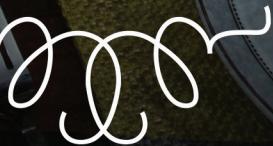


45

YEARS

OF TRADITION AND QUALITY



Pure de yuca con Salami
Campesino. Para recetas visita
www.cibaomeat.com
Mashed cassava with Salami
Campesino. For recipes visit
www.cibaomeat.com

Salami Campesino

Si no es
Campesino,
quítelo de mi camino.[®]

El Salami Campesino se ha mantenido por mas de 45 años en el mercado por su calidad y sabor.

Salami Campesino has been in the marketplace for over 45 years because of its excellent quality and loving flavor.



KEEP REFRIGERATED
MUST BE WEIGHED AT TIME OF SALE

CIBAO MEAT PRODUCTS, INC.- IMAGEN CORPORATIVA Y SUS PRODUCTOS.

"Cibao Meat, tradición de calidad!".

"Si no tiene nuestro loguito, no lo pongas en el carrito!". Estos son los lemas que mas han dado a conocer a nuestra empresa, que por la gracia de Dios y el apoyo de ustedes, ya cumplió 45 años. Desde nuestro 25 Aniversario decidimos enfocarnos en dar a conocer nuestra imagen empresarial mas que los productos que para ese tiempo hacíamos. En ese entonces los consumidores conocían los productos pero no estaban claros en que compañía los hacían. Veinte años después, ocurre lo contrario! Ya la nueva generación conoce la imagen nuestra pero muchos desconocen cuales son nuestros productos.

Tendremos que recordarles de los tiempos cuando Joseito Mateo hizo el famoso anuncio del Salami Campesino en los años 70, que dicho sea de paso, es el primogénito nuestro, el que está de aniversario. Desde el 1969 hasta el 1994 estuvimos instalados en Washington Heights, en un pequeño local que hasta ahora me maravillo de cómo podíamos trabajar ahí. Para ese entonces, las cosas eran mucho mas sencillas. Solo se hacían los Salami Campesino, Campesino Super Especial, la Longaniza Cibao y Longaniza Cibao Picante. Van cambiando los tiempos y las personas quieren otros sabores y es ahí donde empieza la diversificación y expansión de Cibao Meat y sus productos. Al introducir los Salamis Induveca, Checo (1987), Salami Sosua (1991) y con la popularidad que ya tenía el Salami Campesino, las 24 horas que laborábamos no nos daban abasto y, en Agosto del 1994, abrimos nuestras puertas en la nueva instalación en el Bronx.

Ese mismo año, con el auge migratorio

Lutzi Vieluf Isidor



mexicano en el área triestatal, emprendemos con nuestra línea mexicana de Chorizos y Longanizas Ver-Mex e introdujimos el primer salami hecho para los mexicanos, Salapeño, en el 2002 con su picantito que tanto lo distingue y revolucionó nuestro paladar. Buscando la forma de satisfacer los gustos de nuestros clientes, lanzamos la campaña de la Jamonada Don Pedro en el 1995. Estos productos fueron ampliamente aceptados por nuestros consumidores. Seguimos con la Jamoneta Campesino y el primer salami de pavo, el Pavolami, en el 1997.

catapultó a introducir el Salami Del Pueblo. Como el nombre implica, se hizo para que fuera accesible a todos. Este producto enseguida tuvo una gran aceptación por nuestros consumidores ya que se les ofrecía un muy buen producto y un cómodo precio ya pre-marcado. Como se debía de esperar, luego introducimos el Pueblo Snack Pack.

Entendiendo la necesidad y la complejidad del público, y en honor a nuestro fundador, hicimos realidad la línea Don Filo en el 2009. Bajo esta línea elaboramos dos productos hechos con carne baja en grasa y sodio para el consumidor que exige algo más saludable, que pueda ser parte de una dieta sin dejar de consumir su producto conocido. Estos son el Don Filo de Pollo y la Jamonada de Pavo Don Filo. El tercer producto de esta línea es el Don Filo Arenguelami. Este producto es que mas honor le hace al fundador, nuestro padre Siegfried Vieluf, o Don Filo como le decían, ya que él hacia este producto únicamente para las pascuas y se lo regalaba a sus clientes.



45 Años de Tradición y Calidad™

Con la conmoción e incertidumbre que trajo el nuevo siglo y con todos estos productos en nuestra cartera, envasamos los famosos "Snack Packs" que empezamos a introducir periodicamente para aliviar un poco el bolsillo de los consumidores. Estos son el Holiday Variety Pack, Cibao Variety Pack, Campesino Snack Pack, Induveca Snack Pack y Sosua Snack Pack. Estos productos son los mas conocidos, en tamaños mas pequeños de los acostumbrados, envasados tres en un paquete al vacío.

En el 2008, nos encontramos con los problemas de la recesión, lo que nos

De nuevo nos vemos con la necesidad de expandir, y de nuevo, por la gracia de Dios y el apoyo de ustedes, pronto nos mudaremos a un nueva facilidad!. Es increíble que en veinte años, el local que considerábamos inmenso en el 1994, ahora encontramos que no lo es. Queremos hacer mas artículos nuevos para ustedes, crecer en diferentes direcciones y brindarles excelentes productos, de calidad a los que ya ustedes están acostumbrados a consumir. Confiamos que en otros veinte años mas, estaremos contándoles de la nueva mudanza.

Pasta con vegetales y Jamoneta Campesino.
Para recetas visita www.cibaomeat.com
Penne pasta with vegetables and Jamoneta
Campesino. For recipes visit
www.cibaomeat.com

Jamoneta Campesino



Jamoneta Campesino, Una mezcla de Salami y Jamón que llamamos Jamoneta. Disfruta tu día con sabor exquisito sin Gluten ni MSG.

Jamoneta Campesino It is an exquisite blend of salami and ham, which we call Jamoneta. Enjoy you day with Its unique taste gluten and MSG free.



CIBAO MEAT PRODUCTS, INC.– CORPORATE IMAGE & ITS PRODUCTS

“Cibao Meat, a tradition of quality”.

If you don't see the logo from the start, don't put it in your shopping cart. These slogans have made our company known and, because of God's grace and your support, we are now celebrating our 45th Anniversary. Since our 25th Anniversary, we had decided to focus more on our corporate image rather than on the product and their names. At the time, the consumers were familiar with the products but were not clear on which company made them. Twenty years later, the opposite is happening. Now the new generation knows who we are but many are not familiar on which products are ours.

We will have to remind them of the times when Joseito Mateo made the famous jingle for Salami Campesino in the '70's, which by the way, is really the product that's celebrating its 45 year in the market. Since 1969 to 1994, we were in Washington Heights, in a small locale that today I am still amazed as to how we could work there. Back then things were much simpler. We only made Salami Campesino, Campesino Super Especial, the Longaniza Cibao Mild, and the Longaniza Cibao Hot. Times change and so do people's tastes and that is when Cibao Meat starts its diversification and expansion. By introducing the Salamis Induveca, Checo (1987), Salami Sosua (1991) and with the popularity Salami Campesino had reached, the 24 hours a day we worked were not simply enough so in August of 1994, we opened our doors in the Bronx.

That same year, with the Mexican migration growing rapidly, we began our Mexican line of Chorizo and Longaniza Ver-Mex, and introduced the first salami catering to the



Lutzi Vieluf Isidor

Mexican population, Salami Salapeno in 2002 with its spicy taste that distinguishes the product and revolutionized our taste buds. Continuing to satisfy our clients' tastes, we launched the Jamonada Don Pedro campaign in 1995. All these products were well received by the consumers. We followed our growth with Jamoneta Campesino and our first turkey salami, Pavolami, in 1997.

“We want to make more products for you, to grow in different directions and continue to provide excellent products”

With the commotion and havoc of 2000 (Y2K), and with a vast list of products, we decided to do our famous “Snack Packs” that we periodically introduced to alleviate the consumer's wallet. These are Holiday Variety Pack, Cibao Variety Pack, Campesino Snack Pack, Induveca Snack Pack, and Sosua Snack Pack. These products are the most known of our products but in smaller sizes, three to a bag.

In 2008 we find ourselves with the recession that affected everyone. This catapulted us to introduce our Salami Del Pueblo. As its name implies, it was made so that everyone had access to it. This product became popular immediately because it provided the consumer with a very good product at an affordable price since it was sold pre-priced. The next logical step was to also introduce the Pueblo Snack Pack.

Understanding the public's needs and complexities, and in honor of our founder,



the Don Filo line of products became a reality. Under this name, we elaborate two products with the health conscious consumer in mind. The Don Filo Chicken Salami and the Don Filo Turkey Ham are elaborated with lean meats and low sodium. Our third item in this line, and the one that really does honor to our father, Siegfried Vieluf, or Don Filo as he was called, is the Don Filo Arenquelami which he used to make only for the holidays to give to his clients.

Again we have a need to expand, and again, by the grace of God and your support, we will soon move to a new facility! It's incredible that in twenty years, the locale we thought was immense, now we find that it's not. We want to make more products for you, to grow in different directions and continue to provide excellent products, the quality products you are accustomed to. We are confident that in twenty years from now we will be telling you that we will be moving again!



CRECIMIENTO & EVOLUCIÓN

En 1969, un hombre visionario llamado Siegfried Vieluf crea a Cima Meat Products, una empresa para la fabricación de embutidos. Más tarde, la empresa cambia su nombre a Cibao Meat Products, Inc. Comenzó en un local de apenas 1000 pies cuadrados, ubicado en el 2063 de Amsterdam Ave. en el alto Manhattan de New York. Durante varios años la compañía solo contaba con 12 empleados y 4 vendedores. El primer producto fue el salami Campesino, que gusto mucho en la comunidad Dominicana, por lo que se dio a conocer con mucha rapidez. Las añoranzas del dominicano en el exterior fue la razón para que en los años '80, se introdujeran las marcas Induveca, Sosua y Checo. La demanda de todos estos productos creció y con ella la necesidad de adquirir un local más grande.

En Agosto del año 1994 Cibao Meat Products muda la planta de fabricación del 2063 de Ámsterdam Ave. de la ciudad de New York a un nuevo local ubicado en el 630 de St. Ann's Ave. del Bronx. El edificio con 11,000 pies cuadrados de construcción, y un terreno de 24,000 pies cuadrados, fue dotado de nuevas y modernas maquinarias, capaz de satisfacer 3 veces la demanda de ese momento. La alegría de haber dado ese gran paso fue el motivo para que en Noviembre del mismo año se celebrara en grande, el 25 aniversario de la empresa, inaugurando su logo con el lema "Tradición de Calidad".

Julio Gaspar Isidor

Al principio el edificio resultaba grande y espacioso a pesar de estar equipado con maquinarias más grandes y modernas. Maquinarias, nueva tecnología y métodos de producción hicieron posible que en el turno de la mañana se realizara todo el trabajo que antes tomaba 24 horas. El número de trabajadores se duplico y llegó en ese tiempo a 24 empleados.

Con el interés de satisfacer el gusto de diferentes grupos étnicos se crearon nuevas líneas de productos como: "Pavolami," un salami hecho 100% carne de pavo, bajo en sal y en grasa. Además, se inicio la línea de productos "Vermex" integrada por: Chorizos al estilo mexicano, carne Cecina, Carne Enchilada, Longaniza Mexicana y Salami con Jalapeño "Salapeño".

En el año 1999 la compañía cumplió su 30 aniversario y para la ocasión puso en circulación un nuevo producto: la Jamonada Don Pedro, 100% carne de cerdo, que rápidamente se apodera del gusto popular hispano y fue el año donde se pudo ocupar el 100% de las áreas del edificio.

Con una amplia línea de productos y el inicio de la fabricación de etiquetas privadas se produjo un súbito incremento de la producción y, en consecuencia, la necesidad de reclutar más personal y la creación de los supervisores.

En el 2009 en homenaje al fundador de Cibao Meat se crea la línea de productos Don Filo. Está basada en productos de carne blanca como el "Don Filo Salami



de Pollo" y El "Don Filo Salami de Pavo". Por otro lado, se introdujo el ya famoso y afrodisíaco "Don Filo Arenquelami," hecho de carne y arenque condimentados al punto, gracias a la vasta experiencia acumulada.

La línea de productos hechos a base de carnes blanca se creó para el mercado anglosajón. Según las estadísticas de la empresa, ese mercado se ha convertido en el segundo grupo de consumidores.

Otro grupo importante es la Comunidad Asiática que desde hace unos años comenzó a consumir nuestros productos, especialmente la Jamonada Don Pedro, que contiene 100% carne de cerdo. El gusto de nuestros productos por parte de los Asiático motivó la colocación de comerciales de Cibao Meat en los canales de TV para esa comunicad, además de participar en los eventos culturales organizados por agrupaciones e instituciones Chinas y Filipinas, que sirven de plataforma para dar a conocer y propagar el nombre de la compañía.

En el 2014, el número de empleados en la empresa fluctúa entre 60 y 65 y no hay espacio para uno más, porque las



limitaciones de espacio dificultan la labor, obligando a la creación de más turnos de trabajo y trabajar largas jornadas, para satisfacer la demanda que crece de forma exponencial.

UN NUEVO LOCAL

El edificio que una vez fue grande hoy resulta pequeño. Nuevamente la demanda exige una nueva mudanza. De manera que se ha adquirido un nuevo local en el 92 de Green Pond Road en New Jersey con 74,000 pies cuadrado de construcción y 4 acres de terreno lo que ha permitido la instalación de una nueva y moderna planta que quintuplica la capacidad actual y que tiene además la posibilidad de una futura expansión.

Hacer una planta para fabricar embutidos, en estos tiempos, conlleva una investigación exhaustiva sobre las nuevas maquinarias y tecnologías disponibles en la actualidad.

En mayo del 2013 una comisión de Cibao Meat Products, compuesta por Heinz Vieluf Cabrera -Propietario, Administrador de Empresas, la señora Elizabeth Garcés Mayorga -Ingeniería de Alimentos y Julio Gaspar Isidor -Arquitecto, se desplazo a la ciudad de Frankfurt en Alemania a participar de Expo-Feria IFFA, una actividad que se celebra cada 3 años, y



donde se expone al mundo los últimos descubrimientos y mayores avances tecnológicos relacionados con la industria de la carne. Además, la comisión visito las instalaciones de EDEKA una planta modelo súper moderna con 52,700 M2. de construcción. El viaje tuvo una duración de una semana y al final de ella se seleccionaron las maquinarias y equipos que conformaran la nueva y automatizada planta de embutidos.

En Cibao Meat Products, se sabe que los tiempos cambian y que a pesar de tener tantos años haciendo embutidos de una calidad indiscutible, se debe tener la mente abierta, cabalgar a tono con las nuevas tecnologías, mantener una investigación constante y ser creativos e innovadores.

En Junio del año 2013, Lutzi Vieluf Isidor -Presidente de Cibao Meat, viajo a Girona, España, acompañando la indicada comisión para participar y ampliar conocimientos, en el "1er Curso Internacional Para el Secado y Curado de Productos Cárnicos" organizado por IRTA, una institución anexa al Departamento de Agricultura del Gobierno de Cataluña, España. La misión del IRTA es contribuir a la tecnificación y modernización de los procesos en la industrialización de alimentos.

El curso proporciono procedimientos diferentes en el manejo y fabricación de chorizos. Algunos de esos procedimientos todavía no son aceptados por el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA). Otros de aplicación inmediata han sido incorporados en la nueva línea de productos curados y semi-seco que la industria ya está elaborando.

Como ya se ha señalado, en Cibao Meat, se está consciente de que los años de experiencia no deben ser la única fuente de conocimiento que se debe tener. Por eso, constantemente, se está estudiando,



investigando, probando y desarrollando nuevas formulas de embutidos. Esto ha servido para mejorar la calidad de los productos y para mantenerse como los líderes en preferencia en el mercado hispano.

LAS FIESTAS DE ANIVERSARIOS

Una de las formas de reconocer y dar gracias a todos los que durante el año habían ayudado al éxito de la industria Cibao Meat Products, Inc. era: celebrar, cada año a final de noviembre o en los primeros días de diciembre, una fiesta a sus empleados, vendedores, amigos y clientes destacados. Esta tradición se inicio en los primeros años de la empresa y eran más bien unas fiestas familiares, algo intimo. Llegar a los 25 años de estar en el mercado, fue una hazaña que había celebrarse en grande y para hacerlo, se edito una revista similar a esta con artículos interesantes, que contó con el patrocinio y las congratulaciones de nuestros suplidores, vendedores y relacionados. Fue cuando se decidió hacer cada 5 años estas fiestas de forma extraordinaria. Así que los 30th y 35th fueron replicas de las fiestas anteriores.

