



MARITZA RODRÍGUEZ

## Nombramiento en MCS

REDACCIÓN NEGOCIOS  
EL VOCERO

MCS anunció que recientemente se unió al equipo de trabajo de la aseguradora como vicepresidenta de Proveedores de Facilidades, la Contador Público Autorizada, Maritza Rodríguez.

La CPA Rodríguez, estará a cargo de la contratación de hospitales y el manejo de las relaciones con las facilidades médicas. Tiene un amplio conocimiento en las operaciones a todos los niveles en la industria de salud en Puerto Rico y ha dedicado sobre 30 años al trabajo en hospitales y compañías relacionadas al servicio de la salud.

Jim O'Drobinak, primer oficial ejecutivo de MCS, entiende que es importante contar con recursos con el conocimiento para manejar y velar que las funciones operacionales de la compañía estén en óptimas condiciones. "Para nosotros en MCS es un orgullo que Maritza Rodríguez forme parte de nuestro equipo de profesionales que día a día sirve a nuestros proveedores, asegurados y socios de negocio. El área que tendrá a cargo la experimentada contable será la contratación de hospitales, el manejo operacional, mejorando el servicio a facilidades médicas, entre otros. Estamos seguros del éxito que tendrá ejerciendo esta nueva posición", expresó.

Rodríguez Sánchez cuenta con amplia experiencia en administración, contabilidad y finanzas relacionadas a la industria de salud, probadas en instalaciones hospitalarias tales como: sistema Metro Pavía, donde laboró por los pasados nueve años como vicepresidenta de Finanzas. También laboró por espacio de tres años como vicepresidente de Finanzas en Manatí Medical, entre otros. Fue reconocida en el 2009 por el Colegio de Contadores Públicos Autorizados de Puerto Rico como CPA Distinguida en la Industria de la Salud.

"Estamos seguros que la labor y encomienda que tendrá Rodríguez aportará a nuestras operaciones logrando así liderar y reforzar nuestras relaciones con nuestros proveedores y relaciones con los hospitales y facilidades médicas", sostuvo O'Drobinak.

# Proponen más análisis para impulsar exportación

El presidente de la Cámara de Comercio insiste en fortalecer el elemento innovador

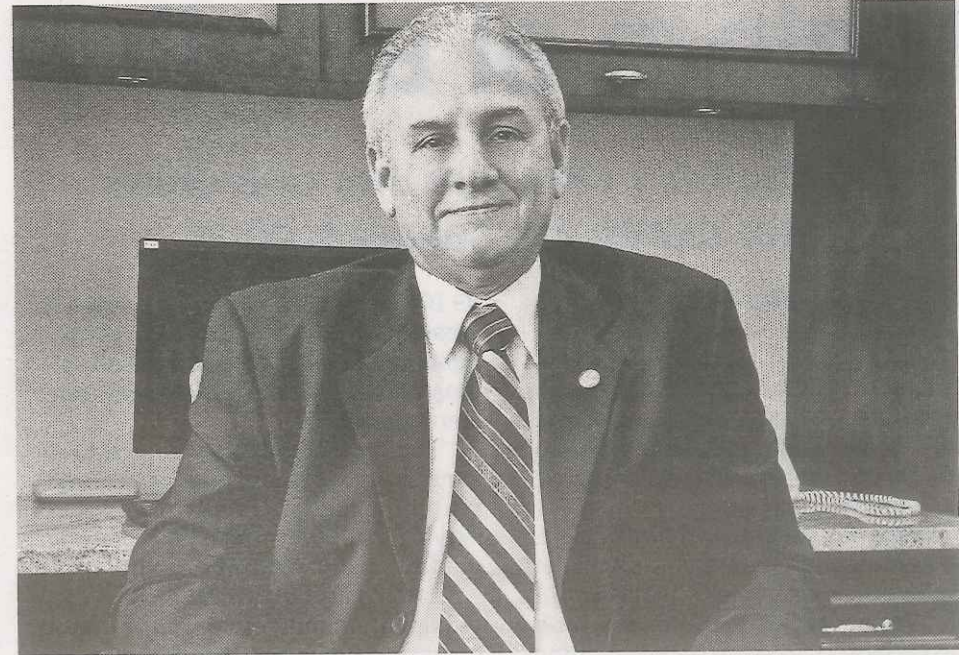
ALANA ÁLVAREZ VALLE  
EL VOCERO

Para que la exportación desde Puerto Rico hacia el exterior crezca hay que educarse y estudiar con detenimiento todos los factores en juego, porque si bien es cierto que hay muchas oportunidades también hay muchos riesgos, según señaló Pablo Figueroa, presidente de la Cámara de Comercio de Puerto Rico (CCPR), que comenzó su mandato durante la convención anual de la entidad celebrada el pasado fin de semana.

Figueroa, quien asume la dirección del cuerpo en momentos en que aún se comenta la controvertida pugna judicial entre la CCPR y Rosana Roig porque se le permitiera aspirar a la presidencia, expresó a EL VOCERO que el desarrollo de la capacidad de exportación es uno de los temas medulares que atenderá la organización durante su mandato.

"Las cumbres que tendremos este año -Cumbre de Desarrollo Sustentable y el Futuro de las Ciudades, Cumbre sobre el Ordenamiento Jurídico 'Rule of Law' y la Cumbre P4 sobre las Alianzas Público Privadas- inciden en el tema de exportación desde el tema educativo para que se capacite más, tengan los atributos necesarios y se conozcan las competencias y las herramientas para así propiciar oportunidades de exportación con alineación entre el que vende y el que compra", aseveró.

Para el directivo uno de los mayores escollos para la exportación es la competencia internacional y regional que cada día es más severa y agresiva.



Pablo Figueroa, presidente de la Cámara de Comercio de Puerto Rico.

"No es suficiente ser bueno en la venta de productos y servicios, hay que ser el mejor. Lo único permanente es el cambio, por eso hay que constantemente ofrecer un producto o servicios con ese componente altamente innovador para poder capturar ese mercado. Que no es otra cosa que aprender a cómo vendo, cómo produzco de mejor forma, cómo mejorar precios, tiempo de entrega, estrategia de mercadeo y demás. Además hay que reforzarlo constantemente, nutrirlo, puliendo nuestras destrezas y capacidades, porque nuestros competidores en el mundo no descansan", detalló.

El clima de hacer negocios es otro de los componentes que destacó Figueroa que influyen sobremanera en la exportación, ambiente que hay que mejorar para que las empresas sean más competitivas y para atraer inversión extranjera y local.

"(Las exportaciones son limitadas) por el clima de hacer negocios. En la medida en la que sea más favorable se nos hará más fácil vender local e internacionalmente. Si bajamos el impacto

de las regulaciones excesivas y de los costos energéticos de manera que se haga más fácil conquistar otros mercados habrá más exportación", aseveró.

En este aspecto las fortalezas de Puerto Rico son la seguridad de país en términos de ordenamiento jurídico, la moneda y capital humano altamente talentoso. "Tenemos un cúmulo competitivo en el sector de los servicios de los profesionales, ingenieros, contables, médicos y otros sectores", agregó.

Con respecto a los recientes comentarios de Ricardo Martinelli Berrocal, presidente de Panamá (durante su visita a la Isla), sobre que Puerto Rico no ha sabido aprovechar la relación con Estados Unidos para hacer negocios con Latinoamérica y servir de puente entre ambas regiones, Figueroa comentó: "tenemos una oportunidad dorada de capitalizar sobre esa fortaleza de seguridad del País, el ordenamiento jurídico. No obstante, hay que reiterar que en la medida en que bajemos costos y tengamos un clima regulatorio menos pesado, se nos facilitará conquistar esos mercados".

## Lanzan programa de encuentros en el Sheraton

REDACCIÓN NEGOCIOS  
EL VOCERO

Con el propósito de provocar encuentros sociales entre los huéspedes y visitantes del hotel, así como la presencia de los amantes del vino, la gastronomía y personas interesadas en crear nuevas relaciones de negocios, Sheraton Old San Juan Hotel & Casino lanzó su nuevo programa para la degustación de vinos 'premium' llamado *Social Hour*.

Desarrollado por los exper-

tos de la reconocida revista de temas culinarios y los vinos preferidos mundialmente, *Wine Spectator*, el nuevo programa ofrece un menú especial para la degustación de vinos cuidadosamente clasificados y servidos en copas Reidel, presentándolos en la cristalería perfecta para resaltar sus sabores y aromas.

"Queríamos elevar la experiencia de nuestros clientes en la cata de vinos. Hemos trabajado con algunos de los nombres más reconocidos en la

industria para que nuestros huéspedes y clientes puedan disfrutar de vinos valorados con puntuaciones por encima del 85 y al menos cuatro de ellos, con más de 90", indicó Hoyt Harper, vicepresidente sénior de Starwood Hotels & Resorts.

Por su parte, Armando Emanuelli, director de Ventas y Mercadeo de Sheraton Old San Juan Hotel & Casino, habló sobre la degustación y las preferencias de los clientes de la cadena Starwood.

"El programa contará con un

menú de vinos 'premium' compuesto por una rotación de ocho o más vinos. Nuestra clientela es muy exigente y ya sean visitantes locales, viajeros de placer o de negocios, disfrutarán la oportunidad de hacer 'networking' y socializar que brinda este concepto", explicó Emanuelli.

En la actividad de lanzamiento estuvo presente Mayte Rivera, sommelier de Plaza Cellars, quien habló sobre las características de la selección de vinos a degustar a varios clientes y ejecutivos del hotel.