came about, I remembered the days when I helped him make homemade products. Retired and living

in Santiago, Dominican Republic, my dear and respected father-in-law invited me to help him stuff a homemade sausages that he used to manufacture based on a recipe for German sausages. With his extensive experience in the manufacturing of sausages and meat products, he made the right changes to imprint his own seal while adapting to the Hispanic taste.

He began producing it only for household consumption. However, as other people became aware of the product, the demand grew and he was forced to increase the quantity and days of production. I will never forget how his friends were demanding that sausage.

As time passed and I being part of the Cibao Meat Products management, I used the opportunity of Mr. Vieluf's visits to produce the exquisite homemade sausage for personal consumption. Obviously, we also used his

knowledge, his experience and the time to break into new products, that now we want to share and we make it available as part of the new product line.

The product line Don Filo (composed of Home-made Sausage, Arenquelami, Chicken Salami, the Chicken Jamonada and the Turkey Jamonada) has been designed to satisfy the existent demand for gourmet style products at reasonable prices. Cibao Meat has proved through the last 40 years that we can manufacture quality products at good prices for our customers. Among the many product lines this company has, there are several affordable products carefully designed to preserve our tradition of high quality. That is why, when celebrating our fortieth anniversary, we can truly and proudly say: "40 Years of Tradition and Quality."





DON FILO JAMONADA DE PAVO

Es un producto que tiene un sabor muy similar a la conocida y prestigiosa Jamonada "Don Pedro" (elaborada a base de carne de cerdo). La diferencia reside en que esta jamonada es realizada a base de carne de pavo. La carne de aves y en especial la de pavo, contienen un polisacárido denominado inulina al que se le atribuye efectos beneficiosos cuando se consume de forma regular. Entre esos efectos se cuentan que: estimula de una forma selectiva el crecimiento y activa el metabolismo de la flora del intestino mejorando su funcionamiento. Además, la ingesta frecuente de productos a base de carne de pavo aumenta las defensas del organismo humano. Don Filo Jamonada de Pavo, surge como otra alternativa que Cibao Meat ofrece a sus dilectos clientes para mejorar la salud y la nutrición.

DON FILO TURKEY JAMONADA

It is a product that tastes very similar to the well-known and prestigious Jamonada "Don Pedro" (made from pork). The difference is that this jamonada — luncheon meat- is made from turkey. Poultry and turkey in particular, contain a polysaccharide called inulin, which is attributed to many beneficial effects when consumed on a regular basis. Some of the affects are the stimulation of growth in the muscle cells, increasing our metabolic rate, and improving overall bodily function. In addition, frequent intake of turkey meat products increases the human body's defenses. Don Filo Turkey Jamonada, emerges as another alternative that Cibao Meat offers to its beloved customers to improve their health and nutrition.

DON FILO SALAMI DE POLLO

Según el Departamento de Agricultura de Estados Unidos (USDA), el consumo de productos avícolas (carne blanca), en este país, es superior al consumo de carne de bovinos (carne roja). En los últimos años se ha incrementado el consumo de carne de pollo debido: primero al aumento de la población y segundo al cambio de mentalidad del consumidor con respecto al tipo de alimentación.

En la actualidad, hay mayor preocupación en mantener una dieta balanceada y saludable que induce al consumidor a desechar las grasas y el colesterol. Por otro lado, en busca de economía de dinero y tiempo los consumidores se han visto en la necesidad de preparar, más a menudo, la comida en casa. Por tanto, necesita y busca un producto de fácil preparación. Cibao Meat Products, en respuesta a esa realidad, ha elaborado un producto de carne de pollo basada en una de las recetas de nuestro fundador y combinada con el sello de calidad que imprimimos a todos nuestros productos. Les invitamos a que busque Don Filo Salami de Pollo en el supermercado o bodega de su predilección para que disfrute de un buen salami de pollo. Se lo recomendamos.

DON FILO CHICKEN SALAMI

According to the USDA, the consumption of poultry products (white meat) in this country is superior to the consumption of meat from cattle (beef). In recent years this consumption of poultry has increased due, first to population increases and second, to the dietary changes of the consumers.

Nowadays there is a greater concern in maintaining a healthy and balanced diet that encourages the consumer to discard fat and cholesterol. On the other hand, looking for a way to stretch the budget the consumers have seen the need to prepare food at home. Therefore, they need and search for an easy to prepare product. Cibao Meat Products, in response to this reality, has developed a poultry product based on a recipe of our founder and combined with the stamp of quality that we print on our products. We invite you to search for Don Filo Chicken Salami at the supermarket or store of your choice to enjoy a good chicken salami. We strongly recommend it!





Don Filo Arenquelami

Se convirtió en una tradición la costumbre del señor Siegfried de fabricar, en el mes de diciembre, un salami basado en la mezcla de carnes y arenque. El elaboraba este producto para obsequiar a nuestros vendedores, amigos, allegados y distribuidores. Era su manera de dar las gracias a los que consideraba fiel a nuestra empresa. El exclusivo sabor de este producto y sus atribuciones afrodisíacas, hacían que los consumidores insistieran constantemente en que fabricáramos este producto de forma cotidiana. En ocasión de la celebración del 40 aniversario hemos decidido poner en el mercado este producto que viene haciéndose de generación en generación. Está basado en la vieja receta de nuestro fundador el señor Siegfried Vieluf, a base de arenque o pescado ahumado ricos en fósforo y Omega III, carne de res y carne de cerdo, con una condimentación balanceada de especies.

Don Filo Arenquelami, es apropiado para el desarrollo de nuevas recetas y platos gourmet. Puede usarse directamente en la elaboración de picaderas para acompañar la bebida de su preferencia. Cobra especial importancia en la cocina al momento de preparar locrios, asopao, en tortillas de huevos y en un sin número de platos mas. Este es otro producto de la nueva línea Don Filo que usted debe probar e incluirlo en su dieta. Para detalles de nutrición y conocer más del mismo visite nuestra página web. www.cibaomeat.com.

Don Filo Arenquelami

It became a tradition of Mr. Vieluf every December to make a sausage based on meat and herring mix. He used to make this product as a gift for our vendors, friends, associates and distributors. It was his way to thank all those that he considered loyal to our company. The unique flavors combined with the aphrodisiac power of this product were the reasons why the consumers consistently insisted that we manufacture this product on a daily basis. Due to the celebration of our 40th Anniversary we've decided to release this product in the market, which has been manufactured from generation to generation. It is based on an old recipe of our founder Mr. Siegfried Vieluf, a mixed of smoked herring rich in Phosphorus and Omega III, beef and pork, with a balanced flavoring of species. Don Filo Arenquelami is appropriate for the development of new recipes and gourmet dishes. It can be used as a snack to accompany the beverage of your choice. It is particularly important in the kitchen when preparing locrio, asopao, in tortillas and eggs, and a variety of other dishes. This is another product from the new Don Filo line that you should try and incorporating in your diet. For nutrition facts and more information visit our website www.cibaomeat.com.

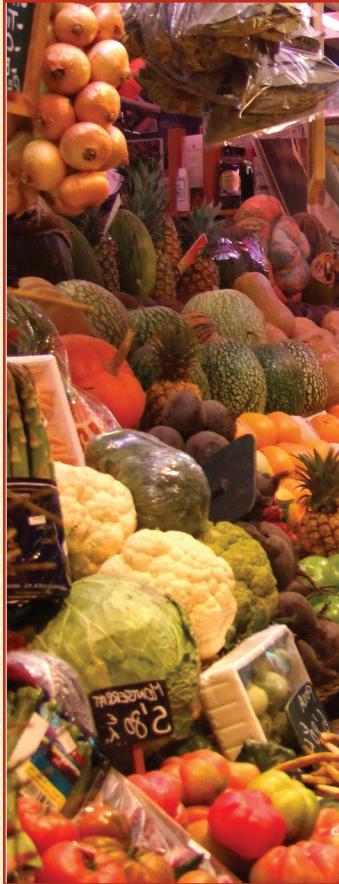
Don Filo Salchicha Casera

La Salchicha Casera Don Filo, es el testimonio real de la salchicha que hacia el señor Vieluf. Esta es una versión de chorizo con sabor algo más ligero que nuestra "Longaniza Cibao." Es perfecta para la parrilla o cocinada al sartén. Agrega un sabor especial a los caldos tales como: sopa, salcocho o cocido. Este producto será de su completo agrado, por que tiene la perfecta combinación de carne, condimento, conocimiento y experiencia. "Don Filo" Salchicha Casera es un producto exquisito que usted debe probar.

Don Filo Homemade Sausage

The homemade sausage Don Filo is the real testimony of the sausage that Mr. Vieluf made. This is a chorizo version with a lighter flavor than our "Longaniza Cibao". It is perfect for grilling and for pan cooking. It adds a special flavor to broths such as: soup, salcocho or stew. This product will be to your complete satisfaction because it has the perfect combination of meat, condiment and experience. "Don Filo" Homemade Sausage is a delicious product that you should try.





Congratulations on your
40th Anniversary!!!
Wishing continued success
to all the wonderful people
at Cibao Metas Products.



Plaut & Stern Inc.

D-9 Hunts Point Co-Op Mkt., Bronx, NY. 10474
Phone: (718) 589-7000 • Fax: (718) 589-7124

LEHIGH VALLEY LATINO

ENTERTAINMENT PLUS

Felicidades
a Nuestros Amigos en sus 40
Años de Trabajo Arduo
...y les deseamos muchos Éxitos!



Business Cards Banners
Brochures Websites
Menus Caricatures
Logos Vinyl Lettering
Flyers Corporate Identity

484-201-3338
AlaniGraphics.com



ISA PEREYRA
PRODUCTORA/EDITORA

LEHIGH VALLEY
Latino
MAGAZINE

Su Revista Latina y Guía Comercial
Cada 3 Meses en Pensilvania
Publicidad 610-653-0131
www.lvlmagazine.com

LVL
LEHIGH VALLEY LATINO
TELEVISION
Domingos
7 a 8 pm
Canal-50
Service Electric
lvtvshow.com

SERVICE ELECTRIC

WWW.LEHIGHVALLEYLATINO.COM | WWW.LVLMAGAZINE.COM | WWW.LVLTVSHOW.COM
610-653-0131 | INFO@LVL MAGAZINE.COM | 546 HAMILTON ST. ALLENTOWN, PA 18101



CONTINENTAL SEASONING, INC.

Manufacturing Chemists to the Food Processing Industries.

(201) 837-6111 • (800) 631-1564

Fax (201) 837-9248

1700 Palaside Ave., Teaneck, NJ. 076663

Congratulations and Best Wishes for your continued success.



Felicita a

Cibao Meat Products
*en la conmemoración de
su 40 Aniversario.*

Somos suplidores de Restaurantes,
Bodegas, Delis y Supermercados.
Proveemos quesos, jamones, salamis,
bacalao, huevos y todo tipo de
carnes y embutidos.

Hunts Point Co-OP Market F-4
Bronx, NY. 10474

Telf.: (718) 328-9550 • Fax: (718) 328-7377



Siegfried Vieluf

Un hombre emprendedor y maravilloso ser humano.

— POR JOSÉ ELIAS PEÑA



Este caballero de nacionalidad Alemana, vivió durante un largo tiempo en la República Dominicana, donde se destacó como un brillante conocedor de la elaboración de embutidos.

En el año 1968, emigró hacia los Estados Unidos, estableciéndose en la ciudad de Nueva York, donde no perdió tiempo e inmediatamente comenzó a poner en práctica sus ideas de instalar su propia fábrica de embutidos.

