200
EL ECONOMISTA
WWW.ELECONOMISTA.NET
CENTROAMÉRICA
AGOSTO- SEPTIEMBRE 2024 / AÑO 16 / # 200



US $5.00
7 416600 500186

ICONOS EN LA REGIÓN

Grupo Poma no se detiene, la tercera y cuarta generación siguen expandiendo su legado no sólo en Centroamérica, sino en todo el continente. En esta edición 200 presentamos a directivos y empresas que marcan a la región.

Participación en Grupo EBN







Solidez que trasciende fronteras



www.grupofinancieroatlantida.com

En cada paso que damos, en cada nuevo territorio que exploramos, llevamos con nosotros una esencia que nos define.

Grupo Financiero Atlántida

Somos Grupo Financiero Atlántida, con más de 111 años de respaldo y experiencia, caracterizado por nuestra innovación, crecimiento y solidez.

Bancos | Seguros | Administración de Fondos de Pensión | Casas de Valores | Leasing | Gestión de Fondos de inversión | entre otros

Índice

AGOSTO-SEPTIEMBRE 2024

Top Customer Experience

90 Conozca las marcas que están logrando llegar a sus clientes a través de una conexión emocional.



Tecnología
118 AVANCE DE RED 5G
Centroamérica avanza en la adopción de la tecnología 5G, pero "podría ir más rápido", afirma experto de la compañía Vertiv.



Capital
10 HOTEL DE LUJO
Grupo Poma anunció la construcción del hotel de lujo JW Marriott, en Salvador. Este se construirá a partir de 2025 y estará listo en 2028.



Empresas
106 MOMENTUM
BAC reunió en Nueva York a más de 120 empresarios para disertar sobre la evolución de la Inteligencia Artificial.

112 Desarrollo portuario
Empresa turca Yilport Holdings manejará los puertos de El Salvador por 50 años.



LIVING

121 Alaska, la última frontera
El verano es la época perfecta para conocerlo.

124 Arte
Las manos de Julieta Cajaldan en el vidrio soplado de Argentina.



La adrenalina se comparte.

PORSCHE CAYENNE COUPÉ.

GRUPOQ

Porsche Center El Salvador
Grupo Q El Salvador
Boulevard y Urbanización Santa Elena
Calle El Pital, Antiguo Cuscatlán. La Libertad.
Teléfono: +503 22488351
E-mail: infoporsche@grupoq.com
https://dealer.porsche.com/sv/elsalvador

EL ECONOMISTA

José Roberto Dutriz
CHAIRMAN & GROUP PUBLISHER

GERENTE DE REDACCIÓN
Christian Villalta
cvillalta@grupolpg.sv

JEFA DE REDACCIÓN ECONÓMICA
Irma Cantizzano-Chang
icantizzano@eleconomista.net

EDITORA
Karen Molina
kmolina@ eleconomista.net

EDITORA
Rosa María Pastrán
rpastran@laprensagrafica.com

EQUIPO EDITORIAL
Karla Alfaro, Enrique Canahuí

EQUIPO WEB
Ronald Erazo, Mariela Palma, Flor Ayala, Ana Beatriz Calderón, Arlen Cortez, Margarita Funes y Claudia Huete

EQUIPO REDES
Blanca Abarca, Luis Duarte, Leslie Hernández, Erick Coreas y Rocío Juarez

DISEÑO
Jaime Montano

DISEÑO DE PORTADA
Florence Natsumi

INFOGRAFÍA
Agustín Palacios

EDITOR DE FOTOGRAFÍA
Félix Amaya

FOTOGRAFÍA DE PORTADA
Félix Amaya

TELÉFONO REDACCIÓN EL ECONOMISTA: **(503) 2241-2677**

MARKETING SERVICES

GERENTE COMERCIAL
Margarita Geoffroy
mgeoffroy@grupodutriz.com
Tel.: **(503) 2241-2920**

JEFA REGIONAL DE REVISTAS
Jenny Rivera jmrivera@laprensagrafica.com
Tel.: **(503) 2241-2930**

EJECUTIVA DE REVISTAS
Sandra Hernández/ sjhernandez@laprensagrafica.com
Tel.: **(503) 2241-2326**

JEFE PAÍS GUATEMALA:
Alan Soto / asoto@grupodutriz.com
Tel.: **(502) 5000-7694**

REPRESENTANTES DE VENTAS COSTA RICA Y PANAMÁ
Alan Soto / asoto@grupodutriz.com
Tel.: (502) **5000-7694**

REPRESENTANTE DE VENTAS HONDURAS Y NICARAGUA
Sandra Hernández/ sjhernandez@laprensagrafica.com
Tel.: **(503) 70696436**

DIRECCIÓN DE DISTRIBUCIÓN
Luis Deramond
Tel.: **(503) 2241-2511 Y 2241-2515**

SUSCRIPCIONES EN C. A. ANUAL $60 / DOS AÑOS $96 / Tel.: **(503) 2241-2355**

EL ECONOMISTA CENTROAMÉRICA Circula entre las empresas regionales más importantes y pisos ejecutivos de las principales cadenas de hoteles de la región.

EL ECONOMISTA REGIONAL
WWW.ELECONOMISTA.NET
Es una publicación del Grupo LPG **(503) 2241-2600**
Es una marca registrada, prohibida su reproducción parcial o total sin autorización.

FUSADES

El círculo virtuoso de las exportaciones de servicios, la inversión y la oferta educativa

Para que un país progrese económica y socialmente, es fundamental que pueda ofrecer al mundo bienes y servicios de alta demanda en el mercado global. Para lograrlo, se requiere la inversión de empresas dispuestas a ofrecer estos servicios, las cuales, a su vez, necesitan personas capacitadas con las habilidades que el mundo moderno exige. Esta preparación debe comenzar con una oferta educativa que proporcione las carreras necesarias para desarrollar estas competencias.

En El Salvador, ya podemos apreciar ejemplos prometedores donde se reúnen estas condiciones, creando empleos con mayor valor agregado y fomentando nuevas carreras, mientras que las empresas están listas para ofrecer estos servicios al mundo.

En 2011, las exportaciones de servicios representaban el 28% de las exportaciones totales del país; para 2023, esta cifra había aumentado al 48%, reflejando un crecimiento notable en ciertos sectores, como los de viajes, reparación de aeronaves, centros de llamadas, programación de software, entre otros. Solo en 2023, las exportaciones de servicios crecieron 18.2%. Para atraer inversiones, mantener y potenciar este ritmo de crecimiento, es imprescindible una oferta educativa que esté alineada con las demandas del mercado.

Los informes estadísticos de educación superior, proporcionados por el Ministerio de Educación, muestran un aumento significativo en el número de graduados en carreras universitarias y técnicas con alta demanda. Por ejemplo, en 2002, las Instituciones de Educación Superior (IES) de idiomas e idioma inglés graduaron a 44 y 99 estudiantes, respectivamente; mientras que para 2019 estos números subieron a 998 y 128. Muchos de estos graduados se han integrado directamente en el mercado laboral, especialmente en empresas que requieren dominio del inglés, lo que ha permitido que el país se convierta en un destino atractivo para los call centers.

Un fenómeno similar ocurre en las carreras de computación, programación de software y diseño. En 2002, las IES graduaron en carreras relacionadas con computación y sistemas a 279 personas a nivel universitario y 483 a nivel técnico; para 2019, los graduados en estas áreas habían aumentado a 1,183 y 950, respectivamente. En cuanto a las carreras de diseño gráfico, diseño industrial o de productos, el número de graduados pasó de 7 y 2 en 2002 a 240 y 171 en 2019. En el país ya existen varias empresas que ofrecen servicios de exportación en la elaboración de software; y en el área de diseño, hay un potencial emergente y algunas empresas de la industria textil y de confección ya prestan este servicio.

En la medida en que continúe este círculo virtuoso —donde la atracción de inversión, la disponibilidad de mano de obra calificada y una oferta educativa robusta se fortalecen mutuamente—, se abrirán más oportunidades para el progreso del país. Fortaleciendo estos vínculos, El Salvador tiene el potencial para avanzar con paso firme hacia un futuro próspero. El gran reto que prevalece es ampliar la cobertura educativa en bachillerato y en educación superior, y seguir mejorando la calidad de los programas que se ofrecen, para que estas oportunidades beneficien a la mayor cantidad de jóvenes.

Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social (FUSADES) http://fusades.org

¡Muévete!

con





FLEXIBILIDAD DE LAS ARTICULACIONES

PROMUEVE LA MOVILIDAD

RENUEVA Y RECONSTRUYE EL CARTÍLAGO

Lea detenidamente las instrucciones del empaque. Consulte a su médico.

info@vijosa.com
www.vijosa.com

VIJOSA

@labvijosa
Laboratorios Vijosa

200 ediciones y seguimos contando



El Economista llega a su edición 200 y va por más publicaciones en sus casi 17 años de regionalización. La revista es la publicación especializada en economía y negocios de Grupo LPG que ha salido impresa de manera ininterrumpida desde noviembre de 2007. Para celebrar este hito publica una edición especial donde reconoce a los empresarios, compañías y directivos que marcan la pauta de la región. • Esta edición especial reúne por primera vez en una portada al presidente de Grupo Poma, Ricardo Poma y a los vicepresidentes de las divisiones del grupo: Fernando Poma de Real Hotels & Resorts, Andrés Poma de Excel Automotriz, Alejandro Poma de Solaire y Autofácil y Alberto Poma de Grupo Roble. • Todos comparten nuevos proyectos que incluyen más hoteles y más proyectos habitacionales y ampliaciones de sus centros comerciales en la región. • También comparten cómo una empresa de 105 años, con la tercera y cuarta generación dirigiendo, sigue siendo tan exitosa. Las claves para ellos se resumen en los valores que se les ha inculcado y que forman parte del ADN; influye también el perfil conservador que tiene la compañía dedicándose a los sectores que conoce, pasando como ellos dicen: "por un colador fino" cada posible inversión antes de hacerla; pero sobre todo tiene mucho que ver el liderazgo de Ricardo Poma, quién ha sido la punta de lanza para la expansión del grupo. • Esta edición 200 también incluye perfiles de directivos de El Salvador, Guatemala y Panamá; de aquellos y aquellas que buscan hacer las cosas diferentes y han abierto brecha en nuevos mercados, o apuntan a una transformación de las compañías. Además se destaca el papel de los que han sido resilientes y regresaron después de la crisis del covid más fuertes. • Asimismo, en El Economista reconocemos a las empresas que van marcando la pauta en la economía de la región. Desde las centenarias hasta las más nuevas; empresas que están cambiando el entorno y que además de producir, velan por el medio ambiente y las comunidades. Por empresas que reconocen el papel de sus empleados y buscan llegar a nuevos mercados y diversificarse; además de aquellas que ayudan a otras a lograr sus objetivos. • Esta edición especial incluye también un análisis de cómo sería la nueva apuesta de El Salvador para poder modernizar sus puertos y que incluye una mega inversión, aunque voces expertas señalan que el proyecto tendría que haber pasado por una licitación, según señala la Constitución de El Salvador. Otro de los temas es el Summitt Momentum que llevó a cabo el BAC y que reunió a más de un centenar de empresarios de la región para compartir experiencias y los avances de la inteligencia artificial. • Los esperamos para la próxima edición y celebrar juntos la número 300. •

Esta edición especial reúne por primera vez en una portada al presidente de Grupo Poma, Ricardo Poma y a los vicepresidentes de las divisiones del grupo: Fernando Poma de Real Hotels & Resorts, Andrés Poma de Excel Automotriz, Alejandro Poma de Solaire y Autofácil y Alberto Poma de Grupo Roble.