El 40 Aniversario de Cibao Meat Products, fue otra cosa porque se celebro con una gran fiesta de Gala. El Astoria Manor, en Queens, fue el lugar elegido para la gala del aniversario. La destacada periodista y conductora Tatiana Rosario, del programa Santo Domingo Invita, fue la maestra de ceremonia, el aclamado merenguero Johnny Ventura (El Caballo Mayor) y la orquesta del Home Boy, Chery Jiménez, fueron los encargados de amenizar el ambiente a ritmo de merengue y salsa. Un

gran banner con el rostro del sr. Siegfried Vieluf fundador de Cibao, se exhibía detrás de la mesa directiva. El aniversario fue un reconocimiento a su persona. La revista del 40 aniversario lo traía en su portada y en su interior había un artículo que hablaba de la nueva línea de productos hecha en su nombre, la línea “Don Filo”.

El gran salón del Astoria Manors estaba repleto. Más de 500 personas celebraron los 40 años de Cibao Meat Products. Julio Gaspar Isidor, Gerente General dio la bienvenida a todos los asistentes. La bendición estuvo a cargo de Mencia Solís. Heinz Siegfried Vieluf Jr. Subrayo el compromiso de continuar con el trabajo de su abuelo.

Elizabeth Garces, felicitó a los trabajadores por su buen desempeño. Edgar Soto, hizo un reconocimiento a los vendedores del año: Universal Dely Supply y Radhames Valerio. Heinz Vieluf Cabrera pasado presidente de Cibao Meat, hizo una reseña del inicio de la empresa y destaco la gran labor desarrollada por su madre, Ligia Cabrera Vieluf, señalándole el deber de ir a trabajar a la compañía para ayudar a su padre. Lutzi Vieluf Isidor, actual presidente de Cibao Meat, agradeció a Dios, a Heinz por la confianza en su capacidad para dirigir a Cibao y a todos los que tienen que ver con la empresa. Yasmín Medina Vieluf, deleito a los asistentes bailando un numero de bally Dance.

Cibao Meat a la llegada del año 2014 celebra con alegría su 45 aniversario. Los responsables del éxito, se sienten satisfechos de saber que han llenado una página de la historia de esta empresa y que han jugado un papel preponderante en la comunidad hispana. En la empresa son y serán siempre agradecidos con todos los consumidores. Como parte de ese agradecimiento, año tras año, han puesto un granito de arena para ayudar al desarrollo de la comunidad, incentivando la educación y dando soporte constante al arte, la cultura y el deporte. A ustedes nuestros consumidores, solo nos resta pedirles que no se dejen confundir y busquen siempre el loguito de Cibao Meat cuando vayan a comprar sus embutidos porque “si no tiene nuestro loguito...no lo pongan en su carrito”.

¡Seguiremos comprometidos con la calidad!!

APOYO AL DEPORTE



GROWTH & EVOLUTION



In 1969, a visionary man named Siegfried Vieluf created Cima Meat Products, a company that manufactured sausages. Later, the company changed its name to Cibao Meat Products, Inc. It was located at 2063 Amsterdam Avenue in the Washington Heights area in the city of New York. The premises had 1000 square feet. For several years the company had only 12 employees and 4 salesmen. The first product was Salami Campesino, which became very popular within the Dominican community. The nostalgia of the Dominicans abroad was the reason that in the '80s, the Induveca, Sosua and Checo brands were introduced. The demand for these products grew along with the need to purchase a larger premise.

In August 1994, Cibao Meat Products relocates from Amsterdam Ave. to a new plant located at 630 St. Ann's Ave., Bronx, NY. The new building has 11,000 square feet of construction, and a lot of 24,000 square feet. It was equipped with new and modern machinery. In this new

location we were able to supply 3 times our products' demands. The joy of having taken this major step was the reason why in November of the same year we celebrated our 25th Anniversary, launching for the first time our slogan "Tradition of Quality".

Initially the building was large and spacious despite being equipped with larger and more modern machinery. New equipments, new technology, and new production methods made it possible to complete all the work in the morning shift that usually was finished in 24 hours. The number of employees doubled to 24.

Trying to meet the needs of our customers from different nationalities, we have created the following products lines: Pavolami, a salami made with 100% turkey, low fat and low sodium. Also, we created the Ver-Mex line, including: Mexican Chorizos, Cecina, Enchilada, Mexican Longaniza, and Salami Salapeño. In 1999, the Company celebrated its 30th Anniversary and for that occasion the Jamonada Don Pedro was launched, made with 100% pork, rapidly became very popular among the Hispanic community.

With an extended line of products along with the manufacturing of private labels, we experienced a sudden increase in our sales,

Julio Gaspar Isidor

so we had the need to hire more staff, creating the Supervisor positions.

In 2009, honoring our founding father, we created the Don Filo products line. It is made up by the Don Filo Chicken Salami, and the Don Filo Turkey Ham, both containing white meat. Also, the Don Filo Arenquelami, made with herring and the right amount of seasonings, thanks to our accumulated experience.

The white meat products were created for the English-speaking market. According to our statistics, this market has become the second largest consumer group. The Asian Community is a very important group of new consumers, preferring the Jamonada Don Pedro, which contain 100% pork. For this reason, Cibao Meat Products decided to air our commercials in TV channels aimed at that community. Also, we have been participating in cultural events organized by Chinese and Filipino institutions, which are very helpful to promote our company.

In 2014, we have a staff of 65-70 employees and there is no room for one more because of our space limitations. For this reason we have created more work shifts and we are working longer hours to meet the demand, which is growing exponentially.

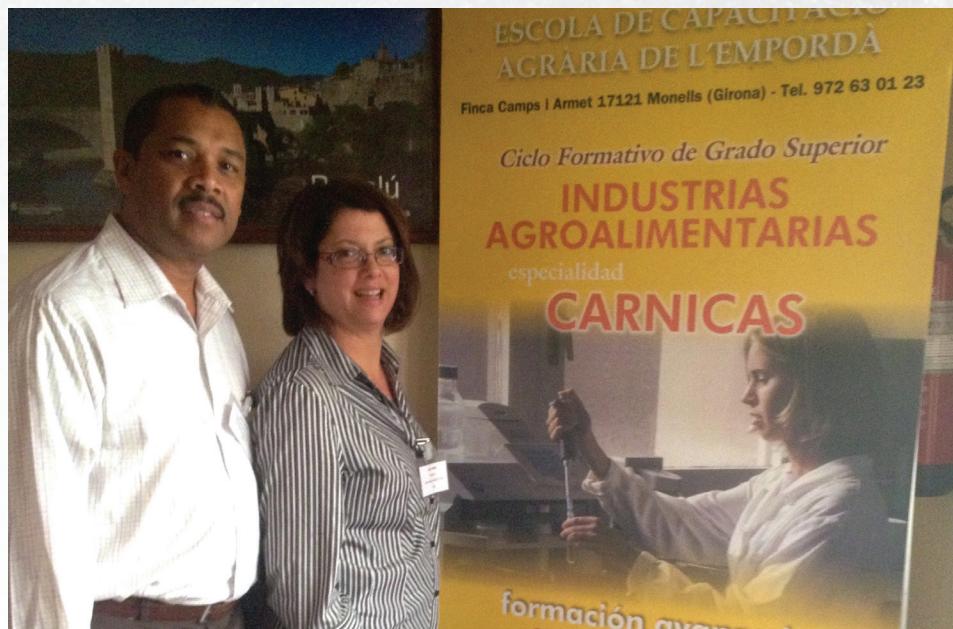
A NEW LOCATION.

The building that once was big enough, today no longer is. Again, our products' demand requires a new relocation. This is why we have purchased a new premise located at 92 Green Pond Road, in Rockaway New Jersey. It has 74,000 square feet of construction and 4 acres of land, which allow us to install new and modern plant that triplicate our current production capacity. This new location also has a future possibility of expansion. Nowadays, to install a sausage production

plant entails an exhaustive investigation about new machinery and technology available.

In May 2013, a Cibao Meat Products commission, represented by Heinz Vieluf Cabrera (Owner, and Business Manager Administrator), Elizabeth Garces (Food Engineer), and Julio Gaspar Isidor (Architect) went to Frankfurt, Germany to participate in Expo-Fair (IFFA). This is an event that takes place every 3 years, and it exhibits the most recent discoveries and technological advances related to the meat industry. This commission also visited EDEKA, a model plant with 52,700 mt² of construction. The entire trip lasted a week, and at the end of it, we selected all the machinery and equipment for the new and modern plant. Here at Cibao Meat Products, we know that times change and despite having many years doing unquestionable quality sausages, we should have an open mind be in tune with new technologies, maintaining a constant research and be creative and innovative.

In June 2013, Lutzi Vieluf Isidor (Cibao Meat President) went to Girona, Spain and joined Cibao's commission to participate in the First International Course for Drying and Curing Meat Products, organized by IRTA, an institution adjacent to the Department of Agriculture of the Catalonia Government, Spain. IRTA's mission is to contribute to the automation and modernization of the processes in the food industry.



Through this course we learned about the different procedures to manage and manufacture sausages. Some of these procedures are not yet accepted by the Department of Agriculture of the United States (USDA). Others of immediate implementation have been incorporated into the new line of semi-dry and cured products that the industry is already developing.

At Cibao Meat we are conscious that our years of experience are not the only source of knowledge we should have. Constantly we are investigating, studying, trying, and developing new sausage formulas. Thanks to this we have improved the quality of our products and we have maintained our leadership among the Hispanic Market.

ANNIVERSARY CELEBRATIONS.

One way to recognize and to thank those who helped Cibao Meat Product to succeed is to celebrate every year, between November and December, with a party for all its employees, vendors, suppliers, and friends. This tradition was initiated during the first years of Cibao Meat, and it was very familiar and private. Commemorating 25 years in the market was a great feat that needed to have a big celebration. A journal was edited for the first time, with interesting articles, and it was sponsored by our suppliers, vendors, and friends. Then, we decided to commemorate our milestones

every 5 years with a big celebration. So, our 30th and 35th Anniversaries were replicas of previous celebrations.

Cibao's 40th Anniversary was celebrated with a big Gala. It took place at the Astoria World Manor, Queens. Tatiana Rosario, a prominent Dominican journalist and host of the TV Show Santo Domingo Invita, was the MC. Johnny Ventura, Home Boy, and Chery Jimenez were in charge of the entertainment. A big banner with our founding father, Siegfried Vieluf, was hanging behind our board table. It was a celebration of him. The 40th Anniversary Journal cover page had a picture of him. It also had an article about our new product line, Don Filo, which was launched in his honor.

The main hall of Astoria World Manor was packed. More than 350 people celebrated with us our 40th Anniversary. Julio Gaspar Isidor, General Manager, welcomed all attendees. Mencia Solis said the blessings. Heinz Vieluf Jr outlined his commitment to continue his grandfather's work. Elizabeth Garces congratulated all our staff. Edgar Soto recognized our most prominent vendors that year: Universal Deli Supply, and Cibao Distributors. Heinz Vieluf Cabrera, former president of the company, reviewed the company's path, and also outlined Mrs. Ligia Cabrera Vieluf, his mother, who taught him to work hard to help his father. Lutzi Vieluf Isidor, current president, thanked God, and also she gave thanks to Heinz because he trusted her to manage Cibao Meat. She also thanked those involved in the company's success. Jasmin Medina Vieluf entertained all attendees with a belly dance presentation.

In 2014, Cibao Meat celebrates with joy its 45th Anniversary. All those responsible for its success are more than satisfied to fulfill a page that belongs to Cibao's history. We are and we always will be grateful of our consumers. As part of our appreciation, every year we are involved in activities that promote the education, art, and recreation within the Hispanic community. Finally, we want to remind all our consumers to always search for our logo because "if does not have our logo brand, do not place it in your shopping cart". We will remain committed to our quality!!



45 Años de Tradición y Calidad™

Congratulations Cibao Meat Products on your 45th Anniversary



Meat Traders:

Servicing Food Processors

Wholesale Distributors

Nationwide

• Poultry

• Pork

• Beef

• Wild Game

• ABF

• Organic

Office

201 Moreland Rd, Suite #7

Hauppauge, NY 11788

631-862-1500

info@naturalchoicefarms.com

www.naturalchoicefarms.com



Specializing in Certified Organic Chicken

Buy Directly From the Farm!

Office

201 Moreland Rd, Suite #7

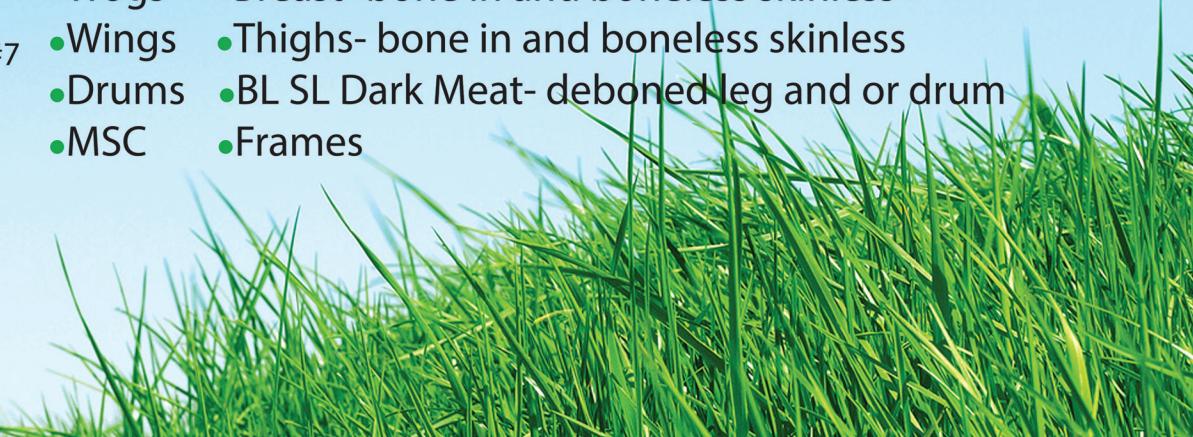
Hauppauge, NY 11788

631-524-5761

info@cucinafoods.net

www.cucinafoods.net

- Wogs
- Wings
- Drums
- MSC
- Breast- bone in and boneless skinless
- Thighs- bone in and boneless skinless
- BL SL Dark Meat- deboned leg and or drum
- Frames



LA PLANTA EN ROCKAWAY DE CIBAO MEAT PRODUCTS: EFICIENCIA DE DISEÑO Y OPERACIÓN



“ Tu eres el arquitecto de tu propio destino; tu eres el maestro de tu propia suerte; tu estás detrás del volante de tu vida. No hay limitaciones de lo que puedes hacer, lo que puedes tener, o lo que puedes ser. Exceptuando las limitaciones que tu mismo te pones o las que piensas”. – Anónimo.

Nuestras nuevas instalaciones son la culminación de muchos años de trabajo arduo y planeamiento. Nuestra meta era encontrar un espacio dentro del cual pudieramos crecer y al mismo tiempo mantener la habilidad de servir a nuestros clientes en el área Tri Estatal. En Cibao Meat buscábamos diseñar una planta en donde los materiales fueran manejados y procesados mas eficientemente.