Don Filo, como le llamábamos cariñosamente, bautizó la planta originalmente con el nombre de Cima Meat Products y el primer producto elaborado se llamó Salchichón Campesino, el cual más tarde se le cambió el nombre por Salami Campesino.

A mi me tocó la suerte de haber sido el primer publicista que dió a conocer públicamente la existencia del Salchichón Campesino, que cuando lo probé exclamé: "WOW que bueno es el campesino; si no es Campesino quítelo de mi camino!"

No solo cabe el mérito a Don filo, por haber sido el fundador de esta empresa, sino por haber sido también el progenitor ejemplar de la familia Vieluf, que hoy por hoy representa dignamente sus mas anhelados sueños, que son el servicio excelente a la comunidad y el prestigio de Cibao Meat Products.

Meritoria de un especial reconocimiento también lo es la señora Ligia Cabrera de Vieluf, esposa de Don Filo y madre de sus 4 hijos, Harry, Heinz, Lutzi y Maria, porque a través de los siglos ha quedado demostrado y sobre entendido que detrás de cada hombre triunfador hay una mujer excepcional.

Quiero agradecer a la comunidad el favor que nos hace, al consumir los productos de Cibao Meat, que son de primerísima calidad.

Cuando la fábrica contaba solamente con el Salchichón Campesino, entonces fue que yo escribí el slogan--si no es campesino.....

Hoy 40 años después, cuando Cibao Meat



cuenta con una gran variedad de productos, este es mi nuevo slogan: "Durante 40 años, en la cima siempre está, la empresa Cibao Meat, produciendo calidad."

Siegfried Vieluf

An enterprising man and a wonderful human being.

— BY JOSÉ ELIAS PEÑA

This gentleman of German nationality, lived for a long time in the Dominican Republic, where he stood out as a brilliant expert in the preparation of sausages.

In 1968, he immigrated to the United States, settling in New York City, where without wasting time, he immediately began to implement his ideas to install his own sausage factory.

Don Filo, as he affectionately was called, originally named the plant Cima Meat Products, and the first product developed was called Salchichon Campesino, but later the name was changed to Salami Campesino.

I was fortunate to have been the first journalist

to publicly announce the existence of Salchichon Campesino, and when I tried it I exclaimed: "WOW this is excellent; if it isn't Campesino, take it out of my away!"

Not only does Don Filo have all the credit, as the founder of this company, but also for being the progenitor of the Vieluf family, who now represent his most cherished dreams with dignity, and they are to service the community and maintain of Cibao Meat Product's prestige.

Deserving of a special recognition is Mrs. Ligia Cabrera Vieluf, Don Filo's wife and mother of his 4 children, Harry, Heinz, Lutzi and Maria, because time to time again it has been demonstrated and understood that behind every

successful man is an exceptional woman.

I want to thank the community for consuming the products of Cibao Meat, which are elaborated with the highest quality.

When the company was only elaborating the Salchichon Campesino, I wrote the slogan: If it isn't Campesino, take it out of my way".

Today 40 years later, when Cibao Meat has a large variety of products, this is my new slogan: "For 40 years, always on top, Cibao Meat Products, is producing quality."

**Si no tiene
nuestro loguito,
no lo pongas en
el carrito**



Si observas podrás notar que ahora en los salamis aparece el logo de la compañía lo que facilita su identificación. Queremos que en lo adelante no se deje confundir y busque siempre el sello de autenticidad de los productos de Cibao Meat, y recuerde... Si no tiene nuestro loguito no lo ponga en el carrito!



"40 años de Tradición y Calidad"™

“Tradición De Calidad”: Tercera Generación.



– POR HEINZ S. VIELUF JR.

Crecer en una empresa familiar de tercera generación de negocios me ha brindado muchas oportunidades en la vida, así como ser testigo de muchos niveles de crecimiento y prosperidad que pueden ser alcanzados a través del arduo trabajo y determinación.

De pequeño me pasaba la mayor parte de mis vacaciones de verano donde mis abuelos en la República Dominicana. Mis abuelos me brindaban mucho cuidado y afecto y hasta parecía que yo era su propio hijo; ambos me amaban con todo su corazón.

Mi abuelo con frecuencia solía llevarme a una pequeña casa en donde él tenía un refrigerador, un molino de carne, y una máquina para rellenar salchichas. Fue allí donde aprendí sobre su pasión por el salami, y su alegría de crear algo con sus propias manos. El me dejaba utilizar la máquina bajo su supervisión y juntos hacíamos deliciosos embutidos. Yo siempre supe que mi abuelo era un austero e incansable trajador. No existían matices

para él. El siempre se sentía orgulloso de las cosas que yo era capaz de lograr y mi único pesar es el que no esté más con nosotros para que pueda observar el hombre en que me he convertido.

Las cosas que me esfuerzo por realizar en la vida las hago sabiendo que él me está mirando desde arriba con una sonrisa, inculcando en mí la determinación y atención necesaria para convertir a Cibao Meat Products en algo en lo que él pudo haber soñado. Lo extraño mas de lo que nadie se puede imaginar, y es dentro de mi corazón donde él siempre estará, empujándome y apoyándome toda mi vida.

Mi padre siempre me llevaba con él a la factoría temprano en las mañanas. Me sentía emocionado de en alguna forma poder ayudar, siendo en algunas ocasiones mas molestoso que útil.

De pequeño mi padre me hacía trabajar duro, sin tratarme diferente y a veces con más exigencias que a cualquier otro empleado. En algunos momentos corría hacia los brazos de mi tía Lutzi después de sentirme decepcionado por no haber obtenido el visto bueno de mi padre en el lugar de trabajo. Ella solía consolarme y decirme lo mucho que ella y mi familia me amaban y que si me esforzaba dando lo mejor de mí ellos nunca se decepcionarían de lo que yo hiciera. Esto forjó en mí la pasión de nunca rendirme ante

“Quiero dejar mi propia marca, fortalecer los cimientos para mis hijos y los hijos de sus hijos.”

nada o renunciar cuando las cosas parezcan ser difíciles. Esto me enseñó que con trabajo duro y perseverancia puedo lograr lo que me proponga sin importar la tarea que sea.

Mi padre solía trabajar largas jornadas durante la semana, haciendo todo lo necesario para hacer progresar la compañía. He visto a mi padre amontonar cajas, embutir los productos cuando un empleado faltaba por alguna razón. Mi padre realizaba todas estas labores llevando al mismo tiempo la responsabilidad de ser la cabeza de Cibao Meat Products. Con su arduo trabajo fue capaz de mantener vivo el sueño de mi abuelo y llevarlo hacia otro nivel de prosperidad.

Ahora es mi turno. Ese niño que una vez fui es ahora todo un hombre. Un hombre con un título universitario y una maestría en administración de empresas, un hombre con más logros educativos que aquellos anteriores a él. Mi padre y mi abuelo sacrificaron muchas cosas por la vida de sus hijos. He tenido una gran oportunidad de hacer cosas que no muchas personas de mi edad pueden lograr. La tarea de fomentar el desarrollo del negocio familiar es un riesgo para cualquier persona, es un reto del que no me retractaré. Al ser el mayor de los nietos siento que es mi responsabilidad el aceptar por completo este reto. Al tener los genes de mi abuelo, soy una persona que le gusta trabajar duro, estoy apasionadamente involucrado con las cosas que amo, y defraudar a las personas mas importantes en mi vida no es una opción. No me gusta fallar en las cosas que hago y para mí el ser conformista es también fallar. Quiero dejar mi propia marca, fortalecer los cimientos para mis hijos y los hijos de sus hijos. No defraudaré a mi abuelo ni a mi padre y seguiré hacia adelante con mi vida. Mi meta es ser mejor que mis mentores en todos los aspectos; y digo esto con el mayor respeto y amor que por los dos profesos. Por que soy un individuo extremadamente competitivo y determinado, el cual nunca ha intentado desmayar o rendirse ante los sueños de su abuelo.

“Tradición de calidad”: Third Generation.

– BY HEINZ S. VIELUF JR.

Growing up in a third generation family business has afforded me many opportunities in my life, as I was a witness to the many levels of growth and prosperity that can be achieved through hard work and determination.

As a young boy, I spent most of my summer vacation staying with my grandparents in the Dominican Republic. Both of my grandparents showed me so much care and affection it was as if I were their child; they both loved me with all their hearts. My grandfather would often take me to his little house where he had a refrigerator, grinder, and a machine used for filling sausages. It was here that I learned about his passion for salami, the joy of creating something by his own hands. He would let me work the machine under his supervision and together we made some great tasting salamis. I always knew my grandfather to be a hardworking, stern person. There was no grey area about him, he was always proud of the things I was able to accomplish and my only regret is not having him here for him to see how much of a man I have become. Whatever I strive to achieve in life I do so knowing that he is looking down on me with a smile, instilling in me the determination and focus needed in order to develop Cibao Meat Products into something he could only dream of. I miss him more than anybody knows and it is inside in my heart where he will always be, pushing me, supporting me for all my life.

My father would often take me in the early mornings with him to the factory. I was always excited to go and help out in any way I could, sometimes being more bothersome than

useful. My father would make me work hard when I was young, not treating me any differently and sometimes harder than the actual employees. I would even go running into my aunt Lutzi's arms after a feeling of disappointment of not meeting my father's acceptance in the work place. She would often console me and told me how much she and all of my family loved me and that as long as I kept at it I would not disappoint any of them. This forged a passion in me to never give up on anything I wanted or quit when things become difficult. It showed me that with hard work and mental toughness I could accomplish anything I put my mind to no matter the task. He would work long hours during the week, doing everything that was needed in order to develop the business. I've seen my father get right on that line and help stack boxes on pallets, I've seen him help fill sausages when an employee was out for any reason. He would do all of these tasks, while keeping his responsibility of being the face of Cibao Meat Products. He worked hard and for all his hard work he was able to keep my grandfather's dream alive and take it to another level of prosperity.

Now it is my turn, that young boy that once was is now becoming a man. A man with both an undergraduate business degree and a MBA, a man with more educational achievements than those before him. My grandfather and father both sacrificed

many things for the benefit of their children's lives. I have been given a great opportunity to do something that not many people my age have achieved. This task of further developing the family business is a great challenge for anyone to undertake, it is a challenge that I do not back down from. As the oldest grandchild I feel it is my responsibility to fully accept this challenge and take it head on. Good thing I have my grandfather's genes, I work hard, I'm very passionately involved in the things that I love, and letting the people in my life down is not an option for me. I hate failing in anything I do and being average in anything is failing. I want to leave my own mark, set the bar higher for my own children and their children. I will not disappoint my grandfather and father going forward with my life. My goal is to be better in every way than they were; I mean that with the upmost respect and love for both of them. It's just that I am an extremely competitive and determined individual, and not surpassing their accomplishments is a failure to me, so it's a good thing that I don't ever intend to stop trying or give up on my grandfathers dream.



Lutzi V Isidor y su sobrino Heinz S Vieluf Jr



H O V U S
congratulates



on 40 years of
exceptional and
masterful meat
processing and
celebrates in
recognition of their
plentiful contributions
to both the meat
industry and greater
community.



HOVUS is a leader in customer-oriented packaging solutions; specializing in the design, sale and service of casings and films.

OLD WORLD KNOWLEDGE
H O V U S
NEW AGE APPLICATION

TEL: 610-997-8800
FAX: 610-997-0485
WEB: www.hovus.com
eMAIL: sales@hovus.com
POST: 272 Brodhead Road • Suite 200
Bethlehem, PA • 18017



**CIBAO® MEAT
PRODUCTS**

www.cibaomeat.com

"40 años de Tradición y Calidad"™

Del Sueño a la realidad.