Somos LA ENERGÍA de tu progreso

Modernizando nuestra red mejoramos el servicio

Por eso en DELSUR trabajamos constantemente para darle mantenimiento a nuestros más de 11 mil kilómetros de red con un equipo capacitado para garantizar la continuidad del servicio.



DELSUR

Grupo·epm

stock:

NOTICIAS
TENDENCIAS
FINANZAS
INDICADORES



EL ECONOMISTA/CORTESÍA

El nuevo hotel contará con un diseño contemporáneo y lujoso.

JW MARRIOTT LLEGA A EL SALVADOR

Contará con 186 habitaciones y será un edificio de 16 pisos. Se espera esté listo en 2028.

La cadena de lujo JW Marriott abrirá su primer hotel en El Salvador, según anunció Grupo Poma.

Este será el tercer hotel que hotel de la cadena que la división Real Hotels & Resorts operará en la región; el primero se encuentra en Guanacaste, Costa Rica y el segundo está en Bogotá, Colombia.

Ricardo Poma, presidente de Grupo Poma, junto con Fernando Poma, director ejecutivo de Real Hotels & Resorts, y Laurent De Kousemaeker, Chief Development Officer para el Caribe y Latinoamérica de Marriott International, firmaron el contrato de franquicia para la apertura y operación del hotel.

Anunciaron, además, que el nuevo hotel, de 16 pisos y 186 habitaciones, estará ubicado en el centro comercial Multiplaza y su construcción iniciará en el segundo trimestre de 2025. Será diseñado por CallisonRTKL.

"Es un gran orgullo para nosotros traer por primera vez la marca JW Marriott a San Salvador", dijo Ricardo Poma.

"Será un referente de lujo y hospitalidad y, junto a otros desarrollos que anunciaremos próximamente, representará la culminación del proyecto maestro del complejo multiusos de Multiplaza San Salvador, que comenzó hace aproximadamente 25 años", añadió.

Se prevé que el hotel esté listo en 2028.

RSE

60%

de encuestados en un estudio toma sus decisiones de compra a partir de la Responsabilidad Social Empresarial de la compañía.

BENEFICIOS DE XIAOMI CRECEN UN 39%

Xiaomi, el fabricante chino de teléfonos móviles, vehículos eléctricos y otros dispositivos, se anotó un beneficio neto atribuido de 5,098 m illones de yuanes ($697 millones) en el segundo trimestre de 2024, un 38.9% por encima del resultado contabilizado por la empresa entre abril y junio del año anterior. La venta de 'smartphones' e internet de las cosas (IoT) creció 22.5%



EL ECONOMISTA/CORTESÍA

Buenos resultados este 2024.

Aumentan ingresos de ACER

Acer Incs anunció sus resultados financieros para el segundo trimestre de 2024. De acuerdo a la compañía fabricante de productos informáticos, los ingresos consolidados alcanzaron 67,140 millones de dólares taiwaneses (NT$), un aumento del 15.2% interanual; el ingreso operativo fue de NT$1,470 millones, un aumento del 87.9% trimestral y del 40.3% interanual, con un margen del 2.2%; el beneficio neto fue de NT$1,400 millones con ganancias por acción de NT$0.47.



EL ECONOMISTA/CORTESÍA

Los dispositivos tienen un sonido más envolvente.

MEJORES ESPACIOS ABIERTOS

Samsung presentó sus dos nuevos dispositivos, The Terrace y los Soundtowers, que permiten una mayor conectividad en espacios abiertos. "En Samsung, creemos que el entretenimiento debe ser accesible en cualquier lugar y en cualquier momento. Con The Terrace y los Soundtowers, queremos que las personas puedan disfrutar de sus contenidos favoritos al aire libre", dijo Daniel González, Especialista de Producto.

Seguridad y Protección a tu alcance



- Seguro de Autos
- Salud Azul
- Hogar Azul
- Seguro de Vida

Calificación de Riesgo

EA+ sv estable

ZUMMARATINGS
Clasificadora de Riesgo

Crecimiento en los niveles de suscripción y holgada posición de solvencia

Seguros Azul



EL ECONOMISTA/ARCHIVO

Grupo Financiero Atlántida que tiene más de 111 años, y está presente en A.L. y ahora Europa.

ATLÁNTIDA LLEGA A EUROPA

El Grupo Financiero Atlántida adquirió 45% de la gestora de fondos española, EBN Capital.

El grupo capital hondureño, Grupo Financiero Atlántida se expande en Europa, llegó al mercado español por medio de la compra del 45% de la gestora de fondos de inversión EBN Capital. La compra la hizo IBEROATLÁNTIDA, la sociedad tenedora de las acciones de Inversiones Atlántida (INVATLAN) en España, esta ya fue aprobada por la Comisión Nacional del Mercado de Valores de España (CNMV).

"Nuestra visión de crecimiento se consolida con la aprobación por parte de la CNMV, quien nos da el respaldo de que vamos por la ruta correcta. Nos sentimos muy satisfechos de este importante avance y de marcar un hito dentro de nuestra trayectoria financiera al ser el primer grupo de origen hondureño en obtener acceso al mercado financiero español", señaló Guillermo Bueso, presidente del Grupo Financiero Atlántida.

El Grupo tiene más de 111 años, y está presente con banca, seguros, pensiones y cesantías, leasing, casas de valores, gestores de inversión; en Honduras, El Salvador, Nicaragua, Panamá, y Ecuador. Cuenta con más de 4 millones de clientes y suma en 5 países, más de $21,000 millones en activos.

"Llegamos a los países para quedarnos, porque consideramos que se suman a nuestra propuesta de valor y, en ese sentido, España es un mercado estratégico para nuestro negocio", explicó Bueso.

ANALIZAN LA EVOLUCIÓN DE LAS MICROFINANZAS

Más de 400 líderes financieros discutieron cómo acercar el financiamiento.

Fedecrédito y la Federación Peruana de Cajas Municipales de Ahorro y rédito (FEPCMAC) desarrollaron el SUMMIC El Salvador 2024, un encuentro de tres días en el que participaron más de 400 líderes financieros de Latinoamérica y el Caribe que abordaron temas de relevancia para la inclusión financiera en el contexto actual.

Entre los temas que se abordaron están la ciberseguridad, servicios tecnológicos, la experiencia del usuario, gobierno corporativo, además, de la innovación en los servicios y la atención al usuario, entre otros.

"La inclusión financiera busca crear un entorno inclusivo y equitativo para todos".
MACARIO ROSALES,
Presidente de Fedecrédito

Las microfinanzas en la región han tenido avances importantes, pero aún enfrenta muchos desafíos.



EL ECONOMISTA/CORTESÍA

El evento reunió a más de 400 líderes financieros.

USAID LANZA PLATAFORMA DE EMPLEO

Las agencias de cooperación de Estados Unidos y México, coordinados con la Fundación Empresarial para la Acción Social (FUNDEMAS) lanzaron la plataforma "Alianzaporelempleo.org", un sitio web que es parte de su programa "Alianza multisectorial: Ecosistemas para la empleabilidad". Este nuevo espacio digital es más que un portal web en la que los jóvenes pueden encontrar trabajo. Según Yolanda Martínez, representante de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID), es un punto de encuentro tanto para los jóvenes que buscan un empleo como para las empresas y los centros de formación profesional. La plataforma tiene todo un ecosistema de empleabilidad con el que las agencias e instituciones involucradas en su desarrollo esperan acercar las oportunidades de trabajo.

INDITEX ES LA EMPRESA MÁS VALIOSA EN ESPAÑA

Corto **EInditex se ha convertido en la primera empresa española en alcanzar una capitalización bursátil de más de 150,000 millones de euros** tras alcanzar máximos históricos que superan los 48 euros por acción. Los títulos de la multinacional fundada por Amancio Ortega tuvieron un alza del 1.35%, hasta llegar a los 48.14 euros. Así, las acciones de la textil acumulan una revalorización en lo que va de 2024 de un 22%. De esta forma, la firma que cuenta con marcas como Zara, Stradivarius o Massimo Dutti, entre otras, consolida su posición como la compañía más valiosa del Ibex 35.



volaris

DALE VIAJE
a tu próximo negocio

Tu ruta favorita regresó con el mejor horario,
al mejor precio y volando directo.

De **San José, Costa Rica** ----✈---- a **San Salvador**

RUTA	HORARIO	FRECUENCIAS
SJO - SAL	09:01 - 10:18	Martes y viernes
SAL - SJO	07:00 - 08:16	

De **San Salvador** ----✈---- a **San José, Costa Rica**

RUTA	HORARIO	FRECUENCIAS
SAL - SJO	07:00 - 08:16	Martes y viernes
SJO - SAL	09:01 - 10:18	

Reserva ahora en volaris.com
o escaneando el QR

200 EDICIÓN EL ECONOMISTA

ÍCONOS EN LA REGIÓN

Estos son los empresarios, directivos y empresas que marcan el ritmo en Centroamérica.

IRMA CANTIZZANO, KAREN MOLINA, ENRIQUE CANAHUÍ Y ZORAYA MELÉNDEZ

POR: IRMA CANTIZZANO • EL SALVADOR/FOTO: FÉLIX AMAYA



TERCERA Y CUARTA GENERACIÓN AL FRENTE DEL ÉXITO EMPRESARIAL

Ricardo Poma comparte cómo se mantiene una empresa como Grupo Poma en la cima y cómo ha logrado el éxito en la transición generacional. Con presencia en 10 países, el Grupo es un ícono en la región.

¿Cómo mantener una empresa exitosa por más de 100 años? Para Ricardo Poma, presidente de Grupo Poma uno de los grupos empresariales de mayor peso en Centroamérica, la respuesta está en la "permanencia de los valores".

La empresa fundada hace 105 años, es hoy un grupo diverso con presencia en 10 países del continente y con inversiones en cinco divisiones empresariales como: hotelería, inmobiliario, automotriz, financiero e industrial; presidido por el nieto del fundador y cada una de sus ramas dirigidas por sus bisnietos, la cuarta generación Poma.