La materia prima es almacenada en cuartos fríos a una temperatura ambiente controlada. Las áreas designadas para almacenamiento cuentan con suficiente espacio y un techo con mas de 26 pies de altura. La carne viaja a un cuarto en donde es depositada en transportadores separados. Estos sistemas de transferencia automatizada aseguran que toda la materia prima utilizada en la elaboración de diferentes productos pase a través de detectores de metal en nuestro nuevo molino. Estos molinos de acero inoxidable y alta velocidad cortan la carne para después pasarla por un cilindro de 1/8 de pulgada. Una vez molida la carne viaja por otro set de transportadores hasta llegar a unos Silos de acero inoxidable. Luego nuestras mezcladoras señalizan la carne por libras y/o kilos dependiendo de la fórmula que se esté utilizando. Durante este proceso de mezclado agregamos los diferentes sazones y líquidos a través de mangueras saneadas desde nuestros tanques de acero inoxidable, donde las diferentes especias son añadidas



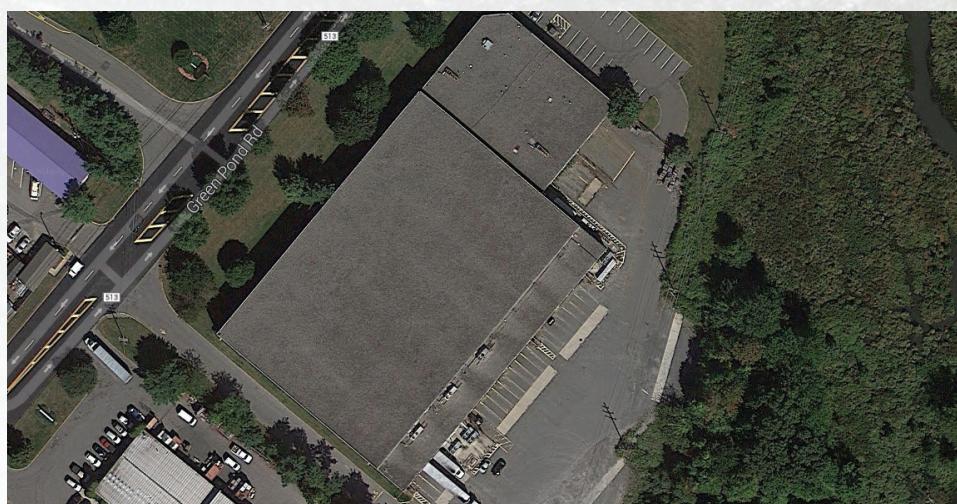
Heinz Vieluf Jr.

y mezcladas a una temperatura ideal. Una vez que la fórmula está lista para luego ser procesada, es enviada a la nueva embutidora la cual identifica el peso correcto, e inmediatamente señala el próximo transportador para comenzar a llenar la embutidora nuevamente. Estas embutidoras están diseñadas con una alta velocidad capaz de revolver entre 80 a 120 piezas de salami corto por minuto dependiendo del diámetro del salami que se esté procesando. Desde estas embutidoras el producto pasa a otro conjunto de transportadores automáticos que son la corona de nuestro equipo de producción; un horno de cocido al vapor/enfriamiento continuo. Este horno tiene tres zonas de calentamiento a través de los cuales pasan nuestros productos antes de alcanzar la temperatura crítica. Despues pasa por una zona de enfriado con salmuera (solución de agua y sal). Todo esto se hace de manera automática en un período de 90 minutos. Luego el producto es descargado en un transportador a una temperatura ideal lo cual permite que el producto quede listo para empacar y almacenar. En nuestra

previa instalación producimos un lote el Lunes para ser empacado el Martes; esto era necesario porque los productos tenían que ser enfriados a cierta temperatura (como es requerido por el USDA) antes de ser empacados y almacenados. Con nuestro nuevo horno los productos pueden ser empacados y despachados el MISMO DIA como el pan fresco de su repostería favorita; no puede ser mas fresco de ahí!

“Nada es posible si piensas que es imposible. Nada es imposible si piensas que es posible. Piensa positivo, trabaja duro y todo será posible”. – Thomas J. Vilord.

Hemos recorrido un largo camino desde que empezamos. Estamos trabajando de una manera en la que nuestro fundador, mi abuelo Siegfried Vieluf, tal vez sólo soñaba y nunca pensó posible. No hay limitaciones al configurar tus metas y seguir tus pensamientos. Nada es imposible y tus sueños se vuelven realidad cuando se trabaja constantemente para lograr lo que quieras.



CIBAO MEAT PRODUCTS ROCKAWAY PLANT– DESIGN AND OPERATING EFFICIENCIES



Heinz Vieluf Jr.

"You are the architect of your owner destiny; you are the master of your own fate; you are behind the steering wheel of your life. There are no limitations to what you can do, what you can have, or what you can be. Except the limitations you place on yourself by your own thinking."

- Anonymous

Our new facility is the culmination of years of hard work and planning. Our goal was to find a space that we could grow into as well as maintain the ability to service our customers in the Tri State area. We, at Cibao Meat Products, wanted to design a state of the art facility where the materials are handled less while being processed with increased efficiency.

The raw meat is stored in separate coolers/freezers in a temperature-controlled environment. Plenty of dedicated storage spaces in these areas with a ceiling clear height of over 26ft. The meat then travels to a room where it is loaded into separate conveyors. These automatic transfer systems ensure that all the raw meat that is used for our different products passes through metal detectors into our new grinders. These stainless steel high-end grinders chop the meat and pass through a screw to a measure of approx 1/8 of an inch. Once ground the meat travels via another set of conveyors to large stainless steel storage silos. Our large mixers then signal the meat by lbs/kilos depending on the current formula being processed. During the mixing process we add the different seasonings and liquids through sanitary pipes from our stainless steel storage tanks, where the different spices are added and mixed to an ideal temperature. Once the formula is ready to be further processed, it is then sent to one of our new stuffers that identifies the ideal

weight needed , then immediately signal the conveyor to begin filling the next stuffer. These stuffers are designed for high speed and can churn out anywhere from 80-120 pieces of salami chubbs a minute depending on the size which is currently being produced. From these stuffers the product passes along another set of automatic conveyors to the crown jewel of our production equipment; a serpentine continuous steam cook/brine chill oven.

Our state of the art oven has three heat zones, in which our product goes through before reaching its critical temperature. It then passes to a Brine (solution of Salt and Water) chill zone. This is all done automatically for a total process time of approximately 90 minutes. After this time the product is discharged onto conveyors at an ideal temperature that is immediately ready to be packed and stored in inventory.

“ Our new facility is the culmination of years of hard work and planning. ”

In our previous facility we would produce a batch of products on Monday to be packed on a Tuesday; which was necessary because the products had to be cooled to a certain temperature (as required by the USDA) before they can be boxed in our packaging room. With our new oven it can be packed and shipped the SAME DAY like fresh bread from your favorite bakery; doesn't get much fresher than that!

“Nothing is possible if you think it is impossible. Nothing is impossible if you think it is possible. Think positive and work hard, and anything is possible.”

- Thomas J. Vilord





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.provihand.com>

DISFRUTA DE TODA LA PROGRAMACION DE:



TELEVISION LATINA, PARA EL MUNDO

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



www.canalamerica.tv
Controlando la Web !!



Thank you Cibao Meat Products for a valued partnership that started with a handshake.

www.reiser.com

Reiser
Canton, MA • (781) 821-1290

Reiser Canada
Burlington, ON • (905) 631-6611

REISER



holac



Seydelmann fomaco

ROSS

supervac



REPORTAJE SOBRE LAS VENTAS EN LAS CADENAS AMERICANAS

El Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA), es la institución gubernamental encargada de supervisar la fabricación de los productos alimenticios para consumo humano, destinados al mercado local o internacional. Se aseguran de que las compañías que manejan o fabrican estos productos, cumplan con una serie de normas y reglamentaciones.

Las normas aseguran que los productos elaborados aquí en los Estados Unidos están libres de contaminación, son higiénicos, saludables y nutritivos. La supervisión se realiza los 365 días del año.

Para ello utilizan tres inspectores diferentes: uno en la mañana antes de comenzar el proceso de fabricación, quien se asegura de que todas las maquinarias estén impecablemente limpias, que el personal este debidamente uniformado con sus batas, protector de cabellos, guantes etc., y de que todo este debidamente higienizado.

También se encarga de inspeccionar otros aspectos, que incluyen: calidad de las carnes, condimentos utilizados y asegurarse que la fórmula del producto que se sometió al Departamento de USDA, sea la misma con la que se está trabajando. Esto impide que se altere el producto con materiales sustitutos de inferior calidad.

El segundo inspector llega en horas de la tarde, para chequear los puntos críticos de control, entre ellos: Temperatura final de Cocción, Temperatura y tiempo de enfriamiento y Temperatura de Almacenaje.

Si el horario de trabajo pasa de las 6:00 P.M. otro inspector cubre el horario de la noche. Cabe destacar que estos inspectores son cambiados cada 3 meses para evitar la confabulación o el amiguismo entre ellos y los administradores de las



Julio Gaspar Isidor

compañías fabricantes de alimentos. Cadenas multinacionales como: Costco y Sam's Club, así como también grandes cadenas Americanas como BJs y Jetro, son muy celosas con la calidad de los productos que ellos venden. Es por eso que disponen de un servicio privado de inspección con mucho más exigencias que el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos. Ellos hacen su propia evaluación de las plantas de fabricación de alimentos y de esa manera, se aseguran de que las mismas cumplan con los requisitos que ellos exigen. Si la compañía no cumple con dichos requisitos, simplemente ellos no aceptan vender el producto en sus negocios.

La evaluación que hacen las compañías privadas se realiza mediante un listado que ellos llaman "Good Manufacturing Practices and Food safety Audit" (GMP). Lo que traducido al español significa: "Auditoría de la buena práctica y seguridad de fabricación de alimentos"

El proceso comienza con la evaluación de la compañía en:

- Programa de control, manejo y seguridad del producto, con la supervisión en los puntos críticos de control)
- Calidad - Control de calidad del producto, seguimiento a un programa en el que se detalla la póliza y procedimientos a seguir para supervisar la calidad del producto.
- Recibimiento, Almacenaje y Despacho.- Toda la mercancía debe tener su etiquetada, con el nombre de la compañía, descripción y número del artículo, peso, número de lote, fecha de expiración, cantidad por paquete, país de procedencia o lugar de fabricación. Toda esta información sirve para identificar el producto y recogerlo si, por alguna razón, el producto

sale a la calle con alguna deficiencia. Los productos refrigerados deben ser transportados a una temperatura adecuada para prevenir deterioro.

- Programa de Sanidad de la Planta. Establece el lavado diario de las maquinarias, utensilios y equipos así como la desinfección de pisos, paredes y techo.
- Práctica de Empleados.- Todos los empleados deben conocer la Póliza y Manual de la compañía que establece las normas de comportamiento, regulaciones de higiene y seguridad de fabricación del producto.

La compañía Cibao Meat Products, orgullo nuestro, siempre ha superado por mucho los estándares exigidos por los departamentos de control oficial y privados. Es por eso que usted, hoy día, puede encontrar los Salamis de Cibao Meat en esas cadenas multinacionales y en grandes cadenas americanas.

Hace más de 45 años que Cibao Meat Products viene hablando de la calidad de sus productos y no es para menos. Nuestro slogan "Tradición de calidad" no es una casualidad; es el resultado del esfuerzo, dedicación y compromiso de llevar a todos los hogares un producto sano, saludable, nutritivo y sabroso que ayude al crecimiento de su familia.

Cibao Meat Products es la empresa líder en materia de embutidos. Por eso le recomendamos que a la hora de comprar salami asegúrese de que tenga nuestro logotipo el logotipo de Cibao Meat Products,

Porque si no tiene nuestro logotipo no lo ponga en el carrito. Cibao Meat Products... más de 45 años de Tradición de calidad



SALES IN AMERICAN CHAIN STORES

The United States Department of Agriculture (USDA) is a government institution



responsible for supervising the manufacturing of food products for human consumption, in local and international markets. The USDA is in charge of ensuring that all companies that handle or manufacture these products fulfill all rules and regulations.

These rules and regulations guarantee that the products manufactured in the United States are not contaminated, that they are hygienic, healthy and nutritious. The supervision is made 365 days a year.

There are 3 different inspectors supervising the plant's work: one during the morning before the manufacturing process begins. This inspector makes sure that all the equipment is clean, the authorized personnel is correctly dressed wearing their butcher coats, hair protectors, gloves, and that everything else is properly sanitized.

He also inspects other aspects, like the meat quality, condiments used, and to make sure that the product's formula used is the same formula submitted to the USDA by the manufacturer. This prevents any product's alteration and contamination.

A second inspects in the afternoon. This inspector checks all the critical control points, including: final cooking temperature, cooling time and temperature, and storage temperature.

If the working hours exceed 6:00 P.M., another inspector remains in the plant to work through the night. It is important to emphasize that all USDA inspectors are changed every 3 months to avoid complots

Julio Gaspar Isidor

or misunderstanding with the plants managers or employees.

Multinational Wholesalers like Costco and Sam's Club, as well as BJ's and Jetro are very careful with the quality of the products they sell. And this is the reason why these chain stores have their own inspection system, which is very demanding as well. In every manufacturing plant, these wholesalers perform their own evaluations, ensuring that all their requirements are fulfilled. They refuse to sell any product if the manufacturer does not meet their requirements.

The evaluation system made by these private companies is named "Good Manufacturing and Food Safety Audit" (GMP), which begins with the plant evaluation. It also includes the following steps:

- Control program, management and product safety, with supervision at critical control points.
- Quality. Quality control of the product, following a program in which the policy and procedures of each item is clearly detailed.
- Receiving, Storage and Shipping. All merchandise should be labeled with the company name, item description, item number, weight, batch number, expiration date, pack size, and country of origin. This information helps to identify a product and to recall if, for some reason the product has a problem or deficiency. The refrigerated goods should be carried at a suitable temperature to avoid spoilage.
- Sanitation Plant Program. Sets the daily cleansing of the equipments, utensils, floors, walls and ceiling.
- Staff Practice. Every member of the staff should know the Policy and Manual



of the company, which establishes behaviors, rules, and healthy regulations to manufacture the product.

Cibao Meat Products has always exceeded all the standards required by any control department. That is why Cibao Meat's sausages are found in any multinational wholesaler and chain store.

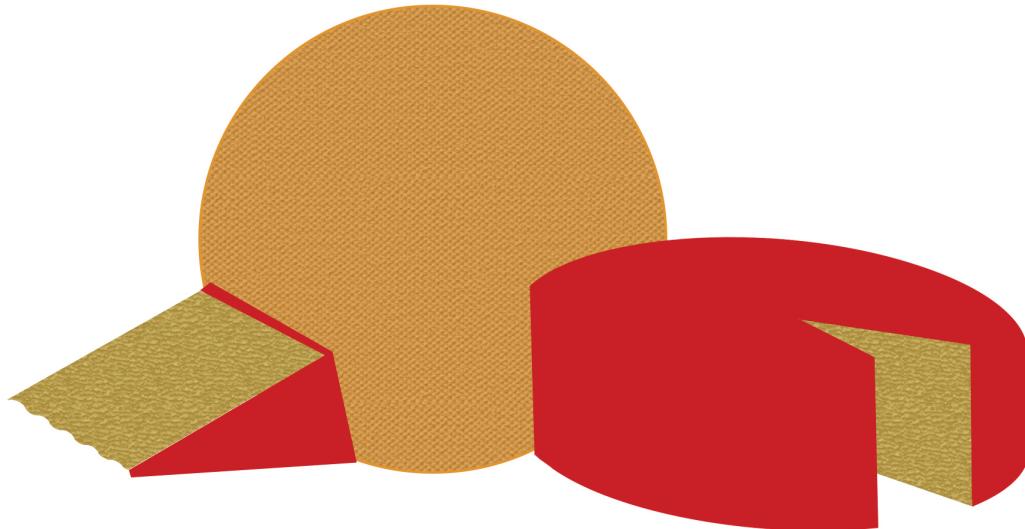
For more than 45 years, Cibao Meat Products has been proving the quality of its products. Our slogan "Quality of Tradition" is not a coincidence. It is the result of our effort, dedication and commitment to carry among our consumers a healthy, delicious, nutritious, and tasty product.

Cibao Meat Products is the leading company in the sausage field. So, when you buy sausages we strongly suggest you to make sure that it has our logo. And remember, "if you don't see our logo from the start, do not put it in your shopping cart".

Cibao Meat Products...more than 45 years of quality and tradition.



TEL: (201) 943-5533
FAX: (201) 943-6840



J.S. CHEESES, INC.
Wholesale Distributor

Robert Píriz

116 Palisade Avenue
Cliffside Park, NJ 07010

**Congratulations to
Cibao Meat Products
on your 45th year of
business...**

**From your friends at
Atlantic Scale Company**



www.AtlanticScale.com



Congratulations
to Cibao Meat Products
on 45 great years in business!

From Justin Hultman
and the rest of your friends at





YELL-O-GLOW

WHOLESALE

Restaurant & Grocery Supplier

**Banana
Processor**

21 Arlington Street
Chelsea, Massachusetts 02150
Tel: 617-544-6300 Fax: 617-394-0470

**Wholesale
Distributor**

Bakery - Beverage - Dairy - Frozen - Grocery - Meat & Deli - Produce - Seafood - General Merchandise

Congratulations
Cibao Meat Products
on your 45 years of business
May we continue our long term
relationship throughout the years.
-Schuster Meat Corp.

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

45 AÑOS EN EL MERCADO

Nueva York. EEUU. (SL) -Con 45 años en el mercado Cibao Meat Products en la actualidad es una de las empresas dominicanas radicadas en los Estados Unidos de mayor importancia y crecimiento económico.

Con base en la ciudad de New York, Cibao Meat Products es vital fuente de empleo a favor del desarrollo de la diversa comunidad hispana que converge en esta ciudad cosmopolita y específicamente en el económicamente minoritario condado del Bronx.