Reflexiones sobre el éxito dominicano en EU.

¿Soñar o ser realista?

Mucha es la gente que se debate entre estas dos posturas en la vida, pero, bien vistas, no son excluyentes ni antagónicas. Entendidos en su sentido mas real, el soñar y el ser realista son actitudes complementarias. Se alimentan la una a la otra.

No es posible lograr grandes metas sin haberlas soñado primero, sin haberlas colocado en la mirilla de los altos ideales y en el marco de las conquistas por hacer.

Toda gran conquista, en la práctica, estuvo precedida por muchas jornadas de ilusión, sueño y aspiraciones. Ya después vino el trabajo de cara a cara con la realidad. Vino el bajar el lomo, el laborar con la crueldad en blanco y negro de la vida, donde nada es como en las películas, por ejemplo.

Los dominicanos y dominicanas hemos aprendido a luchar y a conquistar grandes sueños de la mano del trabajo. Y lo hemos hecho partiendo de la nada, de esa condición inicial en la que la vida no entrega nada por herencia, ni premia de casualidad a quienes están llamados a llegar lejos, a protagonizar grandes jornadas, a escalar puestos, a triunfar en áreas profesionales muy competitivas.

Siempre nos tocó partir de cero, de las mas elementales condiciones para emprender una carrera con las estrellas de la ilusión en la frente y las manos y los pies marcados por la marcha forzada.

Somos muchos los ejemplos. Nosotros mismos, una vez, hace 35 años, soñamos con realizar un programa de televisión que fuera orgullo de los dominicanos.

No fue sencillo. Nadie creía en la idea. Poca gente se arrimó, en principio, para impulsar el proyecto. Con persistencia, hipotecando cuanto teníamos y mirando muy alto, Santo Domingo

Invita hoy es una realidad cotidiana cada domingo. Pero no somos los únicos. Por ello, me permito hacer una relación ahora de dominicanos y dominicanas que hemos soñado metas y que logramos las mejores experiencias sembrando de trabajo la realidad.

Veamos algunos dominicanos que han sido precedentes en sus campos de acción, contra todo vaticinio, contra todas las condiciones:

Grace Díaz. Llegó a Estados Unidos en busca de un mejor nivel de vida. Vino sola y arribó con 40 dólares. No tenía familia. Un amigo le acogió y a la semana estaba en su primer trabajo: bartender. Allí aprendió a mezclar ron con refrescos de cola. Hoy es la primera diputada dominicana en Rhode Island llegada al poder por voto popular.

Rolando Acosta. Nacido en Santiago y todavía con acento cibaeño, se trasladó a Estados Unidos donde estudió Leyes, a pesar de que sus maestros le aconsejaban que hiciera una carrera técnica. Optó por el Derecho en Columbia University. Llegó a cuidar niños y a ser portero de la universidad donde estudiaba. Hoy es el primer juez dominicano en la Suprema Corte de Justicia de New York.

Sully Bonelly. Diseñador proveniente de una familia anti-trujillista, que confió en que su arte podía trascender en Estados Unidos. Hoy es una figura prístina en el mundo de la pasarela.

José Contreras. Urólogo, que supo desde el principio que era capaz de dar mucho mas y hoy es una autoridad respetada internacionalmente en el campo de la medicina.

Manny Pérez. Con la actitud de actuar en el teatro y las cámaras, estudió y trabajó en lo que fue necesario hasta ser hoy uno de los actores y directores en ascenso en la difícil y competitiva carrera cinematográfica norteamericana.

Johnny Pacheco. Símbolo hoy de la música tropical, creador de las Estrellas de Fania. Para llegar a ser lo que ha sido, tuvo que bregar



- POR NEGRO SANTOS

mucho, convencer mucha gente, estudiar música hasta horas de la madrugada. Hoy es un ícono popular.

Eliezer Guzmán. Cardiólogo. Mientras estudiaba medicina en Santo Domingo, dormía sobre cartones en el suelo de un cuartucho facilitado por una señora caritativa. Hoy es un reconocido médico, propietario de las clínicas Centro Médico Dominicano.

Milly Quezada. Desarrollada su carrera en pequeñas fiestas en New York, hoy es la reina indiscutida del merengue.

Guillermo Linares. Un dominicano interesado por las condiciones de vida de sus conciudadanos en New York, optó por incidir en la vida municipal y política. Fue el primer dominicano elegido concejal en New York y hoy es un importante comisionado de la oficina del Alcaldía de Asuntos Migratorios.

Esta lista no termina aquí. No es limitativa. No son éstos los únicos "dominicanos brillantes". Son, por las limitaciones de espacio, una muestra de los que tienen un cierto perfil público, de entre decenas, centenares, miles de dominicanos que —sin titulares ni nombradía— han hecho realidad el "sueño americano".

Estos seres humanos son un ejemplo vivo de que el sueño y la realidad son asuntos complementarios, necesarios y posibles.

Se trata de tomar a estos ciudadanos destacados como una obligatoria fuente de inspiración para la presente generación. Dominicanos y dominicanas que han dejado un rastro de luminosas señales en ese camino que atemoriza, desafía e invita. Ése que nos lleva a transformar los sueños en realidad de cada día.

From A Dream to the Reality.

Reflecting on the Dominican success in the United States.

- BY NEGRO SANTOS

From A Dream to Reality.

Many people debate between these two positions in life, but when analyzed, they are not mutually exclusive or antagonistic. Understood in its truest sense, to dream and to be realistic are complementary attitudes. They feed each other.

It is not possible to achieve great goals without having dreamt them first, without having them placed in the glass of high ideals and in the context of the goals to achieve.

In practice, every great conquest was preceded by hope, dreams and aspirations. Later as reality set in, came the hard work, followed by the work that was handed to us where nothing is like in the movies, for example.

The Dominicans have learned to fight and conquer big dreams at the hands of hard work.

We have done it starting from nothing, of that first condition in which life does not give anything by inheritance, and does not reward by any chance those who are committed to go far, to carry out great days, to scaling positions, to be successful in highly competitive areas.

We always had to start from nothing, from the most elementary conditions in learning a craft with the illusion of stars in front of our eyes, our hands and feet marked by our forced march.

We are many examples.

Once, 35 years ago, we dreamed of making a television show that was of pride for the Dominicans.

It was not easy. Nobody believed in the idea. At the beginning, only few people were interested in promoting the project. With persistence, mortgaging whatever we had and looking high at the sky, Santo Domingo Invita is today a reality every Sunday.

But we are not alone. For this reason, I am able to proudly state that Dominicans have realized their goals and have achieved the best

experiences, cultivated from the seeds of their hard work.

Here are some Dominicans who have been unprecedented in their fields of actions, against all prediction and against all conditions:

Grace Diaz. She came to the United States searching for a better life. She arrived alone and with only 40 dollars. She had no family. A friend welcomed her and within a week she started her first job: as a bartender. There she learned to mix rum with cola drinks. Today she is the first Dominican deputy in Rhode Island who ascended to power by the popular vote.

Rolando Acosta. He was born in Santiago and still has a "cibaeño" accent. He moved to the United States where he studied law, despite the fact that his teachers advised him to choose a different career path. He opted for the Law School at Columbia University. His jobs included taking care of children and he also worked as a doorman at the university where he studied. Today he is the first Dominican judge in the Supreme Court of Justice of New York.

Sully Bonelly. Designer, from an anti-trujillista family, who confided that his work could transcend in the United States. Today he is a leading figure in the fashion world.

Jose Contreras. Urologist, who always knew that he was able to give so much more and today is an internationally respected authority in the field of medicine.

Manny Perez. With his attitude of acting in theater and camaras, he studied and worked in what was needed to become a rising actor and director within the difficult and competitive U.S. film industry.

Johnny Pacheco. He is a symbol of the tropical music, creator of the Fania All Stars. In order to be what he has become, he had to struggle a lot, he had to convince so many

people, and had to study music late into the night. Today he is a popular icon.

Eliezer Guzman. Cardiologist. While he was studying medicine in Santo Domingo, he used to sleep on cardboard boxes in a small room provided by a charitable lady. Today he is a recognized doctor, owner of the clinic Centro Medico Dominicano.

Milly Quezada. She developed her musical career at small parties in New York, and today she is the undisputed "queen" of merengue.

Guillermo Linares. He is a Dominican interested in the living conditions of his fellow citizens in New York, he decided to exert his influence in the municipal and political arena. He was the first elected Dominican councilman in New York and today is an important commissioner of the Mayor's office of Immigrant Affairs.

This list does not finish here, it is not limited. They are not the only "brilliant Dominicans". Because of the space limitations, they are a sample of those with a certain public profile, among the dozens, hundreds, and even thousands of Dominicans that have achieved the "American dream".

These human beings are just a living example that dreams and reality are complimentary issues, necessary and possible.

It is about taking these outstanding citizens as a mandatory source of inspiration for the present generation. They are Dominicans who have opened the path for others in such a way that frightens, challenges and invites. That brings us to transform our dreams into reality, every single day.

**¿Sueñas con proteger
lo que has construido?**



Asegura tus sueños.

Con más de 160 años de experiencia, New York Life te ofrece protección financiera a través de seguros de vida, que pueden ser usados para financiar tus acuerdos de compra-venta y beneficios ejecutivos, los cuales pueden ayudarte a proteger tu negocio y el patrimonio de tu familia.

Su Compañía de Hoy y de Siempre®



Jose A. Narvaez, LUTCF
New York Life Insurance Company
Licensed Agent
420 Lexington Avenue, 15th Floor - New York, NY 10170
O: 646-227-8753 F: 646-227-8756
jnarvaez@ft.newyorklife.com
www.josenarvaez.com

Registered Representative offering securities through NYLIFE Securities LLC, Member FINRA/SIPC, A Licensed Insurance Agency.

Llama hoy al **646-227-8753** para un
asesoramiento financiero personalizado
gratis, en tu idioma y sin compromiso.

Please Note: The offering documents (policies, contracts) for all New York Life and its subsidiaries products are available only in English. In the event of a dispute, the provisions in the policies and contracts will prevail.
Nota: Los documentos (pólizas, contratos) ofreciendo los productos de New York Life y sus empresas filiales están escritos en inglés. En caso de cualquier disputa, las provisiones de las pólizas y contratos prevalecerán.
SMRU 00346399CV (04/09)

CIBAO® MEAT PRODUCTS

"40 años de Tradición y Calidad"™

www.cibaomeat.com

SALAMÍ JALAPEÑO
Smoked Cooked
MADE OF PORK, BEEF, JALAPEÑO AND SMOKE FLAVORED ALCOHOL
INGREDIENTS: PORK, PORK HEARTS, BEEF, JALAPEÑO, SPICES AND SALT, SMOKE FLAVORED ALCOHOL,
WATER, VINEGAR, INDULCER, SALT, SPICES, HYDROLYZED SOY PROTEIN CONCENTRATE, SALT, SPICES, ONION POWDER,
NATURAL SMOKE FLAVOR, SODIUM PHOSPHATE, SODIUM DIACETATE, SODIUM NITRITE,
CONTAINS SOY AND SOYBEAN OIL.
Manufactured & Distributed by
CIBAO® MEAT PRODUCTS, INC.
New York, N.Y. 10455
www.cibaomeat.com

U.S.
INSPECTED AND INSPECTED BY
DEPARTMENT OF
AGRICULTURE
EST. 4376

KEEP REFRIGERATED
TO BE WEIGHED AT TIME OF SALE

40 Años de Histórica Jornada Productiva Generacional con las Comunidades.

- POR DISRAELI GUILLÉN

Respondiéndole a los conceptos de producción establecidos en un proceso histórico generacional de 40 años, los ejecutivos de Cibao Meat Products, han creado una sólida y especializada estructura laboral, que les permite trabajar, inspirados en satisfacer las inquietudes alimenticias de las comunidades, especialmente de Latinoamérica y del área del Caribe, al tiempo, que les responden a la multiétnica población de los Estados Unidos, que se han establecido en varios estados de la unión americana.