"Al reflexionar sobre nuestra trayectoria de más de cien años y el impacto que hemos logrado a lo largo de cuatro generaciones concluyo que la permanencia de nuestros valores ha sido la base fundamental, así como nuestra convicción de que la gente es lo más importante", dice el presidente del Grupo.

"Principios como la integridad, la excelencia, el amor al trabajo y el respeto, entre otros, forman parte del ADN de nuestra familia y cada generación ha trabajado para que permeen en nuestra operación empresarial, así como en nuestra relación con la sociedad. Esa brújula de valores es una guía para liderar y asegurar una sólida continuidad en los países donde operamos", asegura.

Así, Grupo Poma está presente en 10 países donde opera 25 hoteles y pronto tendrá uno nuevo. Cuenta con 20 centros comerciales, 6 complejos educativos, son concesionarios de 15 marcas de automóviles, además han comercializado más de 60,000 viviendas.

"Como CEO y presidente he dedicado mucho tiempo al tema del relevo generacional, que en nuestro caso ha ocurrido de manera gradual y fluida", explica.

"Actualmente, los miembros de la cuarta generación, conformada por mis hijos y sobrinos, ocupan importantes posiciones en las diferentes divisiones. Cada uno ha mostrado interés por rubros diferentes y mantienen un compromiso firme por continuar con nuestro legado y la visión compartida de seguir impulsando el desarrollo económico y social de la región", agrega.



La dirección de Grupo Poma en pleno y reunidos en San Salvador. De izquierda a dererecha: Andrés Poma, Fernando Poma, Ricardo Poma, Alberto Poma y Alejandro Poma.

> **"Grupo Poma se ha caracterizado por su capacidad de adaptación e innovación a lo largo de más de 100 años y al mismo tiempo por mantener una disciplina estratégica. Esto último es fundamental para el futuro, porque la experiencia nos ha mostrado que mantener nuestro enfoque y energía en aquellas actividades que tienen valor e impacto es lo que ha contribuido a nuestra consolidación empresarial".**
>
> **Ricardo Poma,** presidente y CEO de Grupo Poma

historia

105

años tiene de existencia Grupo Poma, que inició en la rama automotriz y hoy tiene cinco divisiones.

Y los planes son seguir creciendo. Poma adelantó anteriormente a El Economista que para este año esperan expandirse con su brazo hotelero, en el mercado peruano, panameño y por supuesto en El Salvador.

En este último fue confirmado al cierre de esta edición, la llegada del hotel de lujo de JW Marriott a tierras salvadoreñas y que será construido dentro del complejo de Multiplaza en San Salvador.

"Nuestra visión es seguir diversificándonos geográficamente y mantener nuestro liderazgo en el rubro automotriz, inmobiliario, hotelero, industrial y financiero", asegura.

El futuro

Para Poma, el mundo está evolucionando de manera vertiginosa y la inteligencia artificial está incidiendo en los negocios, lo que implica superar desafíos y para las empresas ofrece la posibilidad de hacer las cosas de manera más eficiente, efectiva y sostenible.

"Grupo Poma se ha caracterizado por su capacidad de adaptación e innovación a lo largo de más de 100 años y al mismo tiempo por mantener una disciplina estratégica. Esto último es fundamental para el futuro, porque la experiencia nos ha mostrado que mantener nuestro enfoque y energía en aquellas actividades que tienen valor e impacto es lo que ha contribuido a nuestra consolidación empresarial", dice.

POR: IRMA CANTIZZANO • EL SALVADOR/FOTO: CORTESÍA.

Al frente de la expansión y prestigio hotelero en C.A.

Fernando Poma, vicepresidente de Real Hotels & Resorts, explica bajo qué visión trabajan en Grupo Poma y cómo se ha comportado el mercado regional.

Fernando Poma es el Vicepresidente de Real Hotels & Resorts, división que fue creada por su padre Ricardo Poma hace 25 años y que empezó con 3 hoteles. Este mes acaban de anunciar su hotel número 26.

"Mi papá ha sido el artífice de la internacionalización del Grupo Poma que empezó en los 80 a través de una oficina de inversiones y en los 90 a través de la regionalización de nuestras empresas operativas. Ha sido la persona visionaria que nos impulsó a crear complejos de usos múltiples en cada una de las ciudades principales en C.A., que incluyen centros comerciales, oficinas y hoteles", comenta Fernando Poma.

"También fue el que propulsó y planificó la regionalización de Excel Automotriz y la obtención de 15 marcas distintas de vehículos. Grupo Poma es hoy lo que es gracias a la visión y capacidad de ejecución de mi papá", agrega.

Esta figura es la que marcado el rumbo del grupo y por supuesto ha marcado la forma de liderar de cada uno de los directivos. "A nivel de liderazgo, siempre ha tenido en mente que lo más importante es la visión y la mejor gente. En cuanto a visión, la clave es la diferenciación y no salirnos de los rubros que conocemos. En cuanto a la gente, es reclutar, retener y motivar al mejor recurso humano", señala.

Ese recurso humano permanece en la empresa donde asegura, hay poca rotación. "Bromeamos entre nosotros que 'ese ejecutivo es más Poma que los Poma.' La gran mayoría tenemos un orgullo de pertenencia, un orgullo de hacer las cosas bien" comenta.

Y hacer las cosas bien ha implicado crecer pero en sus áreas de competencia. "Y es por esa disciplina que somos conservadores. No nos gusta lo que no entendemos bien. Pero cuando encontramos una oportunidad lógica, cuando se 'alinean las estrellas', nos logramos diferenciar y esta oportunidad está dentro de los rubros que conocemos, procuramos actuar de manera audaz", asegura.

Lujo

3

hoteles de la cadena JW Marriott operará Real Hotels & Resorts en C.A. con el nuevo de San Salvador.

Crecimiento

Real Hotels & Resorts acaba de anunciar su hotel número 26 que será un JW Marriott, un hotel de lujo, ubicado en Multiplaza San Salvador que iniciará su construcción el próximo año y estará listo en 2028. ¿Y cómo está el mercado hotelero?

Para Fernando Poma, el mercado hotelero se ha movido en diferentes velocidades. El corporativo, aún no llega a los niveles prepandemia, aunque está cerca. "La recuperación ha sido bastante lenta y ha requerido que el mercado corporativo se dé cuenta de que las interacciones corporativas en línea no son las mismas que en persona", explica.

Pero en el segmento vacacional, Poma señala que 2023 fue un año récord. "Tuvimos muchísimo negocio de turismo, impulsado positivamente por el hecho de que mucha gente había estado sin opciones de salir durante la pandemia y quería recuperar ese tiempo perdido. Los hoteles más propensos al turismo crecieron más que los puramente corporativos", apunta.



> **"Mi papá ha sido el artífice de la internacionalización del Grupo Poma que empezó en los 80s a través de una oficina de inversiones y en los 90s a través de la regionalización de nuestras empresas operativas. Ha sido la persona visionaria que nos impulsó...".**
>
> **Fernando Poma,** vicepresidente de Real Hotels & Resorts

POR: IRMA CANTIZZANO • EL SALVADOR/FOTO: FÉLIX AMAYA

Roble va por más proyectos de vivienda en la región

Alberto Poma, vicepresidente de Grupo Roble, explica los proyectos que están en puerta e implican viviendas y ampliaciones de centros comerciales.

Por más de 60 años Grupo Roble, parte de Grupo Poma, ha sido uno de los líderes en el desarrollo de proyectos habitacionales en C.A. Alberto Poma, vicepresidente de Grupo Roble, asegura que buscan continuar en ese sitio ya que hay nuevos proyectos de vivienda en puerta.

En El Salvador, finalizaron la construcción de los proyectos Panorama Tower y San Francisco Tower, en la ciudad de San Salvador. Asimismo sigue el desarrollo de las siguientes etapas de Paseo del Prado, en San Salvador Oeste y están a la espera de los permisos para el desarrollo de un nuevo proyecto de viviendas en la zona de La Libertad Oeste (Lourdes, Colón), para construir dos torres de apartamentos en la Colonia Escalón y un proyecto de apartamentos en Costa del Sol. Además, pronto iniciarán la comercialización del proyecto Garden Towers, ubicado en la Autopista a Comalapa.

"El área metropolitana de San Salvador está experimentando un proceso de transformación. El crecimiento de la ciudad para atender las necesidades de vivienda ha provocado un cambio importante en la fisonomía urbana. Este cambio se refleja en el desarrollo de muchos proyectos de vivienda vertical, en sustitución de los tradicionales proyectos de vivienda horizontal", recalca.

Aunque considera que debido a la escasez de tierra, para desarrollar un proyecto de vivienda horizontal de cierto tamaño, es necesario salir de San Salvador. Asimismo, explica que en el mercado salvadoreño hay mucha concentración en el desarrollo de proyectos en el segmento medio alto y alto. "Sabemos que existe una gran demanda insatisfecha en el resto de los segmentos poblacionales y atender esos segmentos será el reto en los próximos años", agrega.

Otros mercados

El trabajo de Roble continúa también en Panamá, donde están desarrollando sus proyectos habitacionales Golf Gardens y Arboledas. Pronto esperan desarrollar una torre de apartamentos en Tegucigalpa, Honduras, para la que ya están en etapa de trámites; así como, una torre de apartamentos en Santo Domingo, República Dominicana y un condominio residencial de playa, contiguo al hotel del Grupo, JW Marriott en Guanacaste, Costa Rica.

Mientras que en el negocio de centros comerciales, varios están en etapa de expansión.

En diciembre, finalizarán la construcción de la nueva etapa de Metrocentro Lourdes. Y están trabajando en los diseños y permisos de las ampliaciones de Multiplaza y Metrocentro en San Salvador, dice Poma.

Roble también está ejecutando la ampliación de la zona de tiendas de lujo en Multiplaza Panamá, la remodelación de Multiplaza en Escazú, Costa Rica y pronto iniciará la ampliación de Metrocentro en Villa Nueva, Guatemala.

Alberto Poma, comparte que el liderazgo de su padre ha impactado en la forma en la que dirige esta división.

"En mi vida laboral, me llena de mucho orgullo continuar trabajando al lado de mi padre. Durante más de 25 años he aprendido y admirado su capacidad de organización y delegación de responsabilidades, su gestión humana, su constante búsqueda de la excelencia, su capacidad de toma de decisiones y la importancia de crear equipos profesionales, capaces, comprometidos y altamente motivados", expresa.

> **"Sabemos que existe una gran demanda insatisfecha en el resto de los segmentos poblacionales y atender esos segmentos será el reto en los próximos años."**
> **Alberto Poma,** vicepresidente de Grupo Roble



Proyección

5

nuevos proyectos habitacionales iniciarán pronto en El Salvador, Honduras y Dominicana.