La empresa Cibao Meat Products se encuentra celebrando su 45 aniversario, ocasión que aprovecha para enviar a todos sus fieles consumidores un mensaje de agradecimiento, por tan importante apoyo durante 45 largos años de existencia, brindando el mejor servicio y la mejor calidad en cada uno de sus productos. El sello de garantía que representa la calidad en esta prestigiosa empresa de embutidos, es la confiabilidad de que en su totalidad los productos que distribuyen, son elaborados con mano de obra y materia prima en la nación americana, y bajo la supervisión estricta del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA). Superando a su vez todas las exigencias y estándares que exigen las leyes de esta gran nación americana.

45 años después, Cibao Meat Products sigue demostrando sentirse comprometida en apoyar de manera incondicional a la



Agustín de la Cruz (Sugar).

comunidad dominicana e hispana que representa. A través de sus aportes las entidades y eventos comunitarios, sociales, culturales, deportivos, caritativos, entre otros han encontrado en esta empresa un real e incalculable soporte.

Los grandes y pequeños medios de comunicación de la gran manzana, ven en Cibao Meat Products al importante aliado económico, debido a las constantes inversiones publicitarias que hace la empresa en busca de promover e informar a los consumidores sobre las estrategias y propuestas para el consumo de su gran variedad de embutidos.

Los avances tecnológicos han sido aprovechados no sólo en la parte productiva de la empresa, sino que además se ha establecido un sistema en línea de órdenes en todos los Estados Unidos, para servir a quienes residen en ciudades donde todavía no se cuenta con medios locales de distribución.



El Gerente de Marcas y Administrador, arquitecto Julio Gaspar Isidor, expresa su alto nivel de satisfacción al evaluar el crecimiento y logros obtenidos a través de 45 años de tradición y calidad en el mercado, manteniendo una reputación excelente, la cual le ha permitido a Cibao Meat Products que sus embutidos puedan ser adquiridos en importantes corporaciones nacionales como lo son Costco, BJ'S, Sam's Club, Jetro, Wester Beef, Food Basic, entre otras no menos importantes. (SOYIATINO.NET)



45 YEARS IN THE MARKET

New York. EEUU. (SL). With 45 years in the market Cibao Meat Products today is a very important Dominican company based in the United States with a great economic growth.

Located in New York, Cibao Meat Products is a vital source of employment for the development of the diverse Hispanic community that converges in this cosmopolitan city, specifically in the Bronx.

Cibao Meat Products is celebrating its 45th Anniversary, and at the same time wants to send a message of thanks to all its loyal consumers for their support through these 45 years of existence, providing good service and the best quality in each product.

The signature of guarantee that represents this prestigious company, is made of the trustworthiness that each of its products are prepared with American materials and local labor, and also under the strict supervision of the United State Department



Agustín de la Cruz (Sugar).



of Agriculture (USDA). Cibao Meat exceeds all the requirements and standards required by the laws of the United States.

45 years later, Cibao Meat Products continues showing that it has a commitment to support our community unconditionally. Through its contributions to social and charity events, non profit organizations and cultural organizations, they all have found a real and invaluable support in this company.

In the Big Apple, all the media found in Cibao Meat Products an economic ally, due to its continuous advertising investments, which help the Company to promote its products and to inform the consumers about

its strategies and proposals.

The technological advances have been applied not only in the productive part of the business but they have been used to create an online system that helps consumers get the products in cities where there is no distribution center.

The General Manager, Julio Gaspar Isidor, expresses his satisfaction evaluating their growth and achievements obtained through 45 years of tradition and quality in the market, maintaining an excellent reputation. All these elements combined have helped Cibao Meat sell its products through national corporations like Costco, BJ's, Sam's Clubs, Jetro, and Western Beef, among others.

MADE IN USA



Si no tiene nuestro loguito, no lo pongas en el carrito!™





Congratulations



© 2009 CIBAO MEAT PRODUCTS, INC.

Congratulations on 45 years
of exceptional and masterful meat
processing. Hovus celebrates in recognizing
Cibao's contributions and innovation to the meat industry.



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

hovus
...inventive packaging solutions

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

Salami Induveca Súper Especial
el primero de mallita, líder del
mercado y #1 en ventas.

Salami Induveca Super Special,
the first Salami in net, market
leader and # 1 in sales.

Arroz primavera con
Salami Induveca.
Para recetas visita
www.cibaomeat.com
Rice primavera with
Salami Induveca.
For recipes visit
www.cibaomeat.com

Salami
Induveca



SABIA USTED?

Cibao Meat Products es la líder en la fabricación de Salami y Longaniza al estilo Hispano en los Estados Unidos?*

E I Salami Induveca es uno de los productos de mas alta calidad y que es numero uno como favorito entre la comunidad Hispana?

E I salami Campesino fue el primer fabricado por Cibao Meat en el 1969 y que ya tiene mas de 45 años?

Cibao Meat Products lleva más de 25 años fabricando en USA los productos; Induveca, Sosua y Checo?

A pesar de tener mas de 45 años en el mercado todavía hay mucha gente que no conoce toda la línea de productos de Cibao Meat? Y que la mayoría solo los identifica mediante el loguito?

E l buen trato y la alta motivación que se le da a los empleados en Cibao Meat ha dado como resultado que más del 55% de los empleados tienen mas de 10 años trabajando en la empresa y hay quien tienen hasta 30 años laborando?

A l Don Filo Arénquelami, se le atribuyen poderes afrodisíacos, por su rico contenido de Omega 3 y Fósforo, además de que no tiene grasa saturada (Trans Fat), ni gluten?

L a línea de Productos Don Filo se hizo en honor al fundador de Cibao Meat, el Sr. Siegfried Vieluf (Filo), nacido en Alemania, quien vivió en Republica Dominicana?

E l Salami Del Pueblo, se ha posicionado rápidamente como unos de los productos de mayores ventas?

E l Slogan "Si no es Campesino quitelo de mi camino" fue popularizado por el Rey del merengue Joseito Mateo y que Mateo ha dicho que gracias a su alto consumo de Salami Campesino Casi llega a cumplir los 100 años de edad?

Q ue el Slogan "Si no tiene nuestro loguito, no lo pongas en el carrito," ha sido uno de los slogan que más rápido se ha calado en el publico y que todo el que lo ha oído lo recuerda. Además sabia que el mismo fue, porque la competencia quería confundir al consumidor, haciendo productos aparentemente iguales a los de Cibao Meat, pero de menor calidad?

Cibao Meat Products disfruta de una larga relación con muchos de sus clientes y que el 98 % de sus ventas están basadas en ordenes repetidas de clientes satisfechos?

L os casos donde hay que recoger el producto por falta de calidad, defectos de contaminación, defectos de fabricación, etc., están ocurriendo alrededor del mundo y en los últimos años esta cifra ha ido en un aumento constante? Y que Cibao Meat Products, con mas de 45 años en el mercado nunca se ha visto en la necesidad de recoger un producto por defecto de fabricación, contaminación u otra índole y esa es una de las causas por la que decimos "Tradición de Calidad?"



DID YOU KNOW?

Cibao Meat Products is the leading manufacturer of Hispanic Style Sausages and Salami in the United States?

The Induveca Salami is one of the highest quality products and is number one as a favorite amongst the Hispanic community?

The Campesino Salami was the first product manufactured by Cibao Meat in 1969 and is already more than 45 years old?

Cibao Meat Products has more than 25 years manufacturing, Induveca, Sosua and Checo in USA the products?

Despite having more than 45 years in the market there are still many people who do not know the entire product line of Cibao Meat? And most only identify our products by our logo?

Good treatment and the high motivation that is given to employees at Cibao Meat has resulted in over 55% of employees having more than 10 years working in the company and some have as much as 30 years working with us?

Don Filo Arénquelami, has been attributed aphrodisiac powers, because of its rich content of Omega 3 and Phosphorus, plus it has no saturated fat (Trans Fat), or gluten?

The line of Products Don Filo was in honor of the founder of Cibao Meat, Mr. Siegfried Vieluf (Filo), born in Germany, who lived in the Dominican Republic?

Salami Del Pueblo, has quickly emerged as one of the best-selling products?

The Slogan "If it's not Campesino (get it out of) my sight " was popularized by the King of Merengue Joseito Mateo and Mateo has said that thanks his consumption of Salami Campesino he is nearly 100 years old?

The Slogan "If you don't see our logo from the start, don't put it in the shopping cart," has been one of the catchiest slogans that has been memorized by the public and everyone who has heard it remembers. Did you also know that it was because the competition would like to confuse the consumers, making products appear like those of Cibao Meat, but of lower quality?

The cases where there have been recalls of product for lack of quality, contamination defects, manufacturing defects, etc.., are happening around the world and in recent years this figure has been on a steady rise? And Cibao Meat Products, with over 45 years in the market has never had to recall a product from the market due to a contamination or manufacture defect or other kind and that is one of the reasons why we say that we are "Tradition of Quality"?



Salami Salapeño

Tacos al estilo Salapeño.
Para recetas visita
www.cibaomeat.com
Tacos Salapeño style.
For recipes visit
www.cibaomeat.com

Salapeño: Una mezcla perfecta de Carne de cerdo ahumada, res y Jalapeño, para satisfacer su paladar.

A perfect balance of mouth-watering Beef, smoked Pork and spicy Jalapeño to satisfy your appetite.



Congratulations **CIBAO MEAT PRODUCTS**

ON THEIR 45TH ANNIVERSARY
IT IS AN HONOR TO BE SERVING YOU FOR THE LAST 15 YEARS.
WE WISH YOU MANY MORE YEARS OF SUCCESS AND PROSPERITY



Caner Distributing Corp.

Aluminum clips, Loops, Machines and More
Contact: Julio Alfonso, Cell: 786-554-6313, Email: jalfonso@caner.net

**8567 Coral Way, Suite 257, Miami FL 3315 Tel: (305)596-1281 Fax: (305)
552-8483**
www.caner.net

85

Lake 80

75

70

65

60

CYN-CHRISS IMPORT CORP.

WHOLESALE *Productos Tropicales*



423W 203 STREET

"Yo Soy Dominicano"



SALUTTI

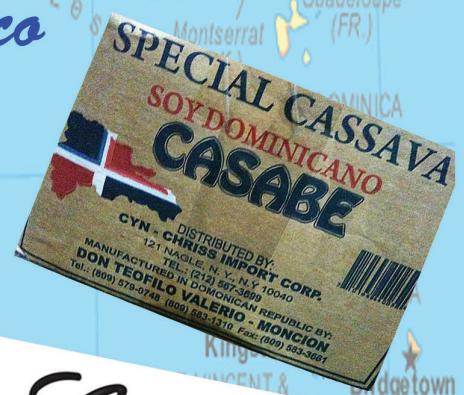
Felicitando a Cibao Meat Products en su 45^{avo} Aniversario.

Vendemos Productos
Dominicanos, Doméstico
y Internacionales

Localizado en
423 west 203rd St.
New York, NY 10034
212-567-3699



Wholesales@cyn-chriess.com
www.Cyn-Chriess.com



CIBAO MEAT PRODUCTS, INC.: RESEÑA DEL ÉXITO

Al mismo tiempo en el que en Cibao Meat Products (CMP) celebramos nuestro 45 Aniversario, me siento orgulloso de compartir con ustedes algunas de nuestras mas recientes y éxitosas historias de ventas y mercadeo las cuales han ocurrido en los últimos cinco años.

Durante uno de los peores momentos económicos en nuestra historia reciente, Cibao Meat Products tuvo la fortuna de haber experimentado un gran crecimiento. Nos hemos adaptado a esta economía buscando formas de aminorar costos y aumentar al máximo la eficiencia en nuestra planta. Mientras muchos de nuestros competidores y otras empresas de alimentos aumentaban sus precios, nosotros mantuvimos el mismo precio a los minoristas, y por lo tanto, a nuestros consumidores. Durante este tiempo, muchas familias se vieron en la necesidad de preparar sus alimentos en lugar de salir a comer fuera. Se dieron cuenta de que, nuestros salamis de alta calidad no solo aliviaban sus bolsillos, sino que también podían ser utilizados en un sin número de platos y recetas. Estos son algunos de los factores que contribuyeron a nuestro crecimiento.

Mientras que la comunidad dominicana sigue siendo nuestro mayor consumidor, nuevas estrategias de promoción y mercadeo han aumentado nuestra exposición dentro de otros grupos Hispanos y étnicos. Mexicanos, Cubanos, Puerto Riqueños, Colombianos así como también otras comunidades de Centro y Sur América, forman parte del nuevo conglomerado al que nos dirigimos. Recientemente hemos introducido nuestros productos al mercado Asiático, el cual incluye consumidores filipinos y chinos. Otro gran factor influyente en nuestro éxito ha sido la adición de nuevos productos.



Edgar Soto



Nuestra línea de salami Don Filo, la cual lanzamos durante nuestro 40 Aniversario, se ha convertido en una gran adición. Don Filo Salami de Pollo y la Don Filo Jamonada de Pavo han capturado la atención de nuestros consumidores conscientes de la salud y atrajo a aquellos consumidores no-hispanos a nuestros productos. Una nueva penetración en el mercado y una nueva distribución fueron otros factores en el incremento de nuestras ventas. A medida que continuamos trayendo nuestros productos desde la bodega del vencindario hasta los principales supermercados, varios reportes de mercadeo muestran a Cibao Meat Products como líder en el mercado (ver la siguiente figura):

Ventas del Fabricante de Carnes refrigeradas sin cortar

MULO -ventas de Carnes refrigeradas sin cortar, por compañías líderes

| Compañía | 52 semanas* \$Millones | Participación en el Mercado % |
|---------------------------------|---------------------------|----------------------------------|
| Smithfield Foods, Inc. | \$ 56.60 | 25 |
| Hormel Foods, LLC | \$ 15.00 | 6.6 |
| ConAgra Foods Inc. | \$ 10.10 | 4.5 |
| Kraft Foods Inc. | \$ 10.30 | 4.5 |
| Hillshire Brands Co. | \$ 9.60 | 4.3 |
| Tyson Foods Inc. | \$ 7.80 | 3.4 |
| Frank Brunckhorst Co. | \$ 7.10 | 3.1 |
| Cibao Meat Products Inc. | \$ 6.60 | 2.9 |
| Cloverdale Foods Co. | \$ 5.10 | 2.2 |
| Fiorucci Foods Inc. | \$ 0.80 | 0.3 |
| Private Labels | \$ 13.30 | 5.9 |
| Otros | \$ 84.30 | 37.3 |
| Total | \$ 226.60 | 100 |

*52 semanas terminando en Marzo 25, 2012

Este reporte está basado en las ventas MULO provenientes de Information Resources, Inc. MULO se define como Salidas Múltiples, representantes de las siguientes fuentes: Total U.S. Grocery, Mass, Total U.S. Drug, Total Walmart, Dollar, Military, y Club.

Hoy día los productos de Cibao Meat (CMP) pueden ser encontrados en varios supermercados a lo largo y ancho de la costa este-actualmente alcanzando hasta la parte norte como en Market Baskets en Massachusetts y en la parte sur los Supermercados Sedanos en Miami, Florida. Nuestros productos están también a la venta en tiendas locales en Alaska, así como también en cadenas de supermercados en Puerto Rico. Del mismo modo, nuestros artículos están disponibles en presentaciones mas grandes en tiendas como BJ'S, Sam's Club y Costco. Para los consumidores fuera de nuestro alcance, hemos actualizado nuestra página de internet haciéndola mas fácil para que coloquen sus pedidos. Estas historias de progreso son solo algunos de nuestros muchos logros en las áreas de ventas y mercadeo. De seguro que serán una fuerza impulsora en el éxito continuo de Cibao Meat Products por muchos años mas.

CIBAO MEAT PRODUCTS, INC.: A SUCCESS PROFILE.

As Cibao Meat Products (CMP) celebrates our 45th anniversary, I am proud to share some of our recent sales and marketing success stories that have taken place during the past five years.

During one of the worst economic markets in recent history, Cibao Meat Products was fortunate to have experienced major growth. We adapted to this economy by looking for ways to cut our costs while maximizing efficiency in our plant. While many of our competitors and other food companies were raising their prices, we managed to maintain our cost to retailers, and therefore, the consumers. During this time, many families found themselves returning to home cooked meals rather than dining out. They found that our quality salami products not only stretched their tight food budgets, but they also could be used in many recipes and meals. These are just a few of the factors that contributed to our growth.

While the Dominican community is still by far our largest consumer, new marketing and promotional efforts have increased our exposure to many other Hispanic and ethnic groups. Mexican, Cuban, Puerto Rican, Colombian as well as several other Central and South American communities are among those we are now reaching. In addition, we took the bold leap recently and introduced our products into the Asian market which is reaching Filipino and Chinese consumers.

Another major factor in our success has been the addition of new products. Our Don Filo line of salami, which launched during our 40th Anniversary year, has become a great addition. Don Filo Chicken salami and Don Filo Turkey Ham salami have captured the attention of the health conscious consumer and attracted non-Hispanics to our products.

 *Edgar Soto*



New market penetration and new retail distribution was another factor for our increase in sales. As we continue to bring our products from the neighborhood bodega into the main stream supermarkets, many marketing reports are now showing Cibao Meat Products as a category leader in the marketplace-see chart below:

Manufacturer Sales of Refrigerated Unsliced Lunch Meat

MULO sales of refrigerated non-sliced lunch meat, by leading companies

| Company | 52 weeks* \$million | Market Share % |
|---------------------------------|---------------------|----------------|
| Smithfield Foods, Inc. | \$ 56.60 | 25 |
| Hormel Foods, LLC | \$ 15.00 | 6.6 |
| ConAgra Foods Inc. | \$ 10.10 | 4.5 |
| Kraft Foods Inc. | \$ 10.30 | 4.5 |
| Hillshire Brands Co. | \$ 9.60 | 4.3 |
| Tyson Foods Inc. | \$ 7.80 | 3.4 |
| Frank Brunckhorst Co. | \$ 7.10 | 3.1 |
| Cibao Meat Products Inc. | \$ 6.60 | 2.9 |
| Cloverdale Foods Co. | \$ 5.10 | 2.2 |
| Fiorucci Foods Inc. | \$ 0.80 | 0.3 |
| Private Labels | \$ 13.30 | 5.9 |
| Others | \$ 84.30 | 37.3 |
| Total | \$ 226.60 | 100 |

*52 weeks ending March 25, 2012

The above figures are based on MULO sales data from Information Resources Inc., InfoScan Reviews. MULO is defined as Multi Outlet, representative of the following channels: Total U.S. Grocery, Mass, Total U.S. Drug, Total Walmart, Dollar, Military, and Club.

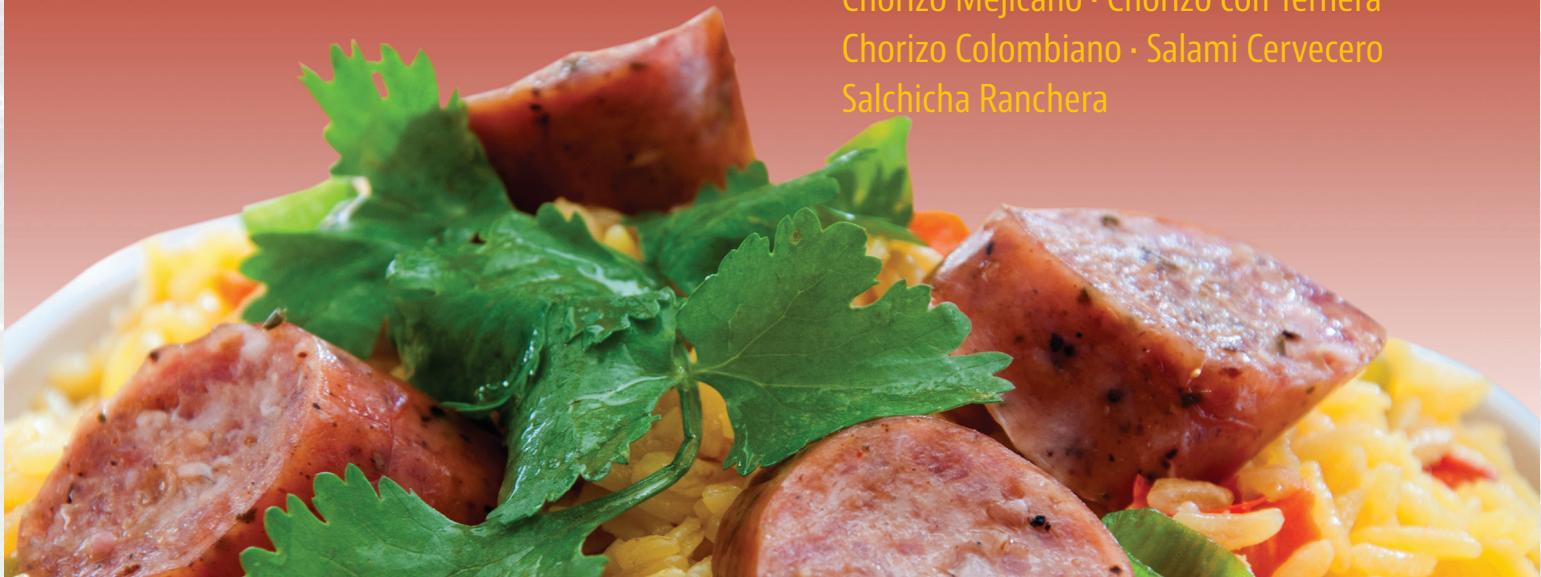
Today Cibao Meat Products' (CMP) can be found in many supermarkets up and down the east coast – currently reaching as far North as Market Baskets in Massachusetts and as far South in Sedano's in Miami, Florida. Our products can also be found in a local supermarket in Alaska as well as several supermarket chains in Puerto Rico. In addition, our products are now available in major big box stores such as BJ's, Sam's Club and Costco. For customers outside the markets we are located in, we have updated our website making it easier to place online orders.

These stories of progress are just a few of our many achievements in sales and marketing. They will surely be a driving force in the continued success of Cibao Meat Products for many years to come.

Zenú

CONGRATULATES CIBAO MEAT PRODUCTS ON ITS 45TH ANNIVERSARY

Try any of our delicious varieties:
Chorizo Mejicano · Chorizo con Ternera
Chorizo Colombiano · Salami Cervecerio
Salchicha Ranchera



TecnologíaSoft.com

NY: 212-234-6942 RD: 809-547-3730

Una Compañía Dedicada al
Desarrollo de Sistemas en Línea Para Mejor
Funcionamiento y Organización de Empresas

ContableSoft.com

Sistema Diseñado Para Múltiples
Tipos de Negocios.

(Mayoristas-Almacenes-Cash N Carry)
Y Mucho Más!!

EmbarqueSoft.com

Sistema Diseñado Para Embarcadores.



MundoFox felicita a
Cibao Meat Products
en su **45^{AVO}** Aniversario.

Hoy nos sumamos a festejar la
“Tradición de Calidad”
que brindan a la comunidad!



MUNDOFOX
NEW YORK

Canal WPXO-LD 34.1 Y por Cable TV en:
CableVisión: Bronx & Brooklyn: 29 and Rest of Areas: 107
Fios: New Jersey 15 New York & Connecticut 20
Xfinity: 267 & 557

Dominirico

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

*Felicitá a Cibao Meat Products por su 45
Aniversario de excelente servicio a la
comunidad hispana siendo ejemplo de seriedad
y su gran labor humanitaria.
Gracias!*

DAT SCHAUB • CASING ASSOCIATES • WOLFSON CASING CORP.

Have Combined To Form



DCW CASING LLC
700 South Fulton Avenue
Mount Vernon, NY 10550
800-221-8042

*Supporting the industry with the finest
in natural and artificial casings.*

M.A.J. ENTERPRISES, INC.
200 SOUTH SERVICE ROAD-SUITE 103
ROSLYN HEIGHTS, NY 11577
PH ~ 516-625-0110 FAX ~ 516-635-0881

DISTRIBUTORS OF STRETCHWRAP
PRESSURE SENSITIVE & WATER ACTIVATED TAPES
POLY BAGS & ALL PACKAGING SUPPLIES



WE HAVE WAREHOUSES IN MELVILLE AND RONKONKOMA, NEW YORK
AND ALSO IN EAST RUTHERFORD, NEW JERSEY
EMAIL ~ stevemaj@verizon.net ~ ~ joanmaj@verizon.net

Radhames
Valerio

Su Vendedor de New Jersey



Felicitá a la gran familia de Cibao
Meat Products, en la celebración de
su 45 Aniversario. Mas de 4 décadas
añadiendo sabor a nuestra cocina
Hispana.

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

Para Ordenes: **718-993-5072**

TRABAJANDO JUNTOS POR MAS DE 25 AÑOS

En varias oportunidades se me ha preguntado que cómo es posible que mi esposa Lutzi Vieluf Isidor y yo trabajemos juntos en Cibao Meat Products por tanto tiempo y no tengamos conflictos en el trabajo.

El caso no es solo eso, sino que además mi esposa es la presidenta de la empresa y yo, el gerente general. De forma jocosa he llegado a decir que ella es mi jefe en el trabajo y yo su jefe en la casa. Pues bien, después de tener más de 25 años trabajando juntos hemos madurado en varios aspectos de la vida.

No puedo negar que en un principio quizás yo le dije o le recomendé algunas cosas que ella no quiso escuchar por tener su propio criterio, pero hoy día con la experiencia individual que hemos adquirido y con la admiración de la capacidad de cada uno, nos sentimos casi incapaz de dar un paso si antes consultarla entre ambos.

Pero en realidad creo que el secreto para llevarnos bien trabajando juntos es que en realidad ella no me da órdenes sino que me pide las cosas. Y yo no trato de imponer mi criterio sino que le hago mis sugerencias. Esto lógicamente cuando son cosas de orden administrativo ya que la mayoría de decisiones importantes se discuten en las reuniones de los ejecutivos de la empresa.

Aunque trabajamos juntos, cada uno tiene sus propias responsabilidades y diferentes oficinas. Algunas veces estamos tan ocupados que solo nos juntamos en la hora de almuerzo, al llegar a la empresa y al despedirnos, ya que ella llega temprano y yo salgo mas tarde.

Pero no quiero responder esta pregunta según mi óptica sino que voy a citar a mi asistente Vielka Tejada para conocer su impresión.

Julio Gaspar Isidor



45 Años de Tradición y Calidad™



“Dicen que el equilibrio de las cosas descansa en lo diferentes que las partes involucradas pueden ser. Y un ejemplo muy palpable de esto lo conforman la pareja Isidor Vieluf. Me atrevería a decir que este ha sido el éxito de su unión tanto matrimonial como laboral.

El trabajar junto a los esposos Isidor Vieluf me ha enseñado que el trabajo y el amor son perfectamente combinables. Cada uno tiene claro que papel o función tienen que desempeñar dentro de la empresa, y mantienen una relación de mucho respeto y profesionalismo.

Si en algún momento existiera una diferencia personal entre ambos, los dos han sabido disgregar sus desavenencias personales de las laborales y viceversa, sin que el trabajo de ambos ni el de sus compañeros se vea afectado.

Definitivamente, la unión hace la fuerza y esta pareja de profesionales y esposos ha sabido combinar a la perfección los elementos necesarios para alcanzar el éxito”.



WORKING TOGETHER FOR MORE THAN 25 YEARS

I have been asked in different occasions how my wife Lutzi Vieluf Isidor and I can work together for so long and not have any conflicts.

Besides the fact that we work together, my wife is the President of the company and I am the General Manager. Sometimes, as a joke, I say that she is my boss at work and I am her boss at home. Well, after more than 25 years working together, we have matured in many aspects of life.

I will not deny that at first, I told her or suggested a few things that she did not listen to because she had her personal opinion, but today based on the experience and admiration we have for each other, we feel incapable of doing something without discussing it first.

But I really think that the true secret to have a good relationship at work is that she does not give me orders, she asks me instead. And I do not try to impose my opinion, but I make my suggestions. All this happens

Julio Gaspar Isidor

when we discuss administrative issues because the most important decisions are made by all the company managers together.

Even though we work together, we each have our responsibilities and different offices. Sometimes we are both so busy that we only have lunch together, and say our hellos and good byes since she gets in earlier and I leave later.

However, I do not want to answer this question myself, I will quote Vielka Tejada, my assistant, to express what she thinks:

"Sometimes people say that the balance of things lie in how different things can be. And a very good example of this is the Isidor Vieluf couple. I would say that this has been the success of their marriage and also their working relationship.



Working with the Isidor-Vieluf spouses has taught me that love and work can be perfectly combined. They have their roles very clear and their function within the company, and maintain a very respectful and professional relationship.

If they have a personal dispute between them, they have learned how to disperse their personal and professional disagreements, without affecting their work or their co-workers.

Definitely, unity is strength and this married couple has managed to combine perfectly the elements necessary for success".



“ The most important decisions are made by all the company managers together ”

RECETAS

Pasta con vegetales y Jamoneta Campesino



Ingredientes:

- 1 Paquete de pasta
- 1 Manojo de espárragos frescos
- 6 oz. Jamoneta Campesino cortada en tiras
- 1/2 Medio calabacín pequeño verde
- 1/2 Medio calabacín pequeño amarillo
- 1 oz. Aceitunas negras
- 2 cu. Aceite de oliva extravirgen
- Sal y pimienta al gusto
- Queso parmesano al gusto

Preparación:

Cocine la pasta según las instrucciones del paquete. Corte los espárragos en pedazos diagonales de aproximadamente 1 pulgada. Corte el calabacín en trozos pequeños. Añada el aceite de oliva en una sartén y saltee los vegetales por 3-5 minutos. Aparte los vegetales en un plato. Agregue la Jamoneta y saltee hasta que esté dorada y añada los vegetales y la pasta. Añada sal, pimienta y queso parmesano al gusto.

RECIPES

Penne pasta with vegetables and Jamoneta Campesino.

Ingredients:

- 1 Package of penne pasta
- 1 Bunch of fresh asparagus
- 6 oz. Jamoneta Campesino cut in strips
- 1/2 Small green zucchini
- 1/2 Small yellow zucchini
- 1 oz. Black Olives
- 2 tbsp Extra virgin olive oil
- Salt and pepper to taste
- Parmesan cheese to taste

How to prepare:

Cook pasta according to package instructions. Cut the asparagus diagonally in 1" pieces. Cut the zucchini in small pieces. Add olive oil to pan and sauté vegetables for 3-5 minutes. Set them aside. Add Jamoneta to the pan and sauté until golden. Then, add the vegetables and the pasta altogether. Add salt, pepper and parmesan cheese to taste.

Para ver más recetas visita www.cibaomeat.com

RECETAS

Ensalada de col rizada y calabaza con Salami Especial Campesino

RECIPES

Kale and butternut squash salad with Salami Especial Campesino



Ingredientes:

- 1 Paquete de col rizada
- 1 Paquete de ensalada mezclum
- 8 oz. Salami Especial Campesino cortado en cubos
- 1 Paquete de tomate cherry
- 1 Lata maiz
- 1 Calabaza de butternut
- 2 cu. Aceite de oliva extravirgen
- Sal y pimienta al gusto

Preparación:

Pele y corte la calabaza en pequeños cuadritos. Sazone con sal, pimienta y aceite de oliva. Ponga la calabaza en una bandeja para hornear. Caliente el horno a 350 grados y hornee por 20-25 minutos. Saltee los pedazos de salami hasta que estén dorados. Deje enfriar el salami y la calabaza antes de mezclar con la ensalada. Corte la col rizada en trozos pequeños. En un bol, mezcle la col rizada con la ensalada mezclum, el salami, la calabaza, el maiz y los tomates. Añada su aderezo favorito antes de servir.

Ingredients:

- 1 Bunch of fresh kale
- 1 Package of mesclun salad
- 8 oz. Salami Especial Campesino cut in cubes
- 1 Package of cherry tomatoes
- 1 Can of corn
- 1 Butternut squash
- 2 tbsp Extra virgin olive oil
- Salt and pepper to taste

How to prepare:

Peel and cut the butternut squash in small cubes. Season with salt, pepper and olive oil and lay flat on a baking sheet. Heat oven to 350 degrees. Bake the butternut squash for 20-25 minutes. Sautee the salami cubes until golden. Let the salami and the squash cool down before tossing into salad. Cut the kale in small pieces, and mix with the baby lettuce in a bowl. Add corn, cherry tomatoes, butternut squash and salami. Add your favorite dressing before serving.

For more recipes visit www.cibaomeat.com

Bell Container Corp.

We are proud to be a valued supplier to
Cibao Meat Products



Manufacturers of Corrugated Shipping Containers
P.O. Box 5728 – 615 Ferry Street
Newark, NJ 07105-0728
Phone: 973-344-4400

Sales Representative: Pat Dineen
Fax: 973-344-0817
Cell: 201-320-8502
pdineen@bellcontainer.com

www.bellcontainer.com



NEBRASKALAND

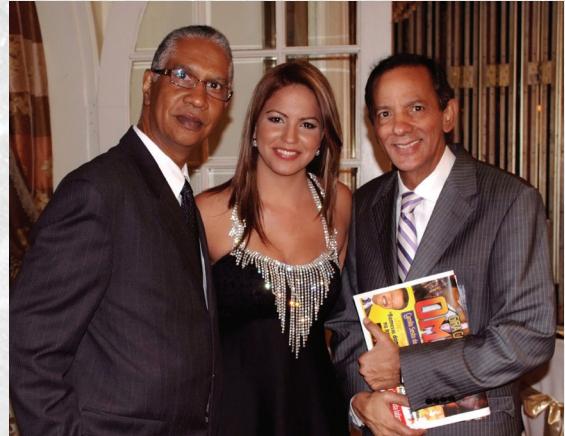
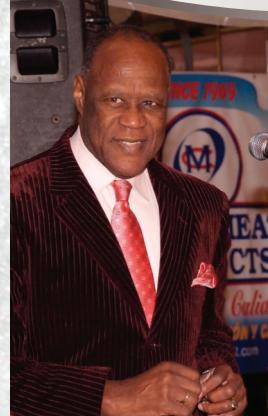
DISCOVER THE DIFFERENCE

DEPENDABLE SERVICE SINCE 1989



- Weekly sales Ad
- New Delivery System
- 98% of delivery Completed by 1:00pm
- State of the Art GPS Monitoring
- Holiday Flyer
- Monday—Saturday Pick up Option
- Delivery In Severe Weather Conditions
- Pallet Photography for Reconciliation

Celebraciones Celebrations



Congratulations Cibao Meat Products



45th
Anniversary

RIVAS TRAVEL.COM

Insurance & Business Services

Excellent Professional Services Since 1979

David Rivas, EA

IRS Enrolled Agent & Lic. Insurance Broker

*Audits & Representation *Business & Tax Consultants

*All Travel Services

*Immigration Advisers

*All Type of Insurance

*Divorces & Bankruptcies

4321 Broadway & 184th Street
New York, NY 10033
(212) 928-7000



2534 Marion Ave. & E. Fordham Rd.
Bronx, NY 10458
(718) 295-5510

Pruebe nuestra amplia variedad de Chorizos
y Longanizas a la parrilla! Para recetas visita
www.cibaomeat.com

Try our wide variety of Chorizos and Longanizas
on the grill! For recipes visit www.cibaomeat.com



**Congratulations on
45 Successful Years
to
Cibao Meat Products, Inc.**

**Looking forward to continuing a
long and enduring relationship!**

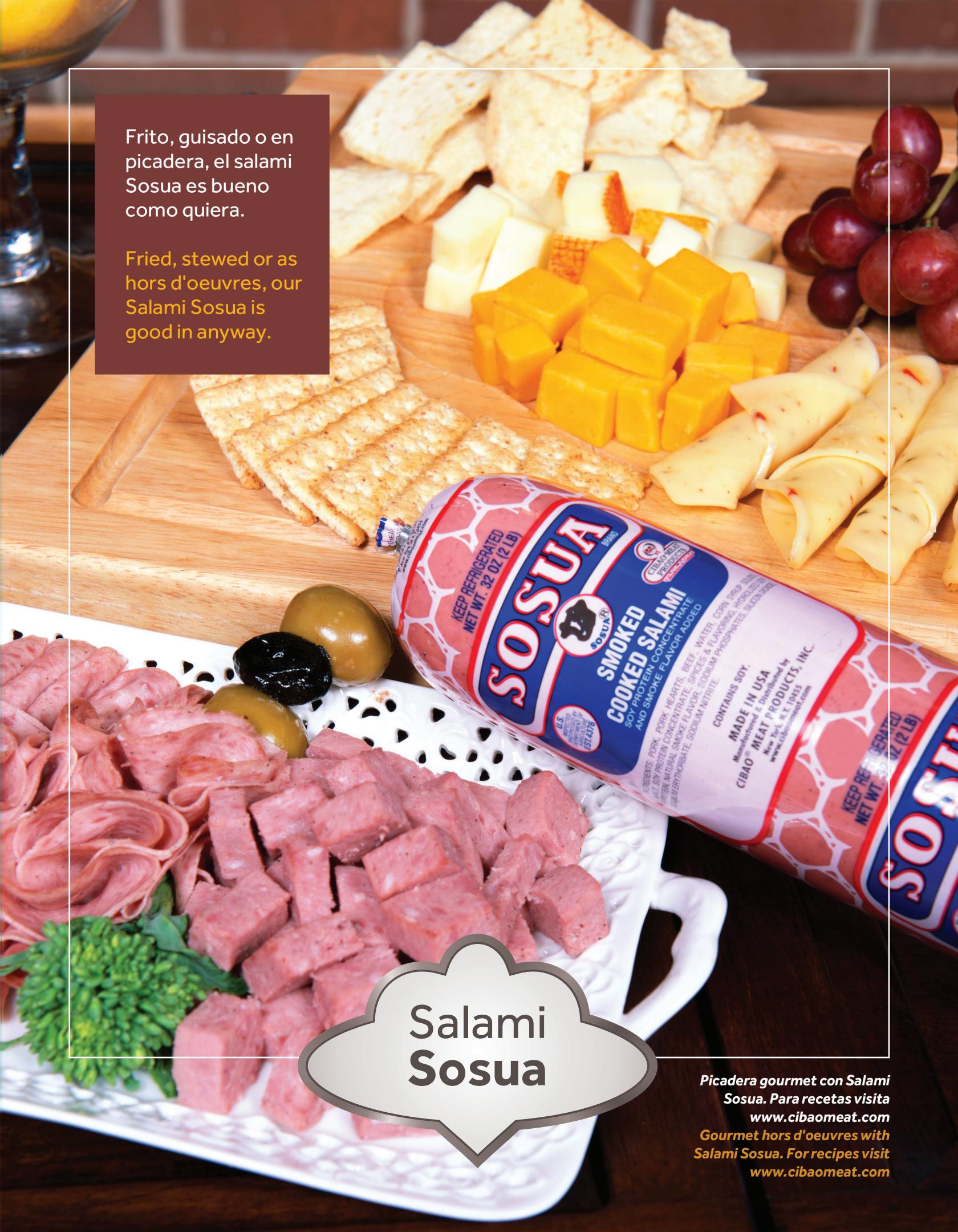
Michael L. Meyers
Senior Consultant
Strategies for Wealth



Michael Meyers is a Financial Representative of The Guardian Life Insurance Company of America, New York, NY.
Strategies for Wealth is not an affiliate or subsidiary of Guardian.

Frito, guisado o en picadera, el salami Sosua es bueno como quiera.

Fried, stewed or as hors d'oeuvres, our Salami Sosua is good in anyway.



Salami
Sosua

Picadera gourmet con Salami Sosua. Para recetas visita www.cibaomeat.com
Gourmet hors d'oeuvres with Salami Sosua. For recipes visit www.cibaomeat.com







*From our family
to yours*



Like Us on Facebook

For great recipes visit www.hatfieldqualitymeats.com

GRACIAS POR EXISTIR

No nos cansamos de darles gracias:

Cibao Meat, Gracias por existir!

Gracias a Dios por los 45 años de existencia de Cibao Meat Products.

Gracias a esta empresa, dirigida por amigos y amigas sensatas que contribuyen tan sinceramente a la comunidad y que cada día dedican gran parte de su agenda a que, en sus sueños, gente con talento puedan abrir sus ojos a un mundo factible y puedan tocar la intermitente luz del éxito.

En una ciudad trepidante y, a veces, desfavorables para los trabajadores latinos de la comunicación, siempre pienso: qué alma tan bella la del fundador de Cibao Meat, el señor Siegfried Vieluf (Don Filo), porque conjuntamente con la creación de esta compañía productora de embutidos de excelente calidad inculcó a sus hijos Heinz y Lutzi Vieluf una mística especial de relaciones públicas, con una sensibilidad que ha permitido que todo el conglomerado que dirige y los que laboran en esta compañía sigan ofreciendo ese trato especial a cada miembro de la comunidad que, por diferentes razones, se pone en contacto con los representantes de Cibao Meat Products.

En cuanto a los miembros de los medios de comunicación, un cuerpo de la comunidad tan vulnerable, ahí también las atenciones de Julio Gaspar Isidor, Gerente General de Cibao Meat, dan en el punto exacto. El sabe que todos somos distintos,

Roberto Gerónimo

y por lo tanto, el señor Isidor tiene esa capacidad de sociabilizar satisfactoriamente con la gente de los medios de comunicación y los postulados de la marca de la empresa que dirige.

Gracias a Cibao Meat, los trabajadores de la cultura y de la comunicación cuentan con una compañía aliada. Sobre todo, aquellos que se abren paso en esta nación norteamericana. El respaldo va más allá de la colocación publicitaria y del patrocinio de eventos. Cibao Meat es ente de estímulo a través de los diferentes actos para exaltar y reconocer la labor de los personajes que con su trabajo depurado y buen comportamiento se convierten en representantes autorizados de nuestra comunidad.

El sentimiento más importante y de mayor justicia que puede expresar un ser humano es el de dar gracias a quien o a quienes la merecen. Sin ese respaldo y asesoría solidaria de la familia Cibao Meat, sería muy difícil llevar a cabo la labor de productores dependientes, independientes o interdependientes.

Según lo define el educador norteamericano



Stephen Richards Covey (1932-2012): "Las personas dependientes necesitan de los otros para conseguir lo que quieren. Las personas independientes consiguen lo que quieren gracias a su propio esfuerzo. Las personas interdependientes combinan sus esfuerzos con los esfuerzos de otros para lograr un éxito mayor".

Esta compañía de comestibles suculentos da participación a todos los que hacen vida fuera de sus respectivos lares nativos y que llevan en su pecho la llama emprendedora de los triunfadores. Sin duda alguna, que es la mejor manera de contribuir al desarrollo de una comunidad saludable, fuerte y competitiva.

Gracias por existir! Enhorabuena CIBAO MEAT PRODUCTS, en su 45 Aniversario.



THANK YOU FOR EXISTING!

Roberto Gerónimo

Thank God for Cibao's 45 years of existence. Thanks to this company, run by sensible friends that contribute wholeheartedly to the community and that daily they dedicate a big part of their agenda, their dreams and talents, to make Cibao a success.

In a chaotic and sometimes unfavorable city for latinos in the media, I always think of what a great person Cibao's founder, Siegfried Vieluf (Don Filo) was, because along with the creation of this excellent sausage manufacturing company, he instilled a special relationship with Heinz and Lutzi Vieluf with the media. Through them, the whole conglomerate that represents Cibao Meat always treats each member of the community cordially.

The treatment that we, as vulnerable members of the media, receive from the

advertising department represented by Julio Gaspar Isidor, is exceptional. He knows that each one of us is different, and because of this, Mr. Isidor has the ability to satisfactorily socialize with us without compromising the company's well respected image.

Thanks to Cibao Meat, workers of the culture and communications count with an allied company. Mainly, those who are making their own way in the United States. Their support goes beyond the advertising placement and sponsorships of events. Cibao Meat is an entity that stimulates through various activities to celebrate and recognize those who, with their refined work and good behavior, become authorized representatives of our community.

The most important feeling that a human being can express is to thank those who deserve it. Without the support and

solidarity of the Cibao Meat, would be very difficult to carry out the work of dependent, independent, or interdependent producers.

Stephen Richards Covey (1932-2012), an American educator, once said: "Dependent people need others to get what they want. Independent people get what they want through their own effort. Interdependent people combine their efforts with the efforts of others to achieve greater success".

This sausage manufacturing company gives participation to all that live outside their native land and want to pursue their dreams. Undoubtedly, this is the best way to contribute to the development of a healthy, strong and competitive community.

Thank you for existing! Congratulations CIBAO MEAT PRODUCTS, on your 45th Anniversary.

APOYO AL FOLKLORE





Congratulations

CIBAO MEAT PRODUCTS

on your 45 years of business
from Kamler, Lewis & Noreman LLP
Accounting for Success Since 1987

**"Where Taste is a Matter of Preference...
Quality is a Matter of Fact"**

Tel: 516-829-0900

<http://www.klncpas.com/>

Fax: 516-829-0906

#82

Keep your eye on
what matters most.



SMRU496908(Exp.01/11/2015)
© 2013 New York Life Insurance Company, 51 Madison Avenue, New York, NY 10010



Together let's plan
for the future so
you can continue
all the good you do
in your life.

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

Registered Representative offering
investments through NYLIFE Securities
LLC (member FINRA/SIPC), A Licensed
Insurance Agency.

Life Insurance. Retirement. Investments.

KEEP

GOOD

GOING

NEW
YORK
LIFE

CONTROL DE CALIDAD TOTAL EN NUESTRO PRODUCTOS

“La calidad no se controla, se fabrica.”

Elaborar productos con Calidad significa no solo corregir o reducir defectos, sino prevenir que estos sucedan. Por eso en nuestra producción nos enfocamos en la Calidad Total.

El prestigio industrial de Cibao Meat Products, Inc. depende de la perfección de elaborar un producto siempre con calidad, lo que hemos mantenido por más de 45 años. De aquí nuestro eslogan “Tradición de Calidad”.

En la industria de alimentos, un producto con excelencia es un producto libre de defectos, deficiencias y variaciones significativas. Esto implica elaborar un producto que cumpla con todos nuestros estándares de calidad, y con las normas gubernamentales de los Estados Unidos. Por tal motivo, nuestra compañía nunca ha tenido que recoger del mercado un producto por contaminación o defecto de elaboración.

En nuestra industria tenemos “herramientas para asegurar la calidad de fabricación”, entre estas están las siguientes: elección de suplidores, control de materia prima, aditivos y saborizantes, valores nutritivos, análisis microbiológico, químico, físico y organoléptico, control de características físicas y químicas como son: tamaño, forma, apariencia, espesor, textura, color y sabor.

La finalidad nuestra de fabricar embutidos, consiste en elaborar productos confiables (sanos) desde el punto de vista sanitario, con buena presentación, siempre el mismo sabor, uniformes, nutritivos, que agraden a los consumidores, a precios lo más reducidos posible. De esta forma hemos garantizado la permanencia en el mercado, optimizando las condiciones de competencia y facilitando el aumento en las ventas.

Como se postula en el enfoque de la Calidad Total, para resolver los problemas o variaciones y mejorar la calidad, es necesario basarse en hechos reales y

Elizabeth Garcés

objetivos, y no dejarse guiar solamente por el sentido común, la experiencia o la audacia. Además es necesario aplicar un conjunto de herramientas estadísticas siguiendo un procedimiento sistemático y estandarizado de solución de problemas, lo cual es bien conocido en Ingeniería de Alimentos.

El camino hacia la Calidad Total de todos nuestros productos, además de requerir el establecimiento de una filosofía de calidad, nos ha enseñado a crear una nueva cultura, mantener un liderazgo, desarrollar al personal y trabajar en equipo. La calidad e inocuidad de los alimentos se logra con higiene y con un sistema de Análisis de Puntos Críticos de Control de Calidad, y metodología de capacitación y entrenamiento al personal encargado.

El HACCP. Las siglas corresponden a la designación inglesa Hazard Analysis and Critical Control Points, es decir “Análisis de Riesgo y de los Puntos de Control Críticos”.

El sistema se basa en los siguientes pasos:

- a) Analizar los posibles riesgos asociados con un alimento.
- b) Identificar puntos críticos de control en el proceso de producción de un alimento.
- c) Establecer medidas preventivas con límites críticos para cada punto de control.
- d) Programar procedimientos para monitorear los puntos de control.
- e) Generar acciones correctivas en caso de que el monitoreo muestre un límite crítico no logrado.
- f) Establecer un método efectivo para llevar registros que permitan documentar el sistema de Análisis de Riesgo y Puntos Críticos de Control.
- g) Aplicar procedimientos para verificar que el sistema funcione correctamente.



Todos estos pasos se encuentran respaldados por un criterio científico, que asegura su aplicación. Nosotros en Cibao Meat, somos los primeros en celar la calidad de nuestros productos, porque nuestro orgullo es que superamos todos los estándares establecidos.

Con más de 45 años en el mercado, se comprende por todo lo expuesto, porque decimos que somos “Tradición de Calidad”.



TOTALLY CONTROL OF QUALITY IN OUR PRODUCTS

Manufacturing products with quality means not only to correct or reduce defects, but prevent them from happening. So, in our plant we are focused on Total Quality.

The prestige of Cibao Meat Products, Inc. within our industry depends on the perfection of manufacturing a product with quality, which we have maintained for over 45 years. Thus our slogan "Tradition of Quality".

In the food industry, an excellent product does not have defects, deficiencies, or significant variations. This involves manufacturing a product that meets all our quality standards, and with all US government's regulations. For this reason our company has never had to recall a product from the market due to a contamination or manufacturing defect.

In our industry we have tools to ensure the manufacturing quality, and among these are the following: supplier's choice, raw material control, additives and flavors, nutritional values, microbiological analysis, chemical, physical and organoleptic, control of Physical and Chemical characteristics such as: size, shape, appearance, thickness, texture, color and flavor.

Our purpose in making sausages is to manufacture reliable products (healthy), with good presentation, always the same flavor, even, nutritious, and pleasing our consumers at prices as low as possible. Thus we have guaranteed our stay in the market, optimizing the conditions of competition and facilitating our sales increase.

As postulated in the Total Quality approach, to resolve problems or variations and to improve the quality, it is necessary to be based on facts and real goals, and not be guided only by common sense, experience or audacity. It is also necessary to apply a set of statistical tools following a

Elizabeth Garcés

systematic and standardized troubleshooting method, which is well known in Food Engineering.

The road to Total Quality of all our products requires the establishment of a quality philosophy, and also has taught us to create a new culture, to maintain a leadership, staff development and teamwork. The quality of our products is achieved thorough a good hygiene and with a system of Analysis of Critical Point of Quality Control, and training the staff in charge.

HACCP. The initials stand for the English designation Hazard Analysis and Critical Control Points.

The system is based on the following steps:

- a) Analyze the potential risks associated with food.
- b) Identifying critical control points in the production process of a product.
- c) Establish preventive measures with critical limits for each control point.
- d) Set procedures for monitoring control points.
- e) Generate corrective actions if monitoring shows that a critical limit has not been achieved.
- f) Establish an effective method to keep

“ Quality not only can be controlled, but can be manufactured. **”**



records to document the system of Hazard Analysis and Critical Control Points.

- g) Implement procedures to verify that the system works correctly.

All these steps are supported by scientific criteria, which ensure its implementation. At Cibao Meat, we are the first to save the quality of our products because our pride is to exceed all established standards.

With over 45 years in the market, it is understandable why we say we are a "Tradition of Quality"



45 Years of Tradition and Quality™

REDES SOCIALES

Nos sigues? Somos amigos?
Etiquétame!! Re-twiteame!! Te gusta o
Algún comentario!!! Instagram!!

Estas son algunas de las frases utilizadas entre la juventud hoy en día a través de las redes sociales. Siendo parte del Departamento de Mercadeo estas líneas son bien importantes. Las personas disfrutan ver platos deliciosos en Instagram y en Twitter. Por esta razón es que tenemos cuentas en todos estos medios de comunicación. No solamente disfrutamos ver nuestros productos expuestos tan deliciosamente en varias recetas, sino que también nuestros seguidores pueden apreciar la versatilidad de los mismos. A través de estas cuentas podemos llegar a una amplia audiencia, sin importar su procedencia étnica o racial. Contamos con un canal en YouTube mediante el cual no solo presentamos recetas utilizando los productos de Cibao Meat, sino que también enseñamos paso por paso como prepararlas. Para todas aquellas personas que piensan que no saben cocinar, nuestros videos

le ayudarán a preparar cualquier plato en muy poco tiempo! Si usted tiene una receta utilizando cualquiera de nuestros productos la cual no haya visto en nuestra página de internet, o si piensa que es el creador de algún plato completamente nuevo, envíelo utilizando @CibaoMeatProd#CibaoMeatProductsSalami y nosotros nos aseguraremos de Re-twitearla, etiquetarla y re-crearla por nuestro canal



Jaline Isidor

de YouTube dándole todo el crédito por su idea!

Del mismo modo, nosotros utilizamos las redes sociales para realizar concursos vía radio, distintas páginas de internet, Facebook, Instagram, Twitter o programas de televisión. Busque nuestros comerciales! Si los ve, envíenos sus comentarios por Twitter! (#CibaoMeatProductsTV). Nos encantaría escuchar sus comentarios y sus ideas sobre nuestros comerciales y en donde más le gustaría verlos. Nos sentimos comprometidos con nuestra

varios videos y recetas para casi todos los productos que tenemos. También puede ordenar sus productos favoritos. Conéctese con nosotros a través de nuestras redes sociales o por nuestro correo electrónico. Conozca un poco más de Cibao Meat Products, sobre sus productos, valores nutricionales y las recetas de nuestros salamis más destacadas.

No encuentra nuestros productos en su tienda o supermercado? No se preocupe!!! Visite nuestra página de internet www.cibaomeat.com y tendrá acceso a nuestra gran variedad de productos. A través de nuestra página usted no solo puede adquirir nuestros productos, sino que también puede conocer más de nosotros, quiénes somos, qué hacemos, cuándo y cómo comenzamos. También le informamos de nuestros eventos, tales como desfiles, actividades al aire libre para que usted participe, así lo podemos etiquetar para que sea el posible ganador de nuestros productos o un premio sorpresa. Así que agreguenos!

FACEBOOK:

CibaoMeat Prods

FACEBOOK LIKE PAGE:

Cibao Meat Products

YOUTUBE:

Cibao Meat Products

INSTAGRAM:

@CibaoMeatProd

TWITTER:

@CibaoMeatProd

WEB: www.cibaomeat.com

EMAIL: info@cibaomeat.com

APP: Cibao Meat Products, Inc.

* Nuestra aplicación está disponible en inglés y en español.



SOCIAL MEDIA

**Do you follow me? Are we friends?
Tag me!!! Retweet!!! Like or
Comment!!! Instagram!**

These are all popular things said amongst the youth when it comes to Social Media. Being in the Marketing Department these lines are vastly important. People enjoy seeing delicious food on Instagram and Twitter. Thus why we have our accounts on all these media outlets. Not only do we get to enjoy seeing our products displayed so deliciously in many recipes but we get to let the world know that our products are versatile. By having these accounts we get to reach out to many audiences regardless of ethnic background. We also have a YouTube channel that not only displays recipes using Cibao Meat Products Salami, but also teaches you with step-by-step video instructions. For all of you out there that think they do not know how to cook, our videos will have you cooking meals with our products in no time! If you have a recipe idea using our products you haven't seen on our website or think you've invented something completely new, Tweet or Gram us about it @CibaoMeatProd #CibaoMeatProductsSalami and we'll be sure to: Re-Tweet, Repost and recreate it on our YouTube channel giving you full credit for the idea!

We also use our media outlets for contests via radio, different websites, Facebook, Instagram, Twitter or TV shows. Look for our commercials! If you see them Tweet about it! (#CibaoMeatProductsTV) We would love to hear your thoughts and ideas about our commercials and where else you would like to see them. We are all about giving to the community and seeing what they want. You can voice your opinions through all these outlets. We are listening and trying to do better, after all our slogan is, "Tradición de Calidad" TM (Tradition of Quality), which is our goal and what better way in reaching our goal than by hearing from our audience to continue improving and satisfying our products to fit your needs and taste.

Jaline Isidor

If you have an iPad, we have an App as well. On the app you will find easy access to a lot more video recipes for almost every single product we have. One can easily order Cibao Meat Products' Salami with a tip of their fingers. Connect with us through the app via social outlets or even email. Learn more information about Cibao Meat Products before placing an order with a complete description of the salami, nutritional facts information and the featured recipe for that particular salami.

Don't see our products at a store by you? No worries! Go on our website (CibaoMeat.com) you'll have access to a variety of our products. On the website not only can you order Cibao Meat Products Salami but you could also read about us, who we are, what we do, when we started and how we started. We also post upcoming events such as parades and outdoor events where will be participating, so you could tag along and try our products maybe even win a salami or a surprise prize.

So come on and add us!

FACEBOOK:

CibaoMeat Prods

FACEBOOK LIKE PAGE:

Cibao Meat Products

YOUTUBE:

Cibao Meat Products

INSTAGRAM:

@CibaoMeatProd

TWITTER:

@CibaoMeatProd

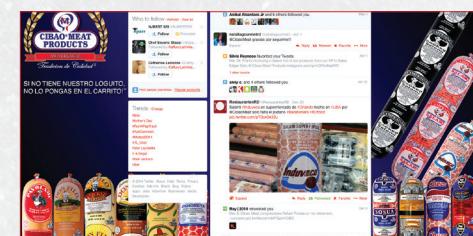
WEB: www.cibaomeat.com

EMAIL: info@cibaomeat.com

APP: Cibao Meat Products, Inc.



Cibao's Instagram Page



Cibao's Twitter Page



Cibao's Website



CONGRATULATIONS

Cibao Meat Products on their *45TH 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



Meats & Provisions

Felicitá a
**Cibao
Meat
Products**

*en la conmemoración
de su 45 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**

Tel: (718) 328-9550

Fax: (718) 328-7377



Don Filo Arenquelami, Don Filo Jamonada de Pavo y Don Filo Salami de Pollo

Son productos que alcanzan la mayor calificación en US, no es por casualidad, sino que en honor a nuestro fundador, ponemos nuestro mayor esfuerzo.

Arenquelami Don Filo, Turkey ham Don Filo and Chicken Salami Don Filo

These are products that reach the highest score in US, and is not by coincidence, but in honor of our founder, we put our best efforts.

Arroz frito con Arenquelami Don Filo.
Para recetas visita www.cibaomeat.com
Fried rice with Arenquelami Don Filo.
For recipes visit www.cibaomeat.com



Pimientos rellenos de Quinoa y
Jamonada Don Pedro. Para recetas
visita www.cibaomeat.com
Quinoa and Jamonada Don Pedro
Stuffed Peppers. For recipes visit
www.cibaomeat.com

Jamonada Don Pedro



Jamonada Don Pedro: hecha con el mas fino
deshuesado jamón ahumado, con sabor
perfecto que agrada a su paladar.

Made with the finest boneless ham, seasoned
and smoked flavor added for the perfect taste.



EL CRECIMIENTO ECONOMICO MUNDIAL Y EL DESARROLLO TECNOLOGICO

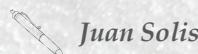
Antecedentes:

Para comprender los cambios que ha tenido la economía a nivel mundial debemos comenzar hablando de los grupos formados por las economías de los países.

- El G-7, es el grupo inicial conformado por las economías de Estados Unidos, Japón, Alemania, Reino Unido, Francia, Italia y Canadá, conformado por originalmente por seis países, se incluyó al Canadá en 1976.
- El G-7 se convirtió en G-8 al aceptar a Rusia en 1998, hoy ha vuelto a ser G-7 al dejar a Rusia fuera debido a la crisis de Ucrania.
- El BRIC es el grupo formado por Brasil, Rusia, India y China, este término es conocido desde el 2001, siendo aceptado por esos países en el 2008.
- El G-20, es un grupo que incluye los países del G-7, del BRIC y Argentina, Australia, Indonesia, Korea del Sur, Arabia Saudita, Sudáfrica, Turquía y la Unión Europea (considerada en su conjunto).

Estos grupos reflejan las posiciones políticas y económicas de las poblaciones que representan, por lo que no deben verse solamente desde el punto de vista económico.

En el presente artículo, nos referiremos al G-7 y al BRIC, porque representan los dos grupos predominante en la economía mundial, el primero porque representa los países que originalmente se consideraron desarrollados y el segundo porque



Juan Solis

representan los países de mayor área, con más recursos y que en los últimos años han tenido un buen desarrollo económico y gran influencia económica a nivel mundial.

EVOLUCIÓN DE LA ECONOMÍA A PARTIR DEL AÑO 2000 – 2008

Para el 2000 la economía de E.U tenía un PIB que ascendía a US\$ 9.754.8 miles de millones, que significaba casi el doble del Japón que era la segunda economía del mundo con US\$ 4,667.4 miles de millones, las otras economías eran la de Alemania (3er lugar), Reino Unido (4to lugar), Francia (5to lugar), China (6to lugar), Italia y Canadá.

En el 2008, EU pasó a US\$ 14,040.8 mil millones, mientras la China subió al tercer lugar, desplazando a Alemania, Reino Unido y Francia. El crecimiento chino fue muy bueno, logrando pasar de un PIB de US\$ 1,1983.5 mil millones en el 2000 a US\$ 3.505.5 mil millones en el 2008.

Durante este periodo todos los países crecieron, pero Rusia, India, Brasil y China fueron los países que tuvieron mayor crecimiento del PIB.

Durante este periodo la desocupación se mantuvo fluctuante alrededor de sus valores tradicionales, observándose incluso una disminución de esas tasas en varios países analizados.

EVOLUCIÓN DE LA ECONOMÍA EN EL PERIODO 2009 – 2013.

Desde el 2008 el mundo se ha visto sumergido en una crisis económica, predominantemente en los países desarrollados, en cambio los países en vías de desarrollo tuvieron un crecimiento sostenido, fundamentados en el aumento de sus exportaciones y en el crecimiento de sus mercados internos. China desplazó al



Japón del segundo lugar, consolidándose en esta posición, las economías de los países desarrollados decrecieron en un principio y después crecieron a una tasa muy baja.

Las tasas de desempleo se comportaron igual, crecieron al principio, para luego mostrar síntomas de recuperación, eso se tradujo en malestar social y cambios en la mayoría de los gobiernos en las economías desarrolladas, mientras los países en vías de desarrollo analizados lograban estabilizarse, excepto en los países árabes. Para el 2013 el PBI del Canadá creció al 2.0%, Reino Unido, Japón y Estados Unidos crecieron entre el 1.3 y el 1.8%, Alemania y Francia crecieron menos del 0.5%, e Italia decreció en un 1.9%, mientras que los países del BRIC crecieron de la siguiente forma: China el 7.7%, la India el 4.4%, Brasil el 2.3% y Rusia 1.3%.

COMPORTAMIENTO PROYECTADO PARA 2014- 2015.

En este año el PIB (2014) de los países analizados, es decir los pertenecientes al G-7, y los del BRIC se proyecta que crezcan, China en un 7.5%, tasa que se considera alta, pero es menor que la de 2013, para 2015 se estima crecerá al 7.3%. La India después de mostrar un ligero signo de estancamiento durante 2012, crece al 5.4% para 2014 y el 6.4% en el 2015. Brasil y Rusia continúan creciendo por debajo al 3.0% anual.

Los países pertenecientes al G-7 se estiman crecerán, el Reino Unido, Canadá y Estados

Continúa en la página 59

ECONOMIC WORLD GROWTH AND TECHNOLOGICAL

Background:

To understand the economical changes that have transpired worldwide, we have to speak of the different economic groups formed by countries.

- The G- 7 is the initial group comprised by the U.S., Japan, Germany, UK, France, Italy and lastly Canada, which was incorporated in 1976.
- The G7 became G8 when Russia was accepted in 1998. Today it has returned to be G- 7 removing Russia due to the crisis in Ukraine.
- The BRIC is the group consisting of Brazil, Russia, India and China. This term is known since 2001, being accepted by these countries in 2008.
- The G- 20 is a group that includes the G-7 countries, the BRIC and Argentina, Australia, Indonesia, South Korea, Saudi Arabia, South Africa, Turkey and the European Union (considered as a group). These groups reflect the political and economic positions of the populations they represent, so it should not be seen only from the economic point of view.

In this article, we refer to the G-7 and BRIC, because they represent the two dominant groups in the global economy. The first group represents the countries which are considered developed, and the second group represents the countries with largest areas, with more resources and that in recent years have had a good economic development and great economic influence worldwide.



Juan Solis



EVOLUTION OF THE ECONOMY FROM 2000 – 2008

By 2000, the U.S. economy had a GDP of to \$ 9.754.8 trillion, which meant nearly double than Japan's, which was the second economy in the world with U.S. \$ 4667.4 billion. The other economies were Germany (3rd place), UK (4th place), France (5th place), China (6th place), Italy and Canada.

In 2008, U.S increased to \$ 14,040.8 trillion, while China climbed to third place, displacing Germany, UK and France. Chinese growth was very good, managing to spend a GDP of U.S. \$ 1.1983.5 trillion in 2000 to \$ 3.505.5 trillion in 2008.

During this period all countries grew, but Russia, India, Brazil and China were the countries that had higher GDP growth.

During this period the unemployment rate fluctuated around their traditional values, even observing a decrease in these rates in the various countries analyzed.

EVOLUTION OF THE ECONOMY FROM 2009-2013.

Since 2008 the world has been submerged in an economic crisis, mainly in industrialized countries, whereas countries in process of development had a sustained growth, based on their increased exports and the growth in their domestic markets. China overtook Japan to a second place, consolidating itself in this position; the economies of developed countries decreased initially and then increased at a very low rate.

Unemployment rates similarly, rising at first and then they showed symptoms of recovery that resulted in a social unrest and changes in most governments in developed

economies, while analyzed countries without an industrialized economy managed to stabilize, except in the Arab countries.

In 2013 the GDP of Canada grew by 2.0%, UK, Japan and the United States grew between 1.3 and 1.8%, Germany and France grew by less than 0.5%, and Italy decreased by 1.9%, while the countries of BRIC grew as follows: China 7.7%, India 4.4%, Brazil 2.3%, Russia 1.3%.

PROJECTED BEHAVIOR FOR 2014-2015

For the analyzed countries, meaning the G-7 and BRIC projections, the GDP for 2014 is expected to increase by 7.5% in China, a considerably high rate, but lower than in 2013, and for 2015, it is expected to increase 7.3%. India after being somewhat stagnant during 2012 grows 5.4% in 2014 and is expected to grow 6.4% in 2015. Brazil and Russia continue to grow at 3% annually.

The countries belonging to the G-7 group are estimated to increase as well. The UK, Canada, and the U.S. will grow at a rate of 2.2 to 3.0%, while Japan, Germany, France, and Italy will grow between 1.0 – 2.0 %.

In regards to the unemployment rate for those years, there will be a progressive decline in general terms caused by the economic recuperation.

TECHNOLOGICAL DEVELOPMENT AND ITS ROLE IN THE ECONOMIC DEVELOPMENT.

No one disputes the relation that exists between the economic development and technology; when there is an economic activity, it's understood that there is a technological one as well. Actually one

Continues on page 59



EL CRECIMIENTO ECONOMICO MUNDIAL Y EL DESARROLLO TECNOLOGICO (CONTINUACION)

actividad económica esta sobreentendido que implica una tecnología. Actualmente una que esta cambiando las perspectivas económicas es la del petróleo de esquitos, lo que permitirá que Estados Unidos se convierta en el primer productor de petróleo a nivel mundial a partir de 2017 y alcanzar la autosuficiencia en el 2035, igualmente muchos países, principalmente los grandes consumidores de petróleo están iniciando la exploración en este campo. ¿Cuál es la consecuencia económica de este cambio?, el cambio geopolítico que conlleva, pues los países que dependen de comprar petróleo para producir energía no lo harán en la medida actual, pensemos en Estados Unidos, reducir sus importaciones de gas y petróleo se refleja en una disminución del déficit comercial y de su balanza de pagos, una estabilización del precio interno de los combustibles y un regreso de las industrias al país.

Se verán afectados los países productores de petróleos, que se han venido beneficiando de sus disponibilidades, eso significa que si no han logrado producir un despegue económico basado en esa abundancia petrolera necesitaran hacerlo contracorriente. Ucrania es un caso que puede motivar a Europa a ser menos dependiente de los combustibles, pues depende en gran medida de Rusia para el gas .

PERSPECTIVAS A MEDIANO Y LARGO PLAZO.

El análisis anterior nos permite observar las siguientes perspectivas:

- Los países del G-7 reinician un proceso de recuperación económica lenta, lo que acentuara la importancia de los países emergentes en la economía mundial.
- Los países del BRIC continuarán creciendo, pero a un ritmo menor, los problemas internos de estos países principalmente en China, Brasil, Rusia y la India se reflejan en una disminución del ritmo de crecimiento, pero tienen dos factores dinamizantes, población que les permite desarrollar su mercado interno y área superficial con muchos recursos.
- Los demás países deberán seguir aprovechando las coyunturas favorables que se presenten y producir un cambio socio-político que desarrolle su mercado interno y fortalezca su economía y continuar en el proceso de integración regional.

ECONOMIC WORLD GROWTH AND TECHNOLOGICAL DEVELOPMENT (CONT.)

consumption of oil, are also exploring this field. What is the economic consequence of this change? The geopolitical change that will arise because of the dependent countries' need to buy oil to produce energy will not be able to purchase in the current measures. For example, if the U.S. reduces its exporting of gas and oil, it translates to a decrease of its commercial deficit and its paying balance, stabilizing the internal fuel price and in turn more industries will return to the country.

Those affected would be the countries that are oil producers that have been benefiting because of its availability. This means that if they have not been able to take off financially based on its oil abundance, they will have to go against the current: Ukraine is an example that could motivate Europe to be less fuel dependent since they highly depend on Russia for gas.

LONG AND SHORT TERM PERSPECTIVES.

The above analysis permits us to observe the following:

- G- 7 countries are starting a slow recuperating process, which will emphasize the importance of the growing, emergent countries in the economy of the world.
- The BRIC countries continue to grow but in a slower rhythm. Although a decrease in growth is seen in China, Brazil, Russia, and India because of internal problems, there are two factors that invigorate their economy: a population that permits them to expand (develop) their internal business (market), and an area with many resources.
- The other countries should continue to take advantage of the favorable situations that are presented to them and produce a socio-political change to develop their internal markets (business) and strengthens their economy and continue the process toward regional integration.



Congratulations
on your 45th
Anniversary!

Wishing continued success
to all the wonderful people
at Cibao Meat Products

P.S. Select Food, Inc.

E-1 Hunts Point Co-Op Mkt.

Bronx, NY 10704

Tel. 718-589-7000

Fax. 718-589-7124

Panini de queso, albahaca y
Salami Checo. Para recetas
visita www.cibaomeat.com

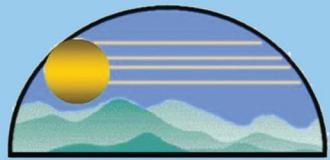
Cheese, Basil and Checo
Panini. For recipes visit
www.cibaomeat.com

Salami Checo



Salami Checo. Calidad, valor nutritivo, sabor y
bajo costo distinguen al salami Checo

Salami Checo. Quality, nutritional value, flavor,
and low-cost distinguish the salami Checo



COLORADO FOOD PRODUCTS INC.

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



**Colorado Food Products, Inc.
3600 S Yosemite St Suite 800
Denver, CO 80237**

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

QUEENS LATINO
Empowering the Community

felicita a

CIBAO® MEAT PRODUCTS
"Tradición de Calidad"

**POR SU CONTRIBUCIÓN AL
desarrollo de la comunidad latina.**

**THIS IS WHAT WE ARE
TALKING ABOUT** →

CIBAO® MEAT PRODUCTS
"Tradición de Qualität"

If you don't see our logo from the start...
...Don't put it on your shopping cart!™

• Since 1948

KSIDRANE
INC.
packaging solutions provider
Labels • Tags • Packaging Components

To CIBAO MEAT PRODUCTS:
Congratulations on your 45th Anniversary!
It's been a pleasure working with you these past years.
Keep up all the good work and never stop inspiring!

www.ksidrane.com

New Address 24 Baiting Place Road Farmingdale, NY 11735
T (631) 393.6974 • (800) 222.9867 • F (631) 393.6979

colpack
COLPACK INTERNATIONAL CORPORATION

Manufacturing Flexible Packaging
786-252-3586 - 1.866.978.7138
7110 SW 158th Ct - Miami, FL 33193

Congratulations on your 45th Anniversary
Wishing continued success to all the wonderful people at

CIBAO® MEAT PRODUCTS

Happy
45th Anniversary,
Cibao Meat Products!

Wishing you continued success and prosperity!

Felicitaciones!
Your friends at,



The Blanc Industries Signage & Display Group

88 King Street, Dover, NJ 07801 • 888-332-5262

www.blancid.com

Sign Holders, Clips & Attachments, Category Signage, Décor, Perishable & Non-Perishable Department Signage, Display Fixtures, Shelf Management, Menu & Promo Boards, P.O.P., Brand Building Signage & Displays

©2014 Blanc Industries, Inc. All rights reserved.

Oversea Casing Co.

Supplying the sausage industry with world class natural casings for over 80 years.



Call: 800-682-6845

Click: www.oseareacasing.com
601 S. Nevada St, Seattle, WA



Felicitaciones

Me siento muy orgulloso
de haber laborado desde 1994
como uno de los Diseñadores Gráficos y Publicistas
de esta empresa, que sigue creciendo
por su tradición y calidad.

M. Sierra
-Sierra Graphics Llc-



Jose Rodriguez:
917- 447-8521

Jeriel Rodriguez:
347-951-2648



RODRIGUEZ PRODUCTS

Rodriguez Products Felicita a
Cibao Meat Products en su **45^{AVO}** Aniversario!

Venta al por mayor y al detalle en el estado de Nueva York.

Brindando servicio y calidad a nuestro clientes por mas de 15 años!

Suplidor de supermercados, restaurants, delis y bodegas
Venta de embutidos, bacalao, quesos y mucho mas!

Cibao Food Wholesale
Se une a la celebración
del 45 aniversario de
Cibao Meat Products



Cibao Food Wholesale

Ventas de: Embutidos, Queso, Bacalo y más, al
por mayor y al detalle en el estado de New York.

Para órdenes: (917)417-5822 • (917)417-6144

Congratulations

45 YEARS

Congratulations to
Cibao Meat Products
on 45 years in business.

Wishing you
continued success.

The Garuc Family

CAPITAL INTELECTUAL: UN ACTIVO VALIOSO

El capital intelectual es un activo intangible que consiste en el conocimiento y la capacitación obtenido por los empleados. Esto puede ser útil debido a la posible ventaja competitiva adquirida por la empresa. El conocimiento es una parte integral del éxito en cualquier industria.

La industria de la carne está en constante evolución. Con el fin de mantenernos actualizados, es necesario seguir educándonos en los avances científicos y tecnológicos de la industria. Esta educación permite a nuestra organización mantener su competitividad en el mercado.

Siguiendo esta creencia, me pareció importante inscribirme en nuevos programas de educación después de recibir mi Maestría en Contabilidad de la Universidad Pace. Un título en Contabilidad me ha proporcionado una sólida comprensión de las finanzas de nuestra organización, pero esto no es suficiente. Es igual de importante el entender nuestro propio producto. Después de haber pasado años trabajando en el área de producción, me ha dado curiosidad la ciencia real detrás de nuestros productos. Esta gran inquietud me ha llevado a inscribirme en dos programas educativos, los cuales creo que serán de mucho beneficio tanto para mí como para todos en Cibao Meat Products.

En primer lugar, yo sabía que era importante para mí tener una base fuerte en ciencia de los alimentos. Necesito entender todas las facetas de la industria de alimentos con el fin de enriquecer mis conocimientos en ciencias de la carne. Me inscribí en un programa de la Universidad Estatal de Kansas, el cual va dirigido a profesionales que trabajan en la industria de alimentos, con la finalidad de obtener un certificado que me permita proporcionar una visión general de la industria. El programa incluye clases como



Henry Vieluf

Introducción a la Ciencia de los Alimentos, Microbiología Aplicada para Carne de Res y Procesadores Avícolas, Principios de la Ciencia de la Carne, y Tecnología de la Industria Cárnica, entre otros.

Mientras construyo estos conocimientos en la ciencia de los alimentos, también es importante para mí concentrarme en los aspectos que afectan a Cibao Meat Products en el presente y futuro. Es por esto que apliqué a la Maestría de Manufacturación de Carne de la Universidad de Wisconsin. Estoy orgulloso de decir que fui aceptado en este programa. Esta Maestría es muy respetada y es la primera en su clase ofrecida por el programa de ciencias de la carne de la Universidad de Wisconsin. Este programa provee a los participantes un profundo y amplio conocimiento de la ciencia de carne, seguridad alimentaria, y los principios del procesamiento de carne. El programa consta de cinco clases principales y cuatro laboratorios de temas específicos durante un período de dos años. Las



clases incluyen la Escuela de Carnes Frescas, Seguridad Alimentaria y Escuela de Microbiología de la Carne, Escuela de Curado de Carne, Escuela de Salchicha Cocinada y emulsionada, y la Escuela de Productos y Embutidos Fermentados. Este programa me ayuda a formular ideas innovadoras para la empresa, mientras que me va proporcionando experiencia.

En ambos programas, me queda alrededor de un año mas, y estoy ansioso por terminar. Continuaré difundiendo todo este conocimientos a través de nuestra empresa. Nos esforzamos por alcanzar la perfección en nuestros productos y ofrecer a nuestros clientes la más alta calidad. Nuestros conocimientos sólo mejorará nuestra organización y nos permitirá tomar ventaja de los nuevos principios de procesamiento. El resultado dará lugar a una mejor hoy y un mañana mejor.



INTELLECTUAL CAPITAL: A VALUABLE ASSET

Intellectual Capital is an intangible asset consisting of knowledge and business training obtained by employees. This can be valuable because of the possible competitive advantage gained by the company. Knowledge is an integral part to success in any industry. The meat industry is constantly evolving. In order to keep up, it is necessary to continue educating ourselves in the scientific and technological advances of the industry. This education allows our organization to stay competitive in the market.

Following this belief, I found it important to enroll myself in further education programs after receiving my M.B.A. in Accounting from Pace University. A degree in Accounting has provided me with a strong understanding of the financials in our organization, but this is not the whole picture. It is just as important, if not more important, to understand our product itself. Having spent years working in production has provided me with a curiosity to the actual science behind our products. This increased curiosity has led me to enroll into two educational programs in which I believe will mutually benefit me and everyone here at Cibao Meat Products.

First, I knew it was important for me to have a strong base in food science. I need to understand all facets of the food industry



Henry Vieluf

in order to build on my knowledge in meat science itself. I enrolled myself in a non-degree undergraduate program at Kansas State University. This certificate is for professionals working in the food industry looking to be provided with an overview of the industry. The program includes classes such as Intro to Food Science, Applied Microbiology for Meat & Poultry Processors, Principles of Meat Science, and Meat Industry Technology among others. While building this knowledge in food science, it is also important for me to concentrate in aspects that affect Cibao Meat Products in the present and future. This is why I applied for the Wisconsin Master Meat Crafter Program. I'm proud to say I was accepted into the program. The Master Meat Crafter Program is a highly regarded and first of its kind meat industry training program offered by the University of Wisconsin Meat Science program. It provides participants with a well-rounded, in-depth, and comprehensive knowledge of meat science, food safety, and meat processing principles. The program consists of five core classes and four targeted topic exercises over a two year period. Classes include the Fresh Meats School, Food Safety and Meat Microbiology School, Meat Curing



School, Cooked and Emulsified Sausage School, and the Fermented and Cured Meat Products School. The Master Meat Crafter program will help me formulate innovative ideas for the company, while providing me with hands on experience. In both programs, I have about a year left and am eager to finish. I have and will continue to spread this wealth of knowledge through our company. We strive for perfection in our products and providing our customers with the highest quality. Our increased knowledge will only improve our organization and allow us to take advantage of new processing principles. The outcome will lead to a better today and a better tomorrow.



K. Schwarz & Company, Inc.

Meat and Food Product Sales

Proudly salutes our friends at

CIBAO MEAT PRODUCTS

on their 45th Anniversary. For over 35 years it has been our honor to not only serve you but to watch you grow and succeed.

*Felicitaciones a Mis Amigos
en su 45 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



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. 07663

Congratulations and Best Wishes for your continued success.



CIBAO MEAT *Softball* CHAMPIONSHIP

Campesino Especial

Ensalada de col rizada y calabaza con Salami Campesino Especial. Para recetas visita www.cibaomeat.com
Kale and butternut squash salad with Salami Campesino Especial. For recipes visit www.cibaomeat.com

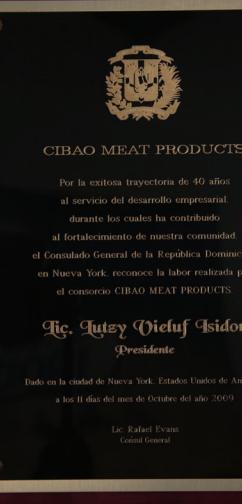
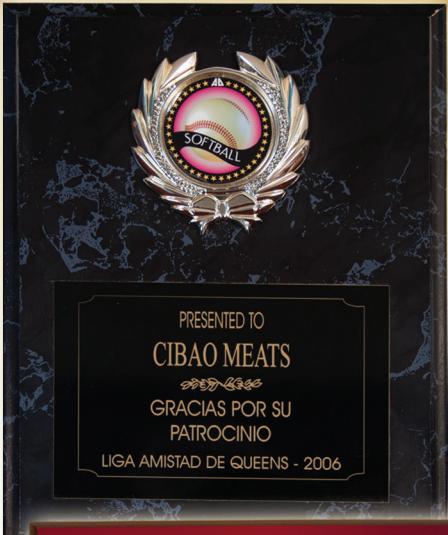
Salami Campesino Especial, reformulado para satisfacer las exigencias de un consumidor inteligente, libre de gluten. Fácil de distinguir entre todos los demás porque tiene el logo de autenticidad de Cibao Meat Products por todas partes.

Salami Campesino Especial, reformulated to meet the demands of a smart consumer, free of gluten. It's easy to distinguish between all the others because it has the Cibao Meat's logo all over.



**CIBAO® MEAT
PRODUCTS**

Agradecemos el
Reconocimiento de
Nuestro Esfuerzo





N LITTLE LEAGUE
THANKS
CIBAO MEAT
SUPPORING
E CHAMPIONS 2013



We Thank You
for the
Recognition of
Our Hard Work



CIBAO[®] MEAT PRODUCTS

45 Años de Tradición y Calidad™



MADE IN USA



Si no tiene nuestro loguito, no lo pongas en el carrito!™

cibaomeat.com • 718-993-5072