En el 1969, el empresario Siegfried Vieluf (Don Filo), emprendió las jornadas de trabajo que culminarían con el nacimiento y desarrollo de Cibao Meat Products, en la ciudad de New York. Venía de fabricar salami en la localidad de Tamboril, en la hidalga ciudad de Santiago de Los Caballeros en la República Dominicana. La empresa llega a sus 40 años, ostentando con orgullo una estructura de producción, que ha cultivado una sólida reputación industrial en toda la nación norteamericana.

Durante estos 40 años, se ha producido una revolución de calidad en los productos de Cibao Meat Products, lo que los han convertido en imprescindibles en la mesa de las familias, lo que motiva a los ejecutivos de la empresa a responderle a sus exigencias. Un equipo de técnicos especializados en el manejo de la carne, respaldados por obreros profesionalmente adiestrados, acompañados de la seriedad empresarial y equipos de alta tecnología, se conjugan para ofrecerles una inmensa variedad de productos con alta calidad y agradable sabor, integrados en su procesamiento a los estándares alimenticios más avanzados.

Los productos de Cibao Meat, han sido concebidos para satisfacer el gusto de los consumidores entre ellos figuran el Salami Campesino, Jamonada Don Pedro, Salami Sosua, Salami Checo, Salami Induveca, Salami Salapeño, Salami del Pueblo, Salami Villa Mella, Longaniza Cibao, Salami Pavolami, Don Filo Salami y Salchichas de estilo casero. Todos estos productos pueden ser encontrados en las principales cadenas de supermercados, entre las que figuran Shop-

Rite, Stop & Shop, PathMark, Jetro, Western Beef, Bogopa, Food Basics, así como en los gigantes almacenes BJ's Wholesale, entre otros.

Los productos cárnicos Ver-Mex, prestigiosas marcas de productos mexicanos como: Longaniza, Chorizo, Carne Enchilada y Carne Cecina, también forman parte del roster de productos elaborados por Cibao Meat Products.

Acordes con el crecimiento poblacional de las comunidad hispana, su presencia en los centros de estudios, desarrollo económico y ejercicio profesional, en los estudios de los jóvenes, actividades comerciales y empresariales, el impactante ritmo que se refleja en todas las esferas productivas, el concepto empresarial de Cibao Meat Products, para orgullo de sus ejecutivos, ha conquistado un Standard privilegiado en la elaboración de productos derivados de la carne, satisfaciendo el paladar de esas comunidades.

Cuando preguntamos su opinión acerca de la empresa a uno de los ejecutivos de Cibao Meat, el señor Julio Gaspar

Isidor, manager General, nos dijo lo siguiente: "El impacto generado por nuestra presencia, nos ha convertido en parte integral de la columna vertebral de la economía de Nueva York y de otros estados. Rol que debemos ir fortaleciendo, como una respuesta al reconocimiento que se nos ha otorgado, lo que contribuye a fortalecer, de nuestra parte, los conceptos de trabajo y de desarrollo empresarial de Cibao Meat Products, caminaremos siempre de manos con nuestra comunidad."

Los ejecutivos de Cibao Meat Products, obedecen a los atributos de trabajo cultivados en los conceptos de elaboración de productos derivados de la carne. Productos que por su calidad, ostentan un lugar privilegiado entre los consumidores y el mercado de los Estados Unidos.

En síntesis, con dedicación y esfuerzos, han ido creando una estructura empresarial y de servicios, fundada por Don Siegfried Vieluf, hecho histórico que llega a sus 40 años, logros que consagran eternamente su memoria.



40 Years of Historical Generational Productive Journey with the Communities.

– BY DISRAELI GUILLÉN

Responding to the concepts of production set in a historical generational process of 40 years, the executives of Cibao Meat Products have created a solid structure and specialized labor. This allows them to operate, based on meeting the nutritional concerns of the communities, especially the Latin American and the Caribbean communities, allowing them to respond the multiethnic population, which have been established in several states.

In 1969, Mr. Siegfried Vieluf (Don Filo), set out to work days that culminated with the birth and development of Cibao Meat Products in New York City. He came from manufacturing salami in the town of Tamboril in the noble city of Santiago de Los Caballeros in the Dominican Republic. The company reached its 40 anniversary, proudly showing a structure of production, which has cultivated a strong industrial reputation throughout the North American nation.

During these 40 years, there has been a quality revolution in Cibao Meat products. This has become indispensable in the table of families, and this also serves to motivate the company executives to respond to their demands. A team comprised of technical specialists in the handling of meat, supported by professionally trained

workers, along with high technology equipment, combine to offer a varied amount of products with high quality and pleasant tastes; integrated in its food processing to more advanced standards.

Cibao Meat's products have been designed to satisfy the tastes of consumers. These include the Salami Campesino, Jamoneta Don Pedro, Salami Sosua, Salami Checo, Salami Induveca, Salami Salapeño, Salami Del Pueblo, Salami Villa Mella, Longaniza Cibao, Pavolami, Salami Don Filo and home-style Sausages, produced by a family business. All these products can be found at the principle supermarket chains, including Shop-Rite, Stop & Shop, Pathmark, Jetro, Western Beef, Bogopa, Food Basics, as well as the giant stores BJ's Wholesale, among others.

The Mexican products Ver-Mex, includes prestigious brands such as: Longaniza, Chorizo, Carne Enchilada and Carne Cecina, also part of the roster of products made by Cibao Meat Products and the Salami Salapeño, the only of its kind.



Along with the population growth of the Hispanic community, their presence in schools, the economic development and professional practice in studies of young people, commercial and business activities, the business concept of Cibao Meat Products has won a privileged Standard in the development of meat products, satisfying the palate of those communities.

When we asked one of Cibao Meat's executives, Mr. Julio Gaspar Isidor (General Manager), what is his opinion about the company, he said: "The impact caused by our presence has become an integral part of the economy of New York and other states. Our role must be strengthened, as a response to the recognition given to us, which helps to strengthen the concepts of work and business development of Cibao Meat Products, and we will always walk together with the community."

The executives of Cibao Meat Products obey to the attributes of work-grown concepts in the manufacturing of meat products. Because of their quality standards, these products have a privileged position among consumers and the market in the United States.

In summary, dedication and effort have created a corporate and service structure, founded by Don Siegfried Vieluf, historical fact that comes to its 40th years of existence, achievements that consecrate his memory forever.



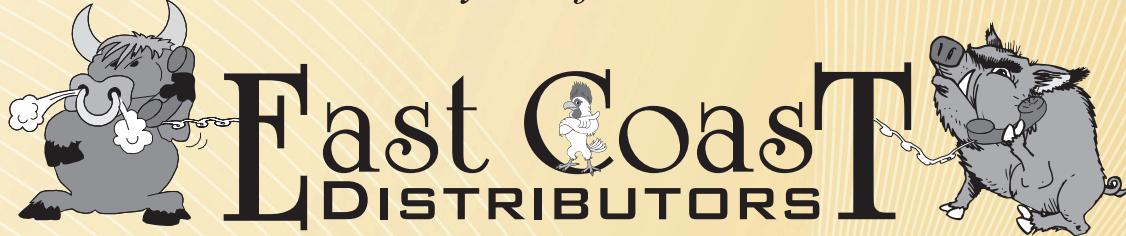
CONGRATULATIONS

Cibao Meat Products

on their
40TH Anniversary



From your friends at



Distributors and Traders

**Suppliers to the Food Industry of
Fresh and Frozen Beef,
Pork and Poultry Products
both Domestic and Imported**

*Contact: Geoff Tapper, Frank DeAngelis,
Calvin Brown, Tom Gabage or Ron Cournoyer
1-800-486-4040 or 401-780-8800 • Fax (401) 780-8801*

1705 Broad Street • Cranston, Rhode Island 02905



**CIBAO® MEAT
PRODUCTS**

www.cibaomeat.com

"40 años de Tradición y Calidad"™

Cíbalo Meat, el azar y el premio “Fray Antón de Montesinos” de la Asociación de Egresados de la UASD en Nueva York.

La Asociación de Egresados de la UASD, Inc. cuyo lema es “Unidos para Promover el Desarrollo Profesional” fue creada con el firme propósito, entre otros, de crear un espacio en que los profesionales universitarios hispanos, inmigrantes de recién ingreso a la zona metropolitana de Nueva York, encontraran apoyo para insertarse lo más pronto posible en el mercado laboral utilizando los conocimientos y destrezas adquiridas en sus respectivas profesiones.

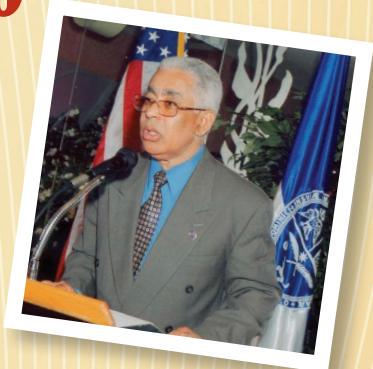
A principio del 2001, la AEUASD logró ubicarse en un humilde local donde desde entonces ha manejado sus asuntos administrativos. Ese mismo año llevó a cabo, en octubre, su primer banquete para celebrar el aniversario de la fundación de la Universidad Primada de América y el nacimiento de nuestra organización en la ciudad de Nueva York. En ese primer banquete se hizo el anuncio de que a partir del segundo banquete, iniciaríamos el otorgamiento del Premio “Fray Antón de Montesinos” a un o una profesional universitario de origen dominicano y residente en los Estados Unidos que desempeñando su profesión haya puesto en alto el buen nombre de la República Dominicana.

La idea fue bien recibida y los directivos de la AEUASD dijimos que el premio consistiría en una estatuilla del fraile, similar de la que está al comienzo del Malecón en la ciudad de Santo Domingo, y un aporte de \$ 5,000.00. La estatuilla fue ordenada en Santo Domingo, pero

los cinco mil dólares teníamos que conseguirlos aquí en Nueva York. Realmente estábamos preocupados de que no pudieramos cumplir la promesa que habíamos hecho en nuestro primer banquete. Con varios años residendo en la ciudad de Nueva York, ya conocíamos la agresividad publicitaria de Cíbalo Meat Products. Inmediatamente relacionamos el nombre comercial con Joseito Mateo vistiendo sombrero de campesino, cantando un pimentoso merengue y al final diciendo “Si no es Campesino, quítenselo de mi camino”.

Nuestro interés se centró en conversar privadamente con el Arquitecto Julio Gaspar Isidor manager general de la empresa para ponerlo en conocimiento de nuestro proyecto para otorgar el premio “Fray Antón de Montesinos” y ver si Cíbalo Meat Products se interesaba en co-patrocinarlo. Le explicamos nuestro proyecto y sin pensarlo mucho el Arquitecto nos dijo, “Envíanos una propuesta formal, que la voy a someter al Consejo de Dirección. De antemano te digo que, por lo que me has dicho, cuenta con mi respaldo.” Enviamos la propuesta, y a los pocos días recibimos una llamada del Arquitecto confirmándonos que CIBAO MEAT PRODUCTS, INC. iba a co-patrocinar el Premio “Fray Antón de Montesinos” otorgando los \$5000.00 correspondientes.