POR: IRMA CANTIZZANO • EL SALVADOR/FOTO: FÉLIX AMAYA

El sector automotriz camina a buen ritmo



Andrés Poma, vicepresidente de Excel, asegura que los mercados ya se recuperaron después de la pandemia y algunos están creciendo fuertemente.

Grupo Excel, parte de Grupo Poma, es licenciatario de 15 marcas de automóviles para la región. Andrés Poma, su vicepresidente, señala que postpandemia, todos los mercados de vehículos nuevos en Centroamérica se han recuperado y han superado los niveles previos.

"De los cinco mercados donde operamos, Panamá y Guatemala son los países más grandes, y Honduras es el que más ha crecido versus 2023 con un 20%, aproximadamente. Como Excel, hemos aprovechado esta coyuntura para eficientizar y rentabilizar más nuestras marcas, al mismo tiempo mejorando nuestro servicio y creciendo en participación", señala.

El sector automotriz fue el que marcó el inicio de Grupo Poma hace 105 años, cuando don Bartolomé Poma creó una incipiente empresa automotriz que hoy es un conglomerado presente en 10 países y con cinco divisiones empresariales.

> "De los cinco mercados donde operamos, Panamá y Guatemala son los países más grandes, y Honduras es el que más ha crecido versus 2023 con un 20%, aproximadamente".
>
> **Andrés Poma,** vicepresidente de Excel

Andrés Poma comparte que en Excel en los últimos años han dedicado mucho tiempo a estandarizar las operaciones y procesos para ofrecer a los clientes "un servicio de primer nivel y totalmente diferenciado para generar lealtad y satisfacción a largo plazo. Este enfoque nos ha permitido mejorar de manera relevante nuestros indicadores de calidad de servicio en venta y postventa, crecer con fuerza importantemente de forma orgánica, a cerca de 40,000 unidades, y aprovechar más la recuperación de los mercados", recalca.

Liderazgo en el ADN

Para Andrés Poma, su liderazgo ha estado marcado por el de su padre.

Plaza 5
mercados está presente Excel automotriz con 15 marcas.

"Cuando uno crece en una familia emprendedora como la mía, escucha mucho sobre los negocios y de cuáles son las claves para liderar y ejecutar de forma efectiva. Lo primero, y quizás lo más importante, son los valores que aprendí de él; valores como el respeto y el trato a los demás, la humildad, la integridad y el amor al trabajo. Creo que estos valores corren en el ADN de mi familia y espero también poder inculcárselos a mis hijos", dice.

Asimismo, explica que, también le ha enseñado a "su forma sutil de motivar a las personas y de involucrarse operativamente solo donde él puede agregar valor; su forma de analizar proyectos usando 'un colador fino' siendo conservador para no equivocarnos, pero agresivo al identificar claramente las oportunidades".

"He aprendido que una buena idea no se podrá implementar exitosamente sin un equipo de gente altamente motivado y capacitado para ejecutarla", finaliza.

POR: IRMA CANTIZZANO • EL SALVADOR/FOTO: FÉLIX AMAYA

Créditos y soluciones industriales con buenas perspectivas

Apuesta

30

MW de energía solar ha instalado sobre techo Solaire, para que los clientes tengan un consumo más eficiente.

La división financiera e industrial del grupo van por buen camino explica Alejandro Poma, vicepresidente de Autofácil y Solaire.

Alejandro Poma es Vicepresidente de Autofácil la rama financiera de Grupo Poma y Solaire, su división industrial.

Asegura que a pesar de las altas tasas de interés a nivel internacional, la dinámica crediticia en C.A. no se ha visto tan afectada y que ha habido un incremento en el crédito privado de 2022 a 2023, y las proyecciones para 2024 reflejan lo mismo.

"De manera general, han aumentado los costos de financiamiento para empresas y consumidores pero sorprendentemente el mercado automotriz, un mercado que depende del crédito, ha crecido en todos los países donde operamos", asegura y explica que comparando 2024 con 2023, en El Salvador el crecimiento ha sido del 17%; en Guatemala del 8%; en Panamá del 7% y en Costa Rica del 47%. "A pesar de los aumentos generalizados en las tasas, la necesidad de vehículos tanto para objetivos comerciales como personales se ha mantenido al alza, lo que ha significado una demanda estable de créditos para Autofácil", agrega.

Eso se ha dado por el enfoque de accesibilidad y flexibilidad que tiene la empresa, que les ha permitido mantener un crecimiento crediticio superior al crédito privado.

En el ámbito industrial con Solaire, a pesar de que el sector construcción "ha experimentado decrecimiento de manera general, a diferencia de 2023, algunas áreas en las que participamos con Solaire muestran un crecimiento sostenido. Este año, proyectamos crecer a doble dígito, por encima del 15%", apunta.

Será así porque existe un buen ritmo de demanda del portafolio de soluciones arquitectónicas que ofrece la compañía. Estas soluciones llegan a proyectos de República Dominicana y Panamá, y Poma explica que esperan continuar expandiendo la operación en la región.

Por el momento el mercado principal es el salvadoreño, "donde vemos inversión privada en el sector residencial, sobre todo vivienda vertical en construcción, así como desarrollos en polos turísticos en la zona de playa", señala.

Solaire también tiene una división de energía fotovoltaica, y a la fecha han instalado sobre techo más de 30MW de energía solar.

Para Alejandro Poma, la figura de su tío, Ricardo Poma, ha tenido un impacto en su forma de liderazgo.

"Él me ha demostrado que es posible triunfar y tener éxito haciendo lo correcto, como lo ha hecho Grupo Poma durante 105 años. Con un gran sentido de compromiso y responsabilidad, ha fomentado en nosotros la integridad, la excelencia, el amor al trabajo, el respeto y la solidaridad, entre otros valores primordiales en nuestra familia y que hemos articulado en nuestro programa de cultura empresarial", asegura.



> **"Nuestro enfoque en accesibilidad y flexibilidad para adecuarnos a la situación de nuestros clientes nos ha permitido mantener un crecimiento crediticio correlacionado con el crecimiento del mercado automotriz y superior al crédito privado en general".**
>
> **Alejandro Poma,** Vicepresidente de Autofácil y Solaire



ANA CRISTINA LÓPEZ,
CEO de Citi **El Salvador**

PROMOTORA DEL EMPODERAMIENTO FEMENINO EN LA BANCA

Por: Irma Cantizzano/El Salvador.
Foto: Cortesía.

Ana Cristina López es la CEO de Citi, su casa desde hace más de 27 años, y es una de las mayores promotoras del empoderamiento de la mujer en la banca.

Este año que Citi cumple 60 años de estar en El Salvador, han tenido que afrontar cambios para mejorar la atención a sus clientes corporativos, y se han convertido en un banco 100% digital, según compartió López recientemente.

Eso implica estar 100% conectados con los clientes, con pagos y colecturías totalmente digitales.

Experiencia
27
años de estar en Citi tiene Ana Cristina López.

El trabajo también ha implicado crear soluciones para los clientes, empresas y conglomerados regionales como créditos sindicados.

El año pasado estructuraron uno por $350 millones, y los planes son continuar en esa línea de apoyo.

Pero aunado a su trabajo financiero, Ana Cristina López ha sido una de las promotoras para crear la red de mujeres de la banca "Avanza" que busca fortalecer el talento de las mujeres en la banca salvadoreña, y que representan el 56% de los trabajadores del sector.

Una iniciativa lanzada a finales de marzo y, que como ella misma ha explicado trasciende marcas y "persigue la unión y replica las mejores prácticas entre los bancos participantes", para empoderar a las mujeres de la banca en sus metas personales y profesionales.

JOSÉ MIGUEL CARBONELL, presidente de Plantosa

DECIDIDO A CAMBIAR LOS PARADIGMAS

Por: Karen Molina /El Salvador.
Foto: Cortesía.

José Miguel Carbonell ha presidido la Planta de Torrefacción de Café (PLANTOSA) desde hace más de siete años, una etapa en la que ha tenido muy clara su misión: cambiar los paradigmas de una empresa con una trayectoria de 28 años que sigue adaptándose a las nuevas tendencias de mercado.

El empresario reconoce que durante muchos años la compañía adoptó una política de "ahorro, menor gasto, austeridad y precaución", que a la fecha sigue siendo importante para las operaciones.

Sin embargo, tras las lecciones aprendidas y vividas durante la pandemia de 2020, Carbonell tuvo claro que la nueva realidad demandaba una nueva dinámica empresarial que le apostara a la innovación, con mejoras en oficinas y planta de producción, renovación de su imagen y el fortalecimiento de su dirección comercial.

"La diversificación de una empresa es siempre saludable, y estar abiertos a comprender a las nuevas generaciones nos permitirá descubrir lo que nuestra compañía puede ofrecer", aseguró.

Actualmente Plantosa produce tres marcas de café: Coscafé, Doreña y Aroma y exporta el 10% de su producción, principalmente a Estados Unidos, donde tiene un importante nicho de mercado nostálgico.

Pero en los próximos 10 años, Carbonell visualiza a la empresa muy activa en los países de la región y explorando nuevos productos cuya materia prima sea siempre el café, para satisfacer las necesidades de los mercados emergentes.

Carbonell identifica como uno de sus principales retos la búsqueda por las mejoras y la excelencia, sin dar por sentado que los buenos resultados son permanentes. Más bien, reconoce que lo único permanente es el cambio y por tanto, la compañía debe estar atenta a identificar las oportunidades de mejora.



Ventas
10%
de la producción de Plantosa se va al mercado nostálgico en Estados Unidos.

Desde el corazón, sumamos 10 km de playas limpias

La Cuenta del Mar ya está dando resultados
y ¡esto nos emociona!

bam.com.gt/cuentadelmar



Bam



FERNANDO GONZÁLEZ, presidente de BAC El Salvador

REIMAGINAR LA BANCA PARA LLEVAR PROSPERIDAD

Con más de 30 años de estar en el mundo bancario, González afronta los nuevos desafíos en materia de demanda e inclusión financiera.

POR: ZORAYA MELÉNDEZ/EL SALVADOR.
FOTO: CORTESÍA.

Para Fernando González, presidente de BAC El Salvador, la banca en el país enfrenta dos desafíos cruciales: la necesidad de obtener los fondos necesarios para satisfacer la creciente demanda de créditos y avanzar en la inclusión financiera.

Por ello, BAC realiza significativas inversiones en tecnología, promueve la capacitación constante de su personal y desarrolla una sólida estrategia de transformación digital.

"Creemos que al enfrentar estos retos de manera conjunta, podemos construir un sector bancario más sólido, innovador y orientado al cliente", resalta González.

> **"Estamos evolucionando de tener sucursales transaccionales a contar con sucursales donde los clientes nos visitan para aprender y vincularse más digitalmente".**
> **Fernando González,** presidente de BAC El Salvador.