Fue así como en octubre de 2002, el Presidente de la Asociación de Egresados de la UASD y el Representante de Cíbalo Meat Products hicieron la primera entrega del premio a la afamada escritora de origen dominicano y residente en los Estados Unidos, señora Julia Alvarez.



- POR JUAN JULIO BLANCHARD

Fue un hito para la historia de los dominicanos residentes en los Estados Unidos. Una institución de profesionales universitarios, hijos de la Universidad Primada de América, junto a una exitosa empresa de dominicanos radicados en los Estados Unidos, iniciaba un proceso que cada año habría de reconocer la excelencia académica y profesional de uno de los nuestros residente en este gran país.

Ya hemos hecho siete entregas con las que hemos reconocido a prestigiosos profesionales dominicanos y dominicanas que están poniendo en muy alto el nombre de la República Dominicana. Para lograr ese preciado objetivo de engrandecimiento patrio allende la Patria, Cíbalo Meat Products, Inc. ha sido un importantísimo punto de apoyo. Por eso queremos, en la fausta ocasión de su cuadragésimo aniversario dejar constancia de nuestro profundo agradecimiento, y en plegaria al Altísimo, desear que Cíbalo Meat Products siga cosechando éxitos como un modelo de empresa que invierte para impulsar el bienestar de su comunidad.

Si el fructífero encuentro al azar entre la Asociación de Egresados de la UASD y Cíbalo Meat Products se produjo a través del Arquitecto Julio Gaspar Isidor, nos llena de satisfacción reconocer que el fortalecimiento de dicha relación se ha logrado gracias al apoyo irrestricto y al entusiasmo de Lutzi Vieluf Isidor, que siempre engalana nuestro Gran Banquete con su gracia y hermosura.

¡FELICIDADES CÍBALO MEAT PRODUCTS
¡AD MULTOS ANNOS!

Cibao Meat, the fate and the prize “Fray Anton De Montesinos” From The Alumni Association of The UASD in New York.

- BY JUAN JULIO BLANCHARD

The Alumni Association of the Autonomous University of Santo Domingo, Inc. which slogan is “United to Promote Professional Development” it was created with the purpose, among others, to create a space in which Hispanics academics, recent immigrants entering the metropolitan area of New York, would find support as soon as possible in the labor market using the knowledge and skills acquired in their respective professions.

Since early 2001, the AEUASD found a humble location where it has managed its administrative affairs. In October of the same year, we had our first banquet to celebrate the anniversary of the foundation of the America's First University and the creation of our organization in New York City. In this first banquet we announcement that as of the second banquet we would give the Award “Fray Anton de Montesinos” to an academic professional born in the Dominican Republic and resident of the United States who had worked in their field highlighting

the good name of the Dominican Republic.

The idea was well received and the directors of the AEUASD said that the prize would be a statue of the Fray, which is similar to the one that is located at the beginning of the Malecon in Santo Domingo, and also a contribution of \$ 5000.00. The statue was ordered in Santo Domingo, but we had to get the five thousand dollars here in New York. Actually we were worried that we could not fulfill the promise we had made in our first banquet.

With several years living in New York City we knew about the aggressive publicity of Cibao Meat Products. Immediately we connected the company name with Joseito Mateo wearing a country hat, singing a merengue and saying “If is not Campesino, take it out of my way”. We were very interested in talk with the General Manager Architect Julio Gaspar Isidor to let him know about our project to give the prize “Fray Anton De Montesinos” and see if Cibao Meat Products would be interested in becoming a co-sponsors.

We approached the Architect, and explained to him our project; without thinking too much he said: “Send me a formal

proposal and I will submit it to the Board in our next meeting. I can tell you right now, from what you've told me, that you can count with my support”. We sent the proposal, and in few days we received a phone call from the Architect confirming that CIBAO MEAT PRODUCTS, INC. would co-sponsor the Prize “Fray Anton de Montesinos” providing \$ 5000.00

Thus, in October of 2002, the President of the Alumni Association of the UASD and the Representative of Cibao Meat Products made the first award to the famous Dominican, Mrs. Julia Alvarez. It was a milestone in the history of the Dominicans living in the United States. An institution of university-educated professionals, the sons of America's First University, with a successful company of Dominicans living in the United States, began a process that each year would have to recognize the academic and professional excellence of one of our residents in this great country.

We have already made seven award ceremonies where we've recognized prestigious Dominican professionals, Dominicans who are placing the name of the Dominican Republic very high. To achieve this goal of recognition of our homeland, Cibao Meat Products, Inc. has been an important support. That is why, in the occasion of the celebration of their 40th Anniversary, we want to show our deep appreciation and pray to the Almighty, wishing Cibao Meat Products all the success as a business model that invests to promote the welfare of their community.

The random reunion between the Alumni Association of the UASD and Cibao Meat Products occurred through the Architect Julio Gaspar Isidor, we are pleased to recognize that the strengthening of that relationship has been achieved thanks to the unqualified support and enthusiasm of Lutzi Vieluf Isidor, always adorns our Grand Banquet with her grace and beauty.

CONGRATULATIONS CIBAO MEAT PRODUCTS!
AD MULTOS ANNOS!



La escritora
Julia Alavarez
primera
galardonada
con el premio
Fray Anton de
Montesinos



The NSA Board of Directors
And Its Members Congratulate
Cibao Meat
On Their **40th Anniversary!**

National Supermarket Association
30-50 Whitestone Expressway, Suite 301, Flushing, NY 11354
Tel: (718) 747-2860 Fax: (718) 747-2859



**CIBAO® MEAT
PRODUCTS**

www.cibaomeat.com

"40 años de Tradición y Calidad"™

La Ley de Causa y Efecto.

Acaba con las excusas y crea resultados.

- POR EDWARD A. RODRIGUEZ

De todas las leyes del universo, una de la que más ha impactado mi vida es la Ley de Causa y Efecto. Esta nos dice que por cada efecto, hay una causa. Que por cada acción, debe haber una reacción, en otras palabras, que por cada circunstancia que exista en tu vida, debe haber habido una causa que la creara.

Mi pregunta para ti es: ¿De qué lado de la ley de la Causa y Efecto estas tú? ¿Eres conscientemente la causa de tus circunstancias o sencillamente vives como víctima siendo el efecto de las causas de otras personas?

Muchos viven del lado del "Efecto" de esta ley. Tienen muchas excusas en vez de resultados en sus vidas. Ellas te dan todas las justificaciones habidas y por haber del por qué no han alcanzado el éxito. Viven culpando, justificándose y quejándose. Estas personas te dicen que ya hubieran triunfado, si no hubiera sido por esto o por aquello. ¿Conoces a alguien así?

Como tu sabes, es más fácil culpar a la pareja, al gobierno, a la situación económica, a los profesores y hasta a nuestros propios padres por los problemas que vivimos. Es más fácil apuntar a algo fuera de nosotros mismos para justificar la forma en que vivimos.

Lamentablemente no nos damos cuenta que en cada una de las malas circunstancias que nos rodean hay un común denominador, alguien que siempre está presente, y quien en muchos de los casos es el famoso "cuerpo del delito": ¡nosotros mismos!

Si tú no tomas control de tu vida AHORA, de aceptar el vivir del lado de la causa, en vez del efecto, entonces alguien estará controlando tu experiencia de vida en esta tierra....¡la única que tienes!

Mi vida comenzó a cambiar el día que empecé a compartir la creencia de que yo soy el causante de todas mis circunstancias. Yo sé que tú puedes darme muchos ejemplos en tu vida donde esto no haya sido cierto, y debo confesarte que a lo mejor yo también pueda

encontrar esos ejemplos en la mía, sin embargo el yo ELEGIR creer que AHORA soy el causante de mis circunstancias me ha dado mucho mejor resultado que pensar que hay algo o alguien conspirando contra mí todo el tiempo.

Es que nuestras creencias son filtros de lo que puede ser posible en nuestras vidas. Por ejemplo, si tú tienes la creencia de que eres una persona tímida, habrán acciones que no tomarás como resultado de esa creencia y por tal motivo habrán ciertas experiencias de las que participaras de forma limitada, ya sea cuando vayas a una reunión, una cita de empleos o a una fiesta. De la misma forma, si tú crees ser responsable de tus circunstancias, tú asumirás la postura de que eres el creador de tu destino y tomarás acciones que harán de tus sueños, una realidad.

Cuando nacimos, no tuvimos la oportunidad de elegir nuestros padres, nuestras familias, el país donde nacimos o si éramos ricos o pobres. Si bien es cierto que todo esto ha influenciado cómo somos, las decisiones que estés tomando HOY son las que perpetuarán tu condición actual. La Ley de la Causa y Efecto siempre está operando. Lo importante es darte cuenta si los efectos que estás viviendo (tus resultados) son el producto de una causa proactiva: el resultado de tomar acción constante hacia un objetivo importante para ti.

¿Quieres ser el dueño de tu destino o la víctima de tus circunstancias?
Acepta 100% la responsabilidad de tu de tu vida AHORA!!!.

Habrá muchas cosas de las que no tienes control, pero lo importante es enfocarte en aquellas áreas de las que tú sí lo tienes...es precisamente aquí donde demuestras tu poder y tu grandeza. Quizás no serás responsable de TODO lo que te pase, pero sí de cómo reacciones a TODO lo que te pase.

Imaginate cómo cambiará cada área de tu vida al aceptar vivir del lado de la causa, en vez del efecto. Si decides estar en el lado de tus propias causas en vez del efecto de las causas de los demás, de tener resultados, en vez de excusas... el estar en control de tus finanzas, tu relación de pareja, tu salud, tu negocio o tu carrera. Yo te puedo dar ejemplos de cientos de personas quienes en mis seminarios han hecho



un compromiso irrompible de hacerse 100% responsable de sus circunstancias. Hoy gozan de una mejor relación amorosa, han dejado adicciones que le paralizaban, han subido sus ventas, están triunfando en sus negocios y son más felices. Cuando les llegan ciertos desafíos, aquellos que muchos llaman "fracasos", los toman como una enseñanza, como una lección que les ayudarán más adelante en su aventura en esta vida.

En sus testimonios, a estas personas es común oírles decir que el universo empezó a conspirar a su favor cuando ellos aceptaron hacerse 100% responsables de sus vidas. ¿Te ha pasado a ti?

Esto evidencia las palabras de W. H Murray cuando dijo:
Hasta que uno no se compromete (con un ideal o meta), existe ambivalencia, la oportunidad para darse por vencido y de ser ineficiente. En lo que se refiere a todos los actos de iniciativa y creación, hay una verdad elemental que si la ignoramos, mataremos innumerables ideas y maravillosos planes. Es esta: que el momento que definitivamente nos comprometemos y nos hacemos responsables por nosotros mismos, la providencia se compromete también. Toda una serie de eventos empiezan a nacer como resultado de esa decisión, creando a nuestro favor todo tipo de incidentes imprevistos y asistencia material, que nunca hubiéramos soñado que vendría en nuestro camino".

¿Quieres mejores resultados en tu vida? Echa a un lado las excusas y asume 100% la responsabilidad de tu experiencia de vida. Crea un plan, toma acción diaria hacia ese plan y muy pronto estarás disfrutando los resultados. ¡El universo está a tu favor!

Sobre el Autor:

Edward A. Rodriguez

Es mejor conocido como "Mr. Inpower". Es un Conferencista Transformacional, Autor y Coach. Es creador de las Técnicas de Neuro-In-Poderamiento™ que te ayudan a crear cambios acelerados y permanentes de conducta para propulsarte al éxito de forma rápida.

Es editor del eBoletín In-Poderate! publicado dos veces al mes con ideas y estrategias para ayudarte a crear resultados extraordinarios en tu vida. Recibe tu suscripción GRATIS aquí: <http://www.edwardrodriguez.com>

The Law of Cause and Effect.

Stop the excuses and start creating results.

- BY EDWARD A. RODRIGUEZ

Out of all the laws of the universe, the one that has impacted my life the most is the Law of Cause and Effect. This law tells us that for every effect, there is a cause. That for every action, there must be a reaction, in other words, for every circumstance in your life, there must have been a cause that created it.

My question to you is: What side of the law of Cause and Effect are you in? Are you consciously the cause of your circumstances or you as a victim, living the effect of the desires of other people?

After working with thousands of people in my seminars and coaching clients, I have experienced firsthand how many people live on the "Effect" side of this law. They have many excuses instead of results in their lives. They give you countless justifications for not having achieved the success they want...and then blame everybody else. Do you know anybody like that?

As we all know, it's easier to blame the spouse, the government, the economic situation, our past teachers and even our own parents for the problems that we are facing. It's easier to point to something outside of us to justify the way we live.

Unfortunately we do not realize that in each one of the bad circumstances that surround us there is one common denominator, someone who is always present, and who in many cases is the famous "corpus delicti": ourselves!

If you are not taking control of your life now, and accept to live in the side of the "cause", instead of the "effect", then someone else is controlling your life experience on this earth...the only life that you have!

My life began to change the day I started to accept the belief that I am the cause of all my circumstances. I know that you can give many examples in your life where this is not true, and I have to confess that I also can find such examples in my own life, however I choose to believe that I am now the cause of my circumstances and this is much better

for me than to think that someone or something is conspiring against me all the time.

Our beliefs are filters of what can be possible in our lives. For example, if you have the belief that you are a shy person, there will be some actions that you won't take as a result of this belief and therefore, what you gain out of certain interactions with others will be severely limited, like when you go to a reunion, a job interview or a party. In the same way, if you think that you are responsible for your own circumstances, you will take the position that you are the creator of your destiny and you will take actions that will make your dreams a reality. You may choose to go to a communication seminar or read a book that will help you become more extroverted.

It all starts with your belief you are at the "cause" side of your own circumstances.

When we were born, we did not have the opportunity to choose our parents, our families, our country of birth or if we were rich or poor. All this has influenced how we are, the decisions we are taking today are those that are perpetuating our current conditions. The Law of Cause and Effect is always operating. The important thing is realizing if the effects that you are experiencing (your results) are the product of a proactive cause: the result of taking action towards a goal important to you.

Do you want to be the master of your own destiny or the victim of your circumstances?

Accept 100% responsibility for your life NOW!. There will be many things we do not have control, but the important thing is to focus on those areas that we can control...it is precisely here where we show our power and greatness. Maybe we will not be responsible for everything we experience, but we are responsible of the way we react in any situation.

Imagine how it will change every area of your life to live in the cause's side, instead of the effect's side. If you decide to be on the side of your own causes instead of the effect of others, to have results, instead of excuses...to be in control of your

finances, your relationships, your health, your business or your career.

I can give you examples of hundreds of people in my seminars who have made an unbreakable commitment to become 100% responsible for their circumstances. Today they enjoy better relationships, have left their addictions, they have increased their sales, they are succeeding in their businesses and are living a happier life. When they reach certain challenges, which many call "failures", they take those challenges as a lesson that will help them later in their life adventure.

In their testimonies, these people say that the universe began to conspire in their favor when they agreed to take 100% responsibility for their lives. Has that happened to you?

This is best illustrated by the words of W. H Murray when he said: "The moment one definitely commits oneself, then providence moves too. All sorts of things occur to help one that would not otherwise have occurred. A whole stream of events issues from that decision, raising in one's favor.

All manner of unforeseen incidents and meetings and material assistance which no man would have dreamed would come his way."

Do you want better results in your life? Let go of the excuses and take 100% responsibility for your life experience. Create a plan, take daily action towards that plan and you will soon be enjoying the results. The universe is on your favor!

About the Author: Edward A. Rodriguez. He is better known as "Mr. Inpower". He is a Transformationl Trainer, Author and Coach. He is the creator of the Neuro-In-Powerment™ Techniques that help you to create rapid and sustainable changes in your life in order to achieve the success you want.

He is the writer and editor of In-Poderate! Boletin (Spanish) published twice a month with ideas and strategies to help you to create extraordinary results in your life. For a free subscription visit: www.EdwardRodriguez.com



CIMA IMPORTS & EXPORTS, LTD

431 West 203 Street, New York. NY 10034

Tel. (212) 567-1100 Fax. (212) 567-8088



**Orgullosos de nuestras costumbres y tradiciones.
Lideres en el mercado de productos Dominicanos
de excelente calidad.**

**Estamos complacidos de celebrar junto a uno de
nuestros principales suplidores.**

**Cibao Meat en sus 40 años, quienes han estado con
nosotros desde nuestros inicios.**

FELICIDADES

Congratulations
Cibao Meat Products Inc.
on your
40th Anniversary

CHISHOLM

INTERNATIONAL FOOD MERCHANTS SINCE 1938

Miles Villanueva
(416) 967-8255 • www.rachisholm.com



www.cibaomeat.com

"40 años de Tradición y Calidad"





Broadway
PHARMACY

*Congratulations
on your 40 years of success!*

From Perez Family & Broadway Pharmacy

Cosmetics • Gifts • Perfumes • Full Line of Surgical Supplies

3621 Broadway, New York, NY. 10031

Phone: (212) 926-9800

Congratulations
Cibao Meat Products, Inc.
on your
40th Anniversary!



from

Certified Laboratories, Inc.
1-800-CERT LAB www.800certlab.com

*Congratulations
on 40 Wonderful Years!
May You Grow and Prosper
into the 21st Century...*


CIBAO MEAT PRODUCTS
"40 años de Tradición y Calidad"
Your Friends at
Meyer
Meyer Laboratory, Inc.

2401 West Jefferson
Blue Springs, Missouri 64015-7298
Tel. 816-228-4433
Fax. 518-966-4365

English Español

About us Contact us Distribution Private Labels Specs Nutrition Facts

CIBAO MEAT PRODUCTS
INDISCUTIBLEMENTE, UN CLÁSICO.
40 años de Tradición y Calidad™

Home Products Recipes Gallery Commercials Shop

Our Brands

CAMPESINO
COCED SALAMI Especial

Choco
Induveca

Introducing our Product line **NEW DON FILIO**

Si no tiene nuestro logotipo, no lo pongas en el envase

Welcome to CibaoMeat.com! Try our delicious variety of salamis and longanizas latin style. Give our recipes a try and create your own ideas. Learn why meat lovers all across america choose Cibao Meat products. The great quality of our products is certainly going to satisfy everyone.

Send us your recipe Bored of the same old recipes? Let us know!

Send us your favorite recipe!

Visite nuestra página web para ver las últimas recetas e información sobre nuevos productos.
www.cibaomeat.com
Please check out our website for the latest recipes and new product information.

TC
TELEMUNDO
WNEU BOSTON

"La familia de Telemundo Nueva Inglaterra felicita a **Cibao Meat Products** en su cuadragésimo aniversario y les desea muchos éxitos en todo lo que emprendan en un futuro cerca y lejano"

Para anunciarse en la Telecam de Telemundo llame al:
(617) 424-4606

¡Tu negocio es nuestro protagonista!



Marcas de Etiquetas Privadas.

- POR EDGAR SOTO



Las Marcas de Etiquetas Privadas, también conocidas como marcas de tiendas, han tenido la reputación de ser marcas de menor precio, y de menor calidad que el producto sustituto de las marcas nacionales. Sin embargo, en los últimos años, las marcas de etiquetas privadas han mejorado su percepción para ser tan buenas como las marcas de productos reconocidos. Una encuesta reciente realizada por Nielsen Company establece que el 63% de los encuestados consideran que la calidad de las marcas de etiquetas privadas es tan buena como la de las marcas de nombres reconocidas, y un 33% de los encuestados dijeron considerar algunas marcas de las tiendas de mayor calidad.

“ los productos de etiquetas privadas se han incrementado en \$5.4 billones en el 2008 vs. el 2007, llegando a un record de ventas de \$74 billones en el año 2008. ”

Muchos de los detallistas han hecho un esfuerzo consciente para mejorar la calidad de los productos de sus etiquetas privadas. Otros han ido tan lejos como para rediseñar las etiquetas de sus productos para que tengan un aspecto menos genérico. Incluso, algunos detallistas han desarrollado marcas con nombres diferentes a los de sus propias tiendas. Por ejemplo, Berkley & Jensen es BJ's Club Brand, y la cadena de A&P Supermercados tiene tres ramas con nombres diferentes: America's Choice, Master Choice y Health Pride.

Mediante el desarrollo de productos con calidad,

los detallistas pueden construir una base de clientes leales, lo cual ha sido siempre el éxito de los productos de marcas nacionales. Desde que las marcas nacionales son vendidas en todos los lugares, los detallistas pueden aprovechar este reconocimiento para ofrecer a sus clientes productos de similar calidad a un precio mucho menor. Esto construirá lealtad entre sus clientes y como consecuencia, estos mismos clientes volverán a visitar las mismas tiendas.

De acuerdo a la Asociación de Fabricantes de Etiquetas Privadas, las marcas de las tiendas representan uno de cada cinco artículos vendidos en los supermercados de los Estados Unidos, cadenas de farmacias y comercialización en masa. Las ventas de los productos de etiquetas privadas se han incrementado en \$5.4 billones en el 2008 vs. el 2007, llegando a un record de ventas de \$74 billones en el año 2008. Con esta difícil economía, muchos consumidores están buscando alternativas para ahorrar dinero y comprar las marcas de las tiendas. Esto se está convirtiendo en una manera muy aceptable de extender el presupuesto alimenticio de cada familia. Anteriormente cuando estos productos

eran adquiridos por el consumidor, este era considerado ser una persona baratilla. Esta tendencia continuará hasta incrementar las ventas de las marcas de etiquetas privadas.

En Cibao Meat Products entendemos esta tendencia y es por ello que estamos orgullosos, de junto con algunos de nuestros clientes, producir ciertas Etiquetas Privadas. El reconocimiento final de la excelencia es cuando los clientes confían el nombre de sus productos a nuestra capacidad de fabricación. Es sumamente gratificante el que las personas depositen en nosotros toda la confianza para manufacturar sus productos de etiquetas privadas. Sabemos que ellos han creído ciegamente en nosotros para elaborar productos de alta calidad y a la vez productos que representan alternativas económicas en el mercado, compitiendo con otras marcas nacionales. Aquí albergamos su confianza, aceptamos el reto, y les agradecemos el que hagan negocios con nosotros.



Private Label Brands.

- BY EDGAR SOTO

Private label brands, also known as store brands, have had the reputation of being lower priced, lower quality product substitute to national brands. However, in recent years, private label brands have improved their perceptions to be just as good as name brand products. A recent survey by The Nielsen Company states that 63% of the respondents find private label brand quality to be as good as the name brands, with 33% saying they consider some store brands actually to be of higher quality.

Many retailers have made a conscious effort to improve the quality of their private label products. Many have gone so far as to redesign their product labels to make it less generic looking. Also, some retailers have even developed brand names different from their retail names. For example, Berkley & Jensen is BJ's

Club Brand, and A&P Supermarket chain has three separate brand names: America's Choice, Master Choice, and Health Pride.

By developing their own quality brand of products, retailers can build a loyal customer base, which has always been the success for the national brand products. Since national brands are sold all over, retailers can take advantage of their recognition to offer their customers similar quality products at a much lesser price. This will build loyalty among their customers thus making them return to their stores.

According to the Private Label Manufacturing Association, store brands now account for one of every five items sold in U.S. supermarkets, drug chains and mass merchandisers. Private label product sales increased from \$5.4 billion in 2008 vs. 2007, to a record \$74 billion in 2008. With this tough economy many consumers are looking at ways to save money. Buying store brands is now becoming more accepted as to stretch the family food budget rather than

buying cheaper knock-offs of "name brands". This trend will continue to increase sales for private label brands.

We at Cibao Meat Products realize this trend and are proud to be in partner with several Private labels customers. The ultimate recognition of excellence is when someone trusts their brand name of products with your manufacturing capability. That is how we feel when someone comes to us and asks to produce a private label product for them. We know that they have placed their trust in us making a good quality, economical alternative product to market against national brands. We welcome their trust, accept the challenges, and truly appreciate their businesses.

Edgar Soto
Vice President of Sales & Marketing
Cibao Meat Products, Inc.



"40 años de Tradición y Calidad"™

Cibao Food Wholesale

Tiene el privilegio de unirse a la magna celebración del 40 aniversario de Cibao Meat Products y le exhorta a seguir adelante para que siga siendo la número uno en el mercado hispano.



"40 años de Tradición y Calidad"™

Felicidades les desea

EDDY GRULLÓN

Ventas al por mayor
y al detalle en el
estado de New York.

Para órdenes:

917.417.5822
0

917.417.6144

**VENTA DE:
EMBUTIDOS
QUESOS
BACALAO Y MÁS**

Radhames Valerio

Su Vendedor de New Jersey



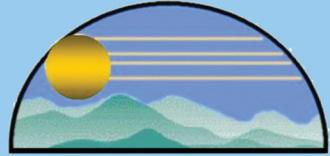
**Suplimos
al por mayor
y al detalle
Bodegas y
Supermercados.**

Felicitas a la gran familia de Cibao Meat Products,
en la celebración de su 40 Aniversario.
Más de 4 décadas añadiendo sabor
a nuestra cocina hispana.



"40 años de Tradición y Calidad"™

Para Ordene: 718-993-5072



COLORADO FOOD PRODUCTS INC.

**CONGRATULATIONS ON
40 WONDERFUL YEARS!
TO OUR FRIENDS AT
CIBAO MEAT PRODUCTS**



P.O. BOX 974199
DALLAS, TX 75397-4199

PHONE: 303-409-8400
FAX: 303-409-8401

La Recesión Económica Actual.

Medidas de Política Económicas. - POR JUAN SOLIS

I. Aspectos generales

La economía desde sus comienzos nos ha mostrado que tiene altibajos, es decir que hay tiempos buenos y tiempos malos, llamándoseles a los tiempos malos recesión. De aquí que surja la pregunta ¿cuando se terminará? La recuperación se producirá independientemente de quienes estén en el poder y la rapidez dependerá de las medidas que se tomen y de su implementación.

Es de notar que hoy en día existe una interdependencia entre todos los países del mundo, que interactúan entre sí, existiendo una comunicación de los hechos casi instantánea, por lo que se puede decir que la globalización ha incrementado la frecuencia y la propagación de las crisis.

Economista y público en general coinciden en que la "burbuja" de la construcción al desinflarse arrastró al sector financiero, llevando al borde de la quiebra y a la bancarrota a los principales bancos y aseguradoras.

Con activos subprime o "tóxicos" que son hipotecas de alto riesgo de interés variable a personas que generalmente tenían un dudoso historial crediticio al aumentárselas los pagos dejaron de pagar y los bancos se vieron con escasa liquidez disponible, reduciendo los préstamos y comenzaron a tener perdidas por lo que debieron ser asistidos por el Estado.

Pero la economía es más compleja, se fundamenta también en las expectativas que se tengan con relación al futuro, como es el caso de los precios de las materias primas (petróleo, oro, arroz, maíz, etc.), fenómenos climáticos adversos, despilfarros de los gobiernos, oportunidad y estabilidad de los trabajos, y otros factores como el virus "A", que pueden convertirse en una pandemia y que unido a las consecuencias anteriores han creado las condiciones para que las economías en todo el planeta estén en recesión.

2. Antecedentes de la crisis.

Desde principios del 2005 el Fondo Monetario Internacional (FMI) advirtió que la economía mundial había crecido en un 5% en el 2004, pero el déficit acumulado de la cuenta corriente de los EU, junto al superávit en los países asiáticos podía disminuir significativamente el crecimiento económico en los próximos años. Predicción que se materializó poco tiempo después.

A principios del 2007 el sector de la construcción comienza a haber problemas con las hipotecas de alto riesgo, comenzándose un proceso de desaceleración en el sector financiero que produce una contracción de los préstamos lo que se manifiesta en la crisis financiera y que posteriormente se propaga

a todos los sectores de la economía, convirtiéndose en una recesión económica.

En Sept del 2007, Ben Bernanke presidente de la Reserva Federal de EEUU dijo que las perdidas en el sector hipotecario de alto riesgo en EU "han excedido hasta los cálculos más pesimistas". Los gobiernos no aceptan que las economías estaban en crisis, pero toman medidas para prevenir su desarrollo, reconociendo la realidad más tarde, Estados Unidos anuncia oficialmente que está en recesión. En Dic de 2008, Buro Nacional de Investigaciones reconoce que la economía americana había comenzado a contraerse desde finales del 2007. En el Reino Unido se habla de recesión en Enero del 2009 y en España el Banco Central anuncia que está en recesión días después.

Desde 2007 el sector financiero había comenzado a requerir dinero de los estados y/o declararse en bancarrota varias compañías como New Century Financial Corp y Bear Sterns.

Analizaremos brevemente algunos indicadores de la economía y desde cuando las cifras indican que se ha venido percibiendo esta disminución.

- Según el Buro de Análisis Económico en los Estados Unidos el producto doméstico bruto real había descendido el ligeramente el cuarto trimestre del 2007 y en el tercer y cuarto trimestre del 2008, registrándose un -6.3% en el último trimestre del año 2008 y un -6.1% en el primer trimestre del 2009.

- La tasa de desempleo para EEUU, Canadá, Japón, Italia y Reino Unido países pertenecientes al grupo de los ocho, muestra que desde 2007 la tasa de desempleo venía aumentando.

- Los bancos centrales de Europa, Japón, Reino Unido, Canadá, el Banco Nacional de Suiza y la Reserva Federal de EU, junto a sus respectivos gobiernos y a Corea del sur han inyectado al sistema bancario alrededor de 2,500,000 millones de dólares desde el 2007, excluyendo la American International Group (AIG) y lo aprobado por el G20 en Londres.

- El Gobierno de Estados Unidos aprobó rescatar a la compañía AIG, empresa que es considerada la mayor de Estados Unidos en su género.

- El G-20 en su reunión de Presidentes y Jefes de Estados decide incrementar el capital del Fondo Monetario Internacional (FMI) en US\$ 750,000 millones y destinar US\$ 250,000 millones para contrarrestar la contracción del comercio global y combatir el proteccionismo.

- La tasa de interés en los EU bajo de 5.25% en Sept 2007 al 0.25% en Dic 2008 según ha establecido la Reserva Federal

3. Análisis y Conclusiones

Lo anterior nos demuestra:

- que la recesión económica es cíclica e independientemente de los que estén en el poder político en ese tiempo,
- que desde 2005 se veía venir la recesión, materializándose a finales del 2007.
- que comenzó con los activos subprime o tóxicos del sector de la construcción, afectando los bancos en forma de crisis financiera.
- Que los gobiernos han actuado rápidamente, pero las medidas tomadas han resultado ineficaces para detenerla.

Las medidas que se han implementado por los diferentes gobiernos no han dinamizado con suficiente rapidez la economía, pero es segura su recuperación, se habla de que 2009 será un año crucial, estimándose que la recuperación se iniciara a finales de este año o principios del 2010.

Para el 2009 se prevee que a nivel mundial el Producto Interno Bruto (PIB) se contraerá en -1.3%, iniciándose la recuperación en el 2010 con un crecimiento del 1.9%, Para 2009 EU se contraerá en -2.8%, el Reino Unido -4.1%, Alemania -5.6%, Japón -6.2% e Italia -4.4%. En una comparecencia en el senado el Presidente de la Reserva Federal de EU el día 5 de Mayo de 2009, se muestra optimista y predice que la crisis está llegando a su fin y que a finales de este año o principios del 2010 se inicia la recuperación

Conviene mencionar que ha habido dos posiciones con relación a la salida de la crisis, una que propugna por mayores regulaciones financieras y en los demás sectores de la economía, y la segunda que considera que el Estado debe tener una mayor participación en la economía.

La solución de los desequilibrios en el sistema económico mundial por ejemplo hacer que China gaste más y que Estados Unidos ahorre más no fue mencionado, no obstante que algunos consideran ha sido el origen de la crisis. La crisis global según el Fondo Monetario Internacional le costará en pérdidas a Estados Unidos, Europa y Japón US\$4,1 mil millones de los cuales Estados Unidos le tocara US\$2.7 mil millones.

"El sistema financiero mundial continua sometido a graves tensiones a medida que la crisis se extiende a los hogares, las empresas y la banca de las economías avanzadas y de mercados emergentes" según el informe sobre la estabilidad financiera mundial del FMI.

The Current Economic Recession.

Measures of Political Economies.

– BY JUAN SOLIS

I. General Aspects

All economies albeit how long have been in existence have shown cycles, times of prosperity and times of slow to negative progress. The latter can be categorized as a recession or depression. As we find ourselves experiencing these times of restrictions, it's logical to ask ourselves, when will it end? The stabilizing of the economy will happen regardless of who is in power, however, the speed at which we come back will depend on what measures are taken and how these are implemented.

We must note that the interdependence that exists between the countries of the world due to globalization have caused the crisis to be disseminated virtually instantaneously and made its effects more widespread.

We have all heard and read the reasons that generated this economic recession. Economist and the public at large agree that the bursting of the housing "bubble" dragged with it the financial sector. This led to the almost failure or bankruptcy of major banks, broker-dealers and insurers. The sub-prime or "toxic" mortgages are loans of high risk because the money is lent to individuals with dubious credit history. These loans could not be refinanced to get fresh money and therefore saw the drainage of liquidity from the markets. A result was a lending freeze across the entire economy causing substantial losses for banks and forcing the state to provide assistance to the private sector.

2. Leading up to the crisis

Beginning in 2005, the International Monetary Fund (IMF) announced that the global economy had grown at a rate of 5% in 2004, but warned that with the US' current account deficit along with the surplus in the Asian countries could lead to slower growth in the coming years. These predictions came true soon after.

At the onset of 2007, the construction sector began to experience problems with mortgages in the lower credit tranches instigating a process of deceleration in the financial sector which vastly reduced the creation of new loans. Contagion ensued and the financial crisis spilled to other sectors ultimately debilitating the economy to a recession.

On September of 2007, Ben Bernanke, president of the Federal Reserve in the US, said that losses in the mortgage sector have 'exceeded their worse-case scenarios.' World governments did not accept the

reality that economies were in a state of crisis, still they began to take preventive measures while later coming to terms with the grim reality. The United States officially declared it was in a recession on December 2008, even though the National Bureau of Economic Research recognized a contraction in the economy since the fourth-quarter of 2007. The United Kingdom (UK) recognized its economy was in a recession in January of 2009 with the Central Bank of Spain following suit a few days after.

Since 2007 the financial sector had required the aid of the federal government. Many companies did not receive help on time, leading to the first bankruptcy filings by major banks such as New Century Financial Corp and Bear Stearns.

Below is a brief synopsis of some of the recent economic indicators which foreshadowed the current state:

- According to the National Bureau of Economic Research, the US gross domestic product (GDP) was reduced slightly starting the fourth-quarter of 2007. By the fourth-quarter of 2008, GDP was reduced by -6.3%. The first quarter of 2009 showed a reduction of -6.1%.
- The US Department of Labor Statistic, Division of International Labor, stated that the unemployment rate for five countries had been climbing since 2007
- The central banks of Europe, Japan, the UK, Canada, the national bank of Switzerland, the Federal Reserve of the US and even the South Korea simultaneous injected about \$2,500 Billion dollars into the banking system starting in 2007. This does not include assistance given to the American International Group (AIG) and what was approved at the G20 summit held in London.
- The US government approved a rescue package for AIG, one of the major national insurers.
- At the G20 summit, world presidents and prime ministers decided to increase the capital given to the IMF by US\$750,000 million and \$250,000 million to fight to combat the reduced global market and the protectionist policies.
- The interest rate in the US was reduced from 5.25% in September 2007 to 0.25% in December of 2008.

3. Analysis and Conclusions

The previous statements confirm:

- The economic recession is cyclical and indepen-



dent of political leaders or administrations

- The initial signs of a coming recession started back in 2005. In 2007 market data began to support the thesis that we were entering a recession.
- It all began with the sub-prime mortgages in the housing sector which directly affected banks and later resulting in a crisis for the financial sector.

The measures taken by the different governments have not stimulated the economy fast enough.

2009 will be a crucial year, with market specialists estimating a recovery to initiate in late 2009 and beginning of 2010. Predictions indicate that the 2009 global Gross Domestic Product will be -1.3%, while 2010 will grow by 1.9%. The 2009 GDP growth expectations for each country are: US at -2.8%, UK at -4.1%, Germany at -5.6%, Japan at -6.2%, and Italy at -4.4%. In a May senate meeting in the US, the Federal Reserve seemed to show a positive outlook.

It is important to mention that there are two main schools of thought as to what policies are the best suited to solve this crisis. One side believes the economy left to its own devices is self-correcting, whilst the other encourages further government regulation and participation in the economy. Thus far the IMF has estimated that this crisis will cost the US, Europe and Japan a combined cost of ~\$4.1 billion dollars; \$2.7 billion of which will be accounted for by US. One possible solution to this crisis is to shift consumer spending habits from the US to Asia. The American Consumer must learn to save more, while the Asian Consumer must spend more freely.

The IMF has stated its concern over global financial stability as it believes the crisis has extended beyond the financial sector to main street affecting homes and businesses in both the developed and emerging markets.

Caribbean Meat Products

**545 W. 164th St. New York, NY. 10032
Tel.: (212) 740-3776**

Felicita
a Cibao Meat Products
por su 40 Aniversario de
excelente servicio a la
comunidad Hispana siendo
ejemplo de seriedad y su gran
labor humanitaria. ***Gracias!***



CIBAO® MEAT PRODUCTS

www.cibaomeat.com

"40 años de Tradición y Calidad"™



Estas personas son las responsables
These people are responsible for maintaining



de mantener la calidad de nuestros productos.

¡Gracias!

the quality of our products. Thank You!



BUG OFF

Pest Control Center
1085 St. Nicholas Ave.
New York, NY 10032
(212) 781-2304
www.bugoffpccenter.com

Muchas Felicitaciones
a Cibao Meat Products
en la celebración
de su 40 Aniversario.
Les desean:

Flaming Meat & Provisions

1036 Nora Dr. Linden, NJ. 07036
Tel.: (917) 714-1453

WE ARE PROUD TO BE
A VALUED SUPPLIER TO
Cibao Meat Products

Bell Container Corp.

Manufacturers of
CORRUGATED SHIPPING CONTAINERS
P.O. BOX 5728 - 615 FERRY STREET
NEWARK, NJ. 07105-0728

PHONE 973-344-4400
FAX: 973-344-0817

To our Friends at
CIBAO MEAT PRODUCTS
on their 40th Anniversary

Our Best Wishes
for 40 years of making
great sausages



WOLFSON
CASING CORPORATION

700 South Fulton Avenue
Mount Vernon, NY 10550
Telephone 914-668-9000
Fax: 914-668-6900

Congratulations to Cibao Meat Products on their 40th Anniversary.

Felicidades en su Aniversario #40!



PROTECT. MANAGE. GROW.

For all your insurance needs!

Rosario DePretti

Phone: 914-747-8651

555 Pleasantville Rd., 3rd Fl.

Briarcliff Manor, NY 10510

www.usi.biz

A collage featuring the Cibao Meat Products logo at the top left, followed by a large image of skewered meat and vegetables cooking on a barbecue grill. In the foreground, four packages of Cibao Meat Products sausages are displayed: "Induveca LONGANIZA PARRILLERA Cured Long Grilling Sausage", "MEXICANA Long Sausage", "CIBAO BRAND Cured LONGANIZA Long Sausage", and "DON FILIO SAUSAGE Cured Longaniza Homestyle Long Sausage". Below the packages, the website address www.cibaomeat.com is centered. The entire collage is set against a dark blue background.

Productos Pérez Dominicanos
Juvencio Pichardo

Felicitas a
Cibao Meat Products, Inc.
en su 40 Aniversario.

Una línea completa de Salami, Queso,
Bacon, Frankfurter, Bacalao, etc.

Cubrimos las áreas del Bronx y
Manhattan,
Llamenos al tel:
(917) 371-4909



Cibao Meat Products,
Congratulations
on your 40 year Anniversary!

From all of us at
Premier Pork, LLC

254 Skyesville Road
Wrightstown, NJ. 08562
Phone: (609) 723-7272
Fax: (609) 724-9249



*Congratulations
Cibao Meat Products on
your 40th Anniversary!*

*We look forward to
supplying you and your
continued success!*

FOOD MARKETING COMPANIES, INC.

**F
M
C** 800 Hingham Street, Suite 101
Rockland, MA. 02370
Phone: (800) 356-5670
Fax: (781) 982-1876

MEATbar USDA A GRADE

Wholesale Deli Products

718.527.1244

153-07 ROCKAWAY BLVD.
(CORNER OF 134 AVE.)
JAMAICA, NY 11434

Congratulations
on your 40th Anniversary.

SOUTHERN PRIDE MEAT COMPANY

Fresh Pork Products

MIKE GIULIANI
Sales Manager

1248 Old Grantham Rd.
Goldsboro, NC 27530
Phone: 919.734.0043
Fax: 919.734.0980
spmeatmike@bellsouth.net

*Thirst For
Perfection*



*Sed Para
Perfección*

WE'VE GOT
YOU COVERED
Just Swatch Us!™



www.Ksidrane.com
843 South Ocean Avenue • Freeport, New York 11520
TEL: (516) 378-2710 • 1 (800) 222-9867 • FAX: (516) 378-3580

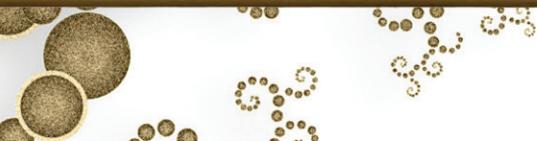
**Congratulations
Cibao Meat Products
on your 40 years of Business.**



Schuster Meat Corp.

D-22 Hunts Point, Co-Op Market • Bronx, NY. 10474
Phone: (718) 589-1818 • Fax: (718) 589-5450







CORPORATION
Since 1946
Banana Processor
&
Full Line Wholesale Distributor
Specializing in Latin and International Products

*Bakery
Beverage
Dairy
Frozen*

*Grocery
Meat & Deli
Produce
Seafood
General Merchandise*



For more information, please contact: sales@yell-o-glow.com

250 Beacham Street
Everett, Massachusetts 02149
Tel: (617) 394-0300 Fax: (617) 394-0470

K. Schwarz & Company, Inc.

Meat and Food Product Sales

Proudly salutes our friends at

CIBAO MEAT PRODUCTS

on their 40th Anniversary. For over 25 years it has been our honor to not only serve you but to watch you grow and succeed.

*Felicitaciones a Mis Amigos
en su 40 Aniversario*

K. Schwarz & Company, Inc.

Meat and Food Product Sales

5130 Oakbrooke Drive West Bloomfield, MI 48323 • Tel : (954) 815-9086 Fax: (954) 346-9470

**Caner
Distributing
Corp.**

Caner Distributing Corp.
8567 Coral Way Suite 257
Miami, FL 33155
Tel: 305-596-1281
786-554-6313
Fax: 305-552-8483
Email: jalfonso@caner.net

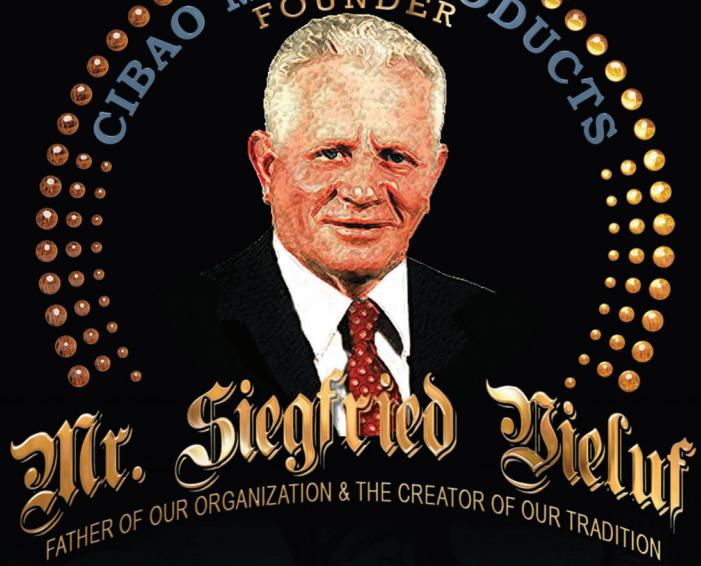
**ALUMINUM CLIPS
MACHINES, LOOPS AND MORE**

*Congratulations!!!!
to
Cibao Meat Products
on their 40 Anniversary
in the Meat Industry*



*We wish their Management
and Employees, Many More Years
of Success and Prosperity.*

CIBAO MEAT PRODUCTS
FOUNDER



Cibao Meat Products salió al mercado en el 1969

marcando así el inicio de una gran familia de productos de embutidos.

*Tenemos ya 40 años de existencia, siendo una empresa de familia. Su fundador,
señor Siegfried Vieluf nuestro padre, comenzó en un local pequeño localizado en el área
de Washington Heights de la ciudad de New York. Hoy sus hijos Heinz y Lutzi han asumido
el compromiso de continuar con el legado que ha sido durante los últimos 40 años*

"La Tradición de Calidad"

que no solo ha sido nuestro eslogan, es nuestra meta.

*La tradición de hacer productos de calidad y de proveer un excelente servicio
nos ha permitido ser los preferidos de la comunidad hispana.*



**CIBAO®MEAT
PRODUCTS**

"Tradición de Calidad"™

www.cibaomeat.com • 718.993.5072