Para el presidente del BAC que tiene más de 30 años de estar en el mundo bancario, el logro más importante, desde su cargo, ha sido articular y ejecutar una estrategia que les lleva a cumplir su propósito de reimaginar la banca para llevar prosperidad a las comunidades en que sirven.

"Esta estrategia se sustenta en la profundización de la digitalización de nuestros productos y procesos, lo que nos permite mejorar significativamente nuestros niveles de servicio. Además, se enfoca en la creación de nuevos productos que promuevan la equidad de género, que brinden oportunidades al segmento de la pequeña y mediana empresa, incorporando importantes componentes de sostenibilidad ambiental", señala González.

Innovación y digitalización

La transformación digital está teniendo un impacto enorme en la inclusión financiera y, especialmente, en el dinamismo de las transacciones.

"Estamos evolucionando de tener sucursales transaccionales a contar con sucursales donde los clientes nos visitan para aprender y vincularse más digitalmente", manifiesta.

Esta transformación ha sido primordial para el crecimiento de BAC, permitiendo un aumento del 13% en transacciones digitales en 2024, en comparación con el año anterior. Al cierre del 2023, los usuarios digitales representan cerca del 55% en el sistema y más del 59% en el uso de Banca Móvil en el mercado salvadoreño. Hoy en día, más del 78% de las gestiones se realizan digitalmente.

Enfoque de cartera

BAC está enfocándose en el financiamiento a las pequeñas y medianas empresas con énfasis en el componente de género y sostenibilidad ambiental.

"Hemos revolucionado la experiencia del cliente, permitiéndole acceder a una banca omnipresente y eficiente, disponible las 24 horas del día, los 365 días del año", explica González

BAC está comprometido en la seguridad de la información de sus clientes y la confiabilidad de sus transacciones. Por ello, fortalece continuamente sus procesos, invierte en tecnología y fomenta la formación continua de su talento. "Así, nos mantenemos a la vanguardia en mejores prácticas y estándares en ciberseguridad y seguridad de la información", asegura.

BAC es el tercer banco de la plaza salvadoreña, con activos a junio que superan los $3,424.9 millones. Según González, este año esperan crecer arriba del 7%; además, busca aumentar su participación en el mercado de créditos y depósitos, y consolidar su posición dominante en tarjetas de crédito y pagos electrónicos.

PAOLO COEN, presidente de Alas Doradas

EN BUSCA DEL CRECIMIENTO SOSTENIBLE

El presidente de Alas Doradas destaca el reto por lograr que la empresa sea líder en El Salvador y la región, para lo que proyecta ampliar sus operaciones.

POR: KAREN MOLINA /EL SALVADOR.
FOTO: CORTESÍA.

Alas Doradas, parte de Grupo Coen, es una empresa que ha logrado un rápido crecimiento en el mercado nacional y regional, con la fabricación de papel higiénico, toallas y servilletas de cuatro marcas diferentes.

Paolo Coen, presidente de la compañía ha estado desde hace 12 años al frente de Alas Doradas para garantizar la calidad de sus productos y la expansión de sus marcas a nivel regional, un cargo que no solo le ha exigido una visión estratégica del negocio, sino también de empatía para promover el crecimiento personal de sus colaboradores.

"He buscado crear una cultura en la que guiamos a la empresa hacia una estrategia comercial y de crecimiento agresivo, sin dejar a un lado a nuestro activo más valioso, nuestra gente", afirma.

Inversión
$50
millones invertirá Alas Doradas para la ampliación de su planta de productos terminados.

En junio, la empresa anunció una importante inversión de más de $50 millones destinada para la ampliación de su planta de productos terminados, lo que le garantizará mayor eficiencia en sus operaciones.

Actualmente Alas Doradas produce cada año más de 50,000 toneladas métricas de papel (absorbente y Kraft), con materia prima 100% reciclada.

Sus marcas son Encanto, Carmessí, Carezza y Ecos, que se elaboran bajo el principio de economía circular, una forma en la que la compañía reutiliza materiales y con ellos da un importante aporte al cuidado del medio ambiente.

Crecimiento sostenible

Desde que la empresa incursionó hace 14 años en El Salvador, su éxito ha sido rotundo.

Grupo Coen tiene más de 60 años de operar y cuenta con operaciones en Guatemala, Honduras, El Salvador, Nicaragua, Costa Rica y México. Sus unidades de negocio se desarrollan en diversos sectores como: servicios financieros, agronegocios, bienes raíces, soluciones de identificación e industria de papel.

Pero para Coen, aún cuando la empresa ha crecido sostenidamente, nunca pierde el objetivo por mejorar. "Aunque hemos crecido muchísimo en los últimos años, sabemos que lo seguiremos haciendo de manera sostenida y responsable con nuestros aliados estratégicos, clientes, colaboradores, la sociedad en general y el medio ambiente", asegura.



En los próximos 10 años, Coen proyecta a Alas Doradas como una empresa líder en el rubro en El Salvador, en Centroamérica y el Caribe, tanto con el papel tissue, como de pañales desechables y toallas húmedas.

El principal reto de Coen es que en los próximos años Alas Doradas mantenga su crecimiento en un mercado maduro, que abra nuevas oportunidades para ganar mayor participación.

"Para que cada vez más hogares no solo salvadoreños sino en más de 10 países puedan usar nuestros productos", señala.

En ese sentido, reitera la importancia de priorizar la formación y crecimiento de sus colaboradores, a quienes considera pieza fundamental en el desarrollo de la empresa.

> **"Aunque hemos crecido muchísimo en los últimos años, sabemos que lo seguiremos haciendo de manera sostenida y responsable con nuestros aliados estratégicos".**
> **Paolo Coen,** presidente de Alas Doradas

APUESTA POR LA TRANSFORMACIÓN Y EL DESARROLLO

Con varios proyectos en marcha, Eduardo Quiñónez explica como Agrisal busca contribuir a crear desarrollo económico y social en el país.

Por: Karen Molina
Foto: Cortesía.

Hace tres años, Eduardo Quiñónez asumió la presidencia de Grupo Agrisal con un propósito claro: "Crear comunidades prósperas, humanas y sostenibles". Y ese ha sido el faro de luz que guía todas las inversiones en proyectos inmobiliarios.

Por los próximos cuatro años, Agrisal desarrollará importantes proyectos que suman más de $200 millones. Quiñónez los visualiza desde ya como parte de una transformación económica y social para las comunidades donde se establecerán.

"Con proyectos emblemáticos como la inauguración de Plaza Mundo Usulután, la expansión hacia la zona occidental, y el desarrollo de soluciones habitacionales innovadoras como el complejo Vistas de Soyapango y Studio89 en el World Trade Center San Salvador, estamos transformando la calidad de vida de las comunidades a las que servimos", afirmó.

El grupo también apostará por un ambicioso proyecto turístico en la zona oriental, diseñado en colaboración con una firma internacional de arquitectos, que combinará hotel, vivienda, entretenimiento y comercio en un ecosistema armónico con el medio ambiente, enfocado tanto en el turismo de surf como en el bienestar integral.

Todos estos proyectos han sido pensados para transformar en nueva urbe a El Salvador, que no solo muestre modernidad, sino también, desarrollo.

El gran reto de ahora en adelante será continuar invirtiendo pese a los desafíos que presenta la economía internacional. "Los próximos años presentan desafíos emocionantes que demandarán una visión audaz y un liderazgo adaptativo. Un reto significativo será navegar en un entorno económico global cada vez más incierto, donde la volatilidad de los mercados exigirá estrategias financieras y de inversión más resilientes para asegurar el crecimiento sostenido de nuestras inversiones y contribuir al desarrollo económico del país", afirmó.

En el futuro, Quiñónez visualiza a Agrisal como un grupo transformado y consolidado con un referente en el sector inmobiliario. Plaza Mundo, por ejemplo, no solo será un destino de compras, sino también un motor de desarrollo comunitario; y sus proyectos habitaciones verticales redefinirán la calidad de vida y el sentido de comunidad de los salvadoreños.

Además, visualiza a Hub Crecenta y SandBox como un epicentro de innovación y crecimiento de apoyo al ecosistema de emprendimiento salvadoreño.

Agrisal
$200
millones será la inversión que Agrisal ejecutará por los próximos cuatro años en diferentes rubros inmobiliarios.

> **"Nos hemos concentrado en desarrollar inversiones audaces que generen prosperidad, detonen un impacto social en nuestras comunidades y que le apuesten a un legado duradero".**
> **Eduardo Quiñónez,** presidente de Grupo Agrisal



EDUARDO QUIÑÓNEZ,
Presidente de Grupo Agrisal **El Salvador**

¿y tú tos?

TOSSIL®

¡Me la quitó!



Leer las indicaciones en el empaque. En caso de duda consulte a su médico o farmacéutico.

LABORATORIOS SUIZOS



MACARIO ARMANDO ROSALES ROSA, presidente y CEO de Fedecrédito

PROMOTOR DEL CRECIMIENTO DEL SISTEMA

Rosales es uno de los responsables del crecimiento del Sistema Fedecrédito promoviendo un "core bancario" e incorporando más servicios financieros.

POR: ZORAYA MELÉNDEZ/EL SALVADOR.
FOTO: CORTESÍA.

La Federación de Cajas de Crédito y de Bancos de los Trabajadores (Fedecrédito) se convirtió recientemente en uno de los actores de la primera emisión del bono social respaldado por derechos de pago diversificados (DPR, por sus siglas en inglés) en remesas. Así recibirá financiamiento para otorgar créditos a mipymes lideradas por mujeres, por hasta $80 millones.

Para su presidente y CEO, Macario Armando Rosales "significa un reconocimiento a la labor de Fedecrédito en relación con sus esfuerzos para que la mayor cantidad de salvadoreños tengan acceso a los servicios financieros... también significa confianza de parte de los proveedores de fondos internacionales".

Fedecrédito tiene más de 80 años de estar en el mercado y mantiene un crecimiento sostenido; al cierre de 2023, los activos totales alcanzaron los $4,141 millones, 7.5% más respecto al año anterior. La cartera de préstamos acumuló $3,216 millones y $2,130 millones de depósitos. Durante 2024, la tendencia sigue, de enero a julio, la cartera de préstamos creció un 6% al igual que los depósitos.

> **"La proyección para final del 2024 siempre es positiva, esperamos continuar la tendencia del crecimiento a niveles cercanos a los 2 dígitos, tanto en la cartera de préstamos como de depósitos".**
> **Macario Armando Rosales Rosa,** presidente y CEO de Fedecrédito.

Para Rosales Rosa, presidente y CEO de la Federación, el éxito se debe al enfoque centrado en comprender y satisfacer las necesidades financieras de los socios y clientes. "Además, fue trascendental apostar por la mejora tecnológica, logrando incorporar un 'core bancario' para realizar todas las operaciones".

La robusta plataforma multicanal de Fedecrédito ha sido crucial para facilitar las operaciones y mejorar la experiencia al cliente, ya que cuenta con más de 850 puntos de atención distribuidos en 195 municipios del país.

Según Rosales, liderar Fedecrédito representa un orgullo y un compromiso con todas las entidades socias de Fedecrédito, sus socios y clientes. "Uno de mis principales esfuerzos ha sido mantenernos alineados con nuestra razón de ser, que es brindar oportunidades financieras a todos los salvadoreños".

Alza 6%
creció la cartera de depósitos y la de créditos de Fedecrédito a julio pasado. Esperan que al cierre del año la cifra sea mayor.

Rosales considera que uno de sus mayores aportes a la institución es "contribuir al logro de la transformación organizacional y, principalmente, la integración del Sistema Fedecrédito", que ha sido relevante para la consolidación de las 47 cajas de Crédito, los siete Bancos de los Trabajadores, las compañías de seguro y Fedeservi, sociedad que complementa los servicios financieros de Fedecrédito.

En su origen Fedecrédito solo otorgaba préstamos, pero eso se ha transformando y la oferta incluye cuentas de ahorro, depósitos a plazo, pago de remesa familiares, tarjetas de débito y crédito, la red de cajeros automáticos, atención en línea, corresponsales no bancarios como "Fede Punto Vecino, del cual Fedecrédito es pionero en el país, acercando los productos y servicios financieros a la población, especialmente donde no existían agencias de ninguna institución de este tipo", explica.

Para el cierre del 2024, las proyecciones de Rosales son optimistas con expectativas de un crecimiento cercano a dos dígitos en la cartera de préstamos y depósitos.

"En el segundo semestre, la actividad económica se dinamiza y esto conlleva a una mayor demanda de préstamos, para lo cual estamos preparados para atender las necesidades de financiamiento de nuestras entidades socias", confirma.

Desde 1849, nuestros valores han sido la guía de nuestra visión



años promoviendo el desarrollo

pantaleon.com

175 años de trayectoria

Pantaleon

CON LA MIRA EN LA INNOVACIÓN Y LA EXPANSIÓN

Juan Pablo Galvez, es el responsable de continuar con el crecimiento sostenido de Siman en la región y ver nuevas oportunidades de expansión.

Por: Zoraya Meléndez/El Salvador.
Foto: Cortesía.

Almaces Siman es líder en el segmento de retail de tiendas departamentales y franquicias en Centroamérica y al frente de este gigante está el guatemalteco Juan Pablo Galvez como su CEO.

Con una destacada trayectoria en el sector comercial, dirige la compañía llevándola hacia un crecimiento sostenible, enfocado en la digitalización, la innovación en el servicio al cliente y la expansión de nuevos mercados.

"Es un gran honor, un privilegio y una enorme oportunidad para continuar construyendo el éxito de la empresa. También representa una gran ilusión el gestionar proyectos que están por venir... pues al final todo esto se traduce en generación de más puestos de trabajo", manifiesta.

Galvez destaca que uno de los pilares del éxito de Almacenes Siman radica en su capacidad para entender los hábitos de consumo de sus clientes y satisfacer sus necesidades.

Este enfoque junto a una robusta estrategia de crecimiento que incluye remodelación de tiendas, la expansión de su cadena de tiendas Prisma Moda, que ya tiene dos tiendas en Guatemala; y el desarrollo de nuevas experiencias de compras, le ha permitido a Siman liderar el mercado regional. Está presente en El Salvador, Guatemala, Costa Rica, Nicaragua y Honduras (con franquicias).

Siman
102
años de haber sido fundado. Tiene presencia en El Salvador, Guatemala, Costa Rica, Nicaragua y Honduras.

Crecimiento en el ADN

"Hay que transformarse y mantenerse vigente, por eso estamos invirtiendo en la innovación de todos nuestros procesos y en el servicio al cliente, mediante la digitalización de nuestros servicios", recalca Galvez.



JUAN PABLO GALVEZ, CEO de Siman **Centroamérica**

Según el CEO, los canales digitales son la llave para lograr un crecimiento sostenible. La empresa tuvo grandes avances en los canales digitales, durante la pandemia del Covid-19.

En la actualidad, el negocio digital representa un importante porcentaje de las ventas totales, destacándose como la segunda tienda que más vende y crece "a doble dígito".

La compañía ha transformado sus tiendas físicas al incorporar cafés, áreas de gaming, salón de belleza, cabinas para tratamientos, áreas de descanso y espera, entre otros cambios, enfocados en la experiencia.

Galvez dice que la visión de crecimiento o expansión siempre ha estado presente en el ADN de la compañía. Por ello, la empresa contempla un plan robusto de crecimiento fuera de El Salvador para los próximos años.

> **"Crecer o expandirnos siempre ha estado presente en el ADN de nuestra empresa... constantemente estamos analizando mercados, formatos, etc., para continuar con el crecimiento".**
> **Juan Pablo Galvez,** CEO de Siman

Camas Ergonómicas

indufoam®

¡Simplemente la mejor cama!®

¿Dónde vas a *soñar* HOY?

- **Gel Memory Foam**
  Que relaja y se adapta a tu cuerpo

- **Smart-P Coils®**
  Resortes inteligentes de movimiento independiente



Smart Rest | Línea Premium

indufoam.com



LÁZARO FIGUEROA, presidente Ejecutivo de Banco Promerica en El Salvador

LIDERANDO LA TRANSFORMACIÓN BANCARIA

Figueroa lidera la transformación del Banco buscando crear un "balance entre la disrupción tecnológica" y el enfoque al cliente.

POR: IRMA CANTIZZANO/EL SALVADOR.
FOTO: CORTESÍA.

La estrategia de Banco Promerica de El Salvador ha sido un mayor enfoque en nuevos segmentos de mercado para apoyar el sector productivo, así como el sector vivienda, consumo y tarjeta de crédito. "Hemos mantenido un crecimiento a doble dígito o mayor al promedio del mercado en dichos segmentos y esperamos continuar esa tendencia", asegura Lázaro Figueroa, presidente Ejecutivo de Banco Promerica en El Salvador

El Banco parte de Grupo Promerica, cerró el primer semestre con activos que superan los $1,390 millones un alza de 4.9% respecto a junio de 2023 y $970 millones en créditos brutos. Figueroa señala que en el primer semestre de 2024 el sector de empresas y pyme, consumo y vivienda fueron los que reflejaron un mayor dinamismo.

"Esto es importante, ya que es una muestra de la capacidad del sistema financiero en general de apoyar al país", explica y agrega que como institución son optimistas, a pesar de la incertidumbre por la volatilidad en el entorno económico mundial.

> **"No pretendemos ser una Fintech, somos una Banca cercana, presente, que busca ayudar a los clientes a cumplir sus sueños y proyectos, que combina a su vez, una ruta digital clara, enfocada en crear valor y maximizar la experiencia de nuestros clientes con soluciones de vida real".**
>
> **Lázaro Figueroa,** presidente Ejecutivo de Banco Promerica en El Salvador

Parte de esa incertidumbre global ha estado marcada por las altas tasas de interés, medida que han utilizado varios países para poder controlar la inflación.

¿Esta medida ha afectado al mercado local? Según Figueroa, en El Salvador el promedio de incremento de tasas no llegó a esos niveles y "fue de manera gradual en el tiempo, logrando reducir el efecto negativo en el mercado". Asimismo, señala que "se espera en el tiempo amplíe la oferta de liquidez en el mercado, generando menores costos financieros en general y que impulsen la inversión en actividades productivas teniendo como efecto un nuevo ciclo de estabilidad y crecimiento económico".

Balance

Figueroa que preside la institución desde 2019 y que tiene 30 años de estar en posiciones claves en el sistema bancario salvadoreño, lidera la transformación del Banco buscando crear un "balance entre la disrupción tecnológica y una sólida administración de riesgo con un verdadero enfoque al cliente".

Créditos
$970
millones sumaba la cartera de créditos de Promerica a junio pasado, según datos de la Superintendencia de Financiera.

Promerica en medio de su transformación digital, mantiene lo que llama "un modelo de Banca de Relación". "Construimos una fábrica digital que ancla la cultura con el objetivo de liderar la adopción digital a través de maximizar la experiencia de nuestros usuarios; brindar soluciones de vida real en la palma de sus manos; entender mejor las necesidades del mercado", señala.

Actualmente su App y Banca en Línea, son el canal de preferencia, mientras que las agencias representan abajo del 25% de transaccionalidad. Sus soluciones digitales incluyen desde servicios de financiamiento, inversión y protección.

De esa manera, explica, les permite dedicar más recursos y tiempo para la atención de sus clientes.

"No pretendemos ser una Fintech, somos una Banca cercana, presente, que busca ayudar a los clientes a cumplir sus sueños y proyectos, que combina a su vez, una ruta digital clara, enfocada en crear valor y maximizar la experiencia de nuestros clientes con soluciones de vida real", dice Figueroa.

JOSÉ ENRIQUE ROSHARDT, director Ejecutivo de Super Repuestos.

ROMPIENDO BARRERAS EN LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ

POR: ZORAYA MELÉNDEZ/EL SALVADOR
FOTO: CORTESÍA.

Super Repuestos, fundada en 1958, se ha consolidado como una de las cadenas más importantes de repuestos automotrices en la región de Centroamérica.

Con presencia en El Salvador, Honduras y Guatemala, lidera la comercialización de repuestos, lubricantes y herramientas para el segmento liviano y de pasajeros.

Detrás de ese éxito se encuentra José Enrique Roshardt, quien con una fuerte pasión por los vehículos y la movilidad ha liderado Super Repuestos como director Ejecutivo, asumió el reto de transformar la compañía de una empresa familiar a una gestionada por ejecutivos externos, manteniendo a la familia fundadora en roles estratégicos dentro del consejo de administración.

Desde que incursionó a la empresa hace 16 años, Roshardt ha desempeñado un papel fundamental en la implementación de estrategias para la expansión y fortalecimiento de la empresa que cuenta con 34 almacenes en El Salvador, 14 en Honduras y una operación de distribución en Guatemala.

Presencia
49
almacenes de Super Repuestos ubicados El Salvador, Honduras y Guatemala.

"Nos hemos superado gracias a la visión de los fundadores de Super Repuestos, a la dirección y apoyo de nuestra Junta Directiva, y sobre todo a la entrega de todo un súper equipo de colaboradores", expresa Roshardt.

Compromiso con su capital humano

Uno de los mayores logros que Roshardt destaca, al ser parte de la "gran familia" es la integración de un equipo de profesionales de primer nivel, compuesto por más de 1,500 colaboradores.

Para ello la empresa ha priorizado el desarrollo y la capacitación constante de sus colaboradores, por medio de la Academia Súper. Es un programa que un enfoque de educación técnica, con el que se busca cimentar los conocimientos desde lo básico hasta avanzando en el área técnica automotriz, con el fin de proporcionar herramientas que permitan al técnico automotriz desenvolverse y crecer profesionalmente, acorde a las necesidades de la demanda actual del mercado, explica.



"Tratamos de ser una empresa atractiva para trabajar, por nuestra solidez, trayectoria, baja rotación, condiciones competitivas y una oferta de superación constante de nuestra gente", confirma.

Para Roshardt, la incorporación de tecnología es fundamental para continuar rompiendo barreras y seguir liderando mediante la innovación en este rubro. Con la plataforma de e-commerce www.superrepuestos.com y la aplicación de Super Repuestos a domicilio, la empresa está llevando la experiencia de compra a un nivel sin precedentes; apostando a un proceso seguro, fácil y rápido en la compra de repuestos desde cualquier parte del mundo.

Desde 2023, la empresa maneja el concepto de: Super Repuestos Xpress, un nuevo modelo de almacén más pequeño, que permite lograr una presencia más robusta en todo el territorio y dar un servicio ágil y oportuno a sus clientes.

Roshardt, tiene claro que Super Repuestos continuará creciendo. La empresa planea invertir enfocada en el capital humano y en mejorar la capacidad de respuesta a sus clientes en la región; además de buscar incursionar en nuevos mercados.

"Las grandes inversiones que esperamos hacer están enfocadas en nuestro capital humano y al crecimiento de Super Repuestos como organización, orientados en mejorar nuestra capacidad de respuesta y en atender mejor a nuestros clientes en la región. Esto involucra continuar con la apertura de nuevos almacenes y todos los servicios relacionados con los mismos, para poder estar más cerca de nuestros clientes", asegura el directivo.

> **"Estamos convencidos que, con el conocimiento, trayectoria y fortaleza de Súper Repuestos, nuestros negocios en la región continuarán desarrollándose para satisfacer a nuestros clientes".**
>
> **José Enrique Roshardt,** director Ejecutivo de Super Repuestos.



EDWIN ESCOBAR, CEO de Aristos

A LA CONQUISTA DE LAS INVERSIONES

Por: Karen Molina/El Salvador.
Foto: Cortesía.

Grupo Aristos tiene como CEO a Edwin Escobar, un joven empresario que lidera una de las empresas con mayor potencial de crecimiento en El Salvador en el rubro de la construcción de proyectos inmobiliarios y energéticos.

Desde su cargo, tiene muy clara su misión para el futuro de la empresa: fomentar la libertad para innovar en cada uno de los procesos que la empresa desarrolla.

Dentro de su portafolio, Grupo Aristos es responsable de seis parques industriales en los que se ubican importantes empresas industriales que aportan a la economía nacional. Algunos de ellos todavía están en desarrollo.

Aristos
$30
millones es la inversión más reciente de Aristos en el nuevo Data Trust.

En julio el grupo también inauguró el primer centro de datos denominado Data Trust que se erige como el inicio del primer hub tecnológico del país

Asimismo, tiene otros proyectos enfocados a la logística . "Mi estilo de liderazgo fomenta la libertad para innovar e inspira a cada individuo a que, desde su área, deje su huella y se sienta orgulloso de lo que logramos juntos como equipo, con esfuerzo y perseverancia", afirmó.

Escobar ve a Aristos atrayendo inversiones extranjeras, diversificando sectores y, sobre todo, generando empleos y prosperidad para el país.

"Visualizo a Aristos Inmobiliaria y a Aristos Energy incursionando en proyectos inmobiliarios y de generación de energía más sofisticados y complejos. En particular, veo a AirCity y a Altius Tech Park, que hoy están en sus inicios, como proyectos insignia para el país", afirmó.

RUTH DE SOLÓRZANO,
presidenta ejecutiva de AFP Crecer

MOTIVADA POR EL CONSTANTE APRENDIZAJE

Por: Karen Molina . Foto: Cortesía.

Ruth de Solórzano tiene 20 años liderando Crecer, una de las dos administradoras de fondos de pensión de El Salvador, que atiende a más de 1.9 millones de afiliados y 64,000 pensionados.

Su rol al frente de Crecer no solo ha significado la administración de una empresa que invierte los ahorros de los trabajadores, sino además, la educación y asesoría sobre los derechos previsionales y la importancia del ahorro para una futura jubilación.

"Cada uno de los que formamos parte de Crecer nos orientamos por la enorme responsabilidad que significa cada registro de cotizaciones, cada centavo que reciben en su Cuenta de Ahorro para la pensión, sus inversiones y el pago oportuno de sus beneficios", afirma la ejecutiva.

Este año la empresa colombiana Protección y parte de Grupo Sura que era la mayor accionista de AFP Crecer El Salvador, anunció que vendería la totalidad de sus acciones a la sociedad panameña Centro Financiero Crecer, S.A. parte del grupo dominicano Rizek.

Este cambio ha impulsado su labor para seguir modernizando una empresa; desde hace casi 4 años AFP Crecer ha incorporado el uso de la Inteligencia Artificial en todos sus procesos de negocios, con el fin de optimizar los tiempos de procesamiento de documentos, lectura de correos electrónicos que los vuelven más eficientes. Además, han potenciado el uso de chatbot y la biometría para ahorrarle tiempo y recursos a los pensionados.

A De Solórzano le motiva el constante aprendizaje De hecho, en los próximos 10 años se ve dedicando su tiempo a la docencia. "Me ilusiona mucho la vida universitaria. No hay mejor manera de aprender que enseñando a otros y enfrentando sus dudas y buscando las mejores respuestas juntos a los grandes desafíos y oportunidades que nos trae el futuro", afirmó.



Crecer
1.9
millones son los afiliados que ahorran para su retiro a través de la AFP.



Hagamos equipo

con nuestras soluciones financieras

Multiplica los resultados de tu empresa
con nuestras **cuentas empresariales:**

- **Monetaria Empresarial** para una administración de fondos ágil y segura.
- **Monetaria Integra** con transacciones regionales gratuitas e inmediatas.
- **Ahorro Empresarial** con atractivas tasas de interés.

La atención personalizada que
tu empresa merece, la encuentras
en Banco Promerica.

Solicita más información

1724
www.bancopromerica.com.gt

Banco Promerica

Aplican restricciones.

PROMOTOR DE LA MODERNIZACIÓN EN EL MERCADO BURSÁTIL

La figura de Duarte ha estado ligada al desarrollo del mercado bursátil salvadoreño desde sus inicios, y esa plaza espera continuar con un fuerte crecimiento.

POR: ZORAYA MELÉNDEZ/EL SALVADOR.
FOTO: CORTESÍA.

El liderazgo de Rolando Duarte, al frente de la Bolsa de Valores de El Salvador (BVES), ha sido fundamental en la evolución y consolidación del mercado bursátil salvadoreño.

Con más de 32 años de experiencia en el sector, Duarte ha dirigido la BVES con una visión estratégica, promoviendo la innovación, la transparencia y el desarrollo sostenible, que ha sido crucial para convertir a la institución en un referente en la región centroamericana.

Desde que asumió la presidencia, se ha enfocado en modernizar la bolsa que ha experimentado una transformación sin precedentes en los últimos cinco años, permitiendo no solo recuperar los volúmenes de negociación prepandemia, sino también, superarlos.

"Hemos mejorado la infraestructura tecnológica y expandido nuestra oferta de productos financieros, incluyendo la nueva apuesta en el mundo del negocio de activos digitales, en la que aún estamos trabajando y que muy pronto estará activa", detalla Duarte.

Al cierre de 2023, la Bolsa superó los volúmenes prepandemia. "Superamos las expectativas. Alcanzamos los $5,143 millones, 70% más que en 2022, impulsado por una oferta competitiva. Además, hemos salido al mercado internacional, promoviendo las oportunidades que El Salvador ofrece, lo que ha reforzado nuestra posición en la región", confirma Duarte.

La BVES reporta que en los últimos meses se ha observado un fuerte movimiento en el mercado primario de fondos de titularización, certificados de inversión, papel bursátil y fondos de inversión, que han captado la atención tanto de inversores institucionales como naturales, lo que ha diversificado la participación en el mercado.

Diversificación

El mercado busca diversificar su cartera, y "esto se está cubriendo con la llegada de nuevos emisores y emisiones al negocio bursátil salvadoreño, estas emisiones cuentan con características atractivas para los inversionistas", asegura Duarte.



ROLANDO DUARTE, Presidente de la Bolsa de Valores de El Salvador (BVES)

En el primer semestre se han negociado en el mercado primario $1,133.7 millones; de estos un 29% en Fondos de Inversión y un 37% en papeles del Estado.

Duarte explica que la titularización, se ha convertido en el instrumento financiero "estrella del mercado"; "estamos viendo como cada vez más los desarrollos inmobiliarios que la utilizan como una eficiente fuente de fondeo a largo plazo", dice. Esta industria ha alcanzado los $2,051 millones de 2010 a julio 2024. Asimismo, toma auge la industria de fondos de inversión que suma un patrimonio administrado de más de $1,300 millones a julio pasado.

Otros de los logros que expone Duarte son los avances obtenidos con el Mercado de Valores Integrado de América (AMERCA), en el que participan El Salvador, Nicaragua y Panamá. "Este ha sido uno de los logros más importantes en la historia de la Bolsa, hacer coincidir tres mercados de valores para poder integrar su oferta y demanda y hacerlo de manera segura, transparente y eficiente", destaca. Desde 2017 a julio 2023, se han negociado $520 millones. De enero a julio 2024 llevan ya $62 millones. Una tendencia creciente que seguirá al alza.

> **"Hemos logrado fortalecer nuestras relaciones internacionales, lo que ha consolidado la integración del mercado salvadoreño en la región centroamericana".**
> **Rolando Duarte.,** Presidente de la Bolsa de Valores de El Salvador



OMAR EGAN, Director General, Industrias Caricia, S.A. de C.V.

MAYOR INNOVACIÓN EN LA INDUSTRIA DEL CALZADO

Omar Egan busca con Caricia ser referente del sector calzado en la región; con mejores tiempos de respuesta y nuevos productos .

Por: Zoraya Meléndez/El Salvador.
Foto: Cortesía.

Industrias Caricia S.A de C.V es una empresa 100% salvadoreña con 53 años de experiencia en la fabricación y comercialización de calzado que ha conquistado no solo el mercado local, sino la región.

Fundada en 1971 por Guillermo A. Egan, quien, transformó lo que comenzó como un taller de pantuflas de descanso, en un imperio del calzado con su marca icono Lee Shoes.

Omar Egan su hijo, es artífice del crecimiento y expansión de Industrias Caricia. Desde 1998 ha participado en distintos roles gerenciales en la empresa y en 2015, asumió la Dirección General para continuar con el legado. "Con mi hermano Adolfo, nos alternamos la presidencia de la compañía cada 5 años y dirigimos la empresa en equipo", explica Egan.

> **"La moda nunca para. El desarrollo y lanzamiento de nuevos productos es clave para mantener la relevancia en el mercado de calzado".** **Omar Egan,** Director General, Industrias Caricia

Bajo su liderazgo, la compañía se mantiene a la vanguardia de la moda y en constante expansión, exportando a mercados como Guatemala, Honduras, Nicaragua, Costa Rica y Panamá, con ventas que superan los $12 millones al año.

Según Egan, uno de sus mayores logros personales ha sido la creación de un nuevo sistema de desarrollo de productos basado en comprender mejor las necesidades de sus clientes. Este enfoque, llevó al posicionamiento de la marca Golden Tag como la marca #1 de calzado escolar femenino en El Salvador.

"La moda nunca para. El desarrollo y lanzamiento de nuevos productos es clave para mantener la relevancia en el mercado de calzado. Nos sentimos muy afortunados de tener un excelente equipo de desarrollo de productos liderado por gerentes, que junto con la retroalimentación de nuestros clientes, mantienen nuestros catálogos frescos, novedosos y a la moda", afirma.

Empleados:
500

Tiendas:
40
en la región

Ventas:
130,000
pares de zapatos exportó Industrias Caricia a la región en 2023.

Producción innovadora

Uno de los pilares de su gestión es la innovación; en ese sentido, Egan ha incorporado máquinas robotizadas, que permiten reducir el tiempo requerido de "tooling", para la fabricación de productos nuevos. "Antes se requerían semanas para preparar suajes y herramientas de corte que ahora ya no es necesario realizar y la producción puede ser inmediata. Ahora nos podemos ajustar mejor a las cantidades exactas que requieren nuestros clientes", explica. Además, está implementando la disciplina de "just in time" para mejorar el tiempo de respuesta a las solicitudes de sus productos.

Para Egan, su enfoque en la calidad de los productos y su excelencia en el servicio al cliente, han sido clave para que la compañía pueda diferenciarse en un mercado altamente competitivo y asegurar una posición de liderazgo a nivel local y regional.

El próximo reto es ganar protagonismo en el segmento de botas de seguridad industrial. "Ya tenemos productos certificados bajo la norma mexicana, y un creciente catálogo de productos diseñados para protección en diferentes tipos de industrias como la eléctrica, trabajo en talleres mecánicos, bodegas, entre otros", concluye, Egan.



FEDERICO BOLAÑOS COLOMA,
Gerente general y director Ejecutivo de Bam

UN ALIADO DEL DESARROLLO SOSTENIBLE

Entre las acciones adoptadas, el CEO de Bam, también valora la economía circular, como modelo de negocio que transforma esquemas de producción y consumo.

POR: ENRIQUE CANAHUI/GUATEMALA.
FOTO: CORTESÍA.

Con 18 años en el sector bancario, Federico Bolaños Coloma, quien se caracteriza por su liderazgo, compromiso y cercanía, se ha convertido en un referente para las personas que inician una carrera en el Banco Agromercantil (Bam), entidad donde ha desempeñado diversos cargos como jefe de Departamento de Riesgos, gerente Regional de Agencias, director de Banca de Personas y lo cual, lo ha llevado a estar a cargo de la silla de gerente general y director ejecutivo.

> **“Desde hace varios años nos enfocamos en distintos productos digitales que, faciliten y acerquen la banca a las personas y se adapte a su nueva forma de vida”.**
> **Federico Bolaños,** director Ejecutivo de Bam

Además de llevar el timonel de la entidad bancaria, Bolaños Coloma desempeña el rol de presidente del Fondo Unido de Guatemala (United Way); es miembro del consejo de la Universidad del Valle de Guatemala; presidente de la junta directiva de Seguros Agromercantil y es director de Banistmo en Panamá, el cual también es parte del Grupo Bancolombia, uno de los conglomerados financieros más grandes de Colombia, la región y con presencia en varios países de Latinoamérica.

Entre los logros destacados bajo su administración, se mencionan la transformación digital, pensada en la atención a los clientes como centro del actuar de la entidad y ante una nueva realidad que la acelerada digitalización de la banca exige. “Desde hace varios años nos enfocamos en distintos productos digitales que, faciliten y acerquen la banca a las personas y se adapte a su nueva forma de vida”, comenta Bolaños.

Experiencia
18
años tiene Bolaños Coloma de estar en el sector bancario, ocupando diversos puestos.

Así mismo, están las alianzas en pro del entorno, con el claro propósito de promover desarrollo sostenible, indispensable para lograr el bienestar común. Nutrición, educación y medio ambiente son algunos de los temas primordiales para el país, en los que aportan con las distintas alianzas que han creado.

Banco cercano

Como parte del Grupo Bancolombia, la entidad bancaria que dirige, acompaña a sus clientes como un aliado en la sostenibilidad en sus negocios. En esa dinámica, con la participación de un equipo multidisciplinario de expertos en el tema del conglomerado colombiano, recientemente el Bam llevó a cabo una conferencia sobre gestión de riesgo de mercado, en la cual, compartió herramientas cuyo uso permiten a las empresas estar protegidas contra posibles pérdidas a causa de fluctuaciones en condiciones de mercado y donde la toma de una decisión puede transformar repentinamente el panorama financiero de una compañía.

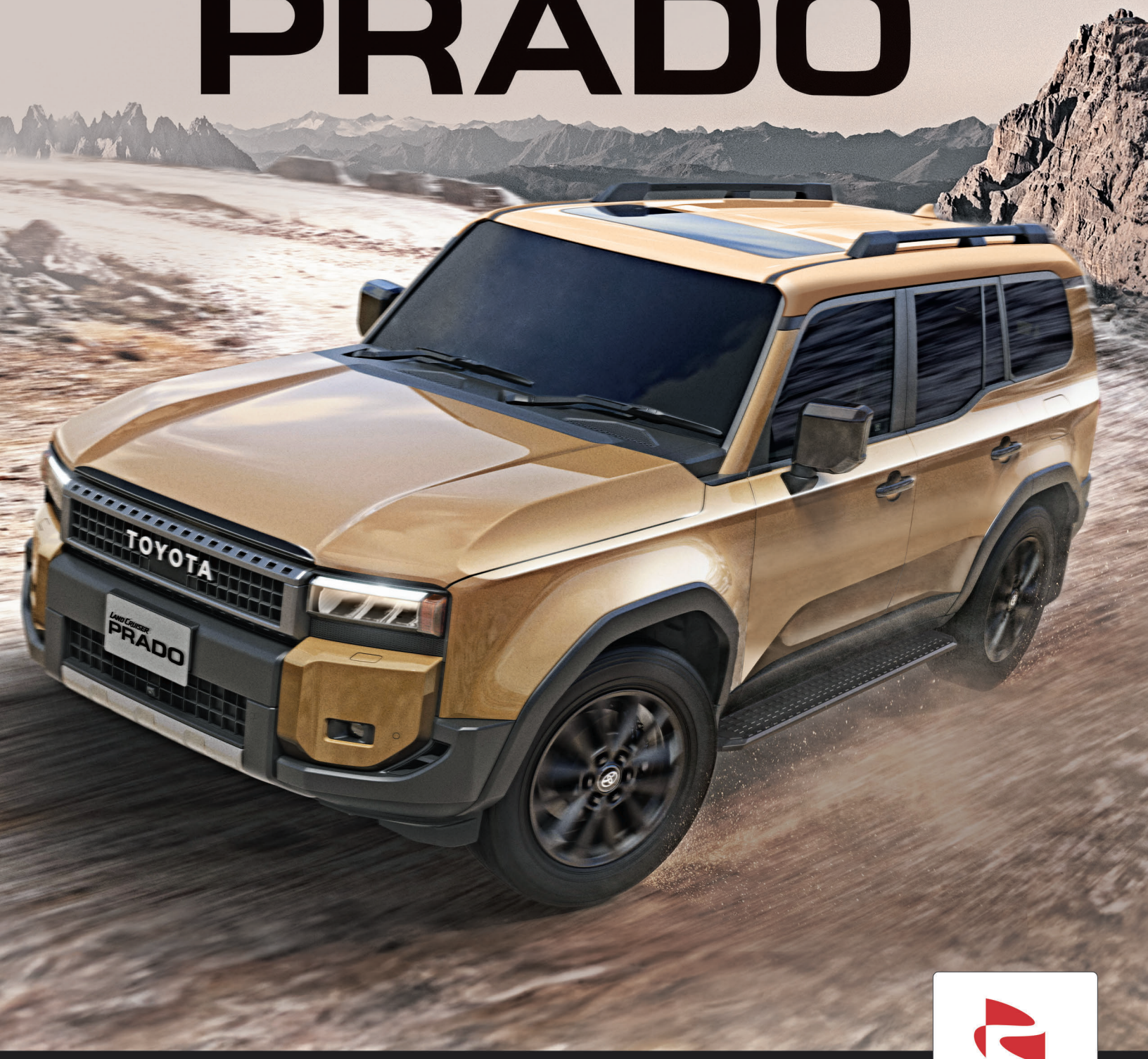
De igual manera, con el propósito de promover desarrollo sostenible, abordó con clientes empresariales y Pymes, lo relacionado con la economía circular, como modelo de negocio enfocado en transformar los esquemas de producción y consumo.

Asimismo, busca convertir al Bam en la empresa con el mejor clima laboral.

TOYOTA

GARANTÍA 5 AÑOS

NUEVA LAND CRUISER PRADO



Publicidad exclusiva para El Salvador.

ToyotaElSalvador @toyota_slv toyota_sv ToyotaElSalvador

EXCEL
PASIÓN EN MOVIMIENTO



Presencia
125
mercados está presente una de las marcas íconos de la casa: Ron Zacapa.

LUIS IBAÑEZ,
CEO de Licores de Guatemala

CREATIVIDAD E INNOVACIÓN SOSTIENEN LA DINÁMICA DE UN NEGOCIO

Durante su gestión ha logrado una expansión considerable del mercado nacional e internacional, sorteando los desafíos derivados de la pandemia.

Por: Enrique Canahui/Guatemala.
Foto: Cortesía.

El CEO de Licores de Guatemala, Luis Ibañez, inició su gestión en esa compañía en 2017, logrando en los últimos años, una expansión considerable del mercado nacional e internacional, manejando con una estrategia prudente, los desafíos derivados de la pandemia, convirtiéndolos en oportunidades para la industria. Los resultados implicaron un crecimiento importante en las utilidades de la empresa.

Previamente se desempeñó como ejecutivo senior de estrategia comercial internacional en varias empresas dedicadas a la creación de productos de consumo masivo. Posee una amplia experiencia en entornos comerciales multiculturales, complejos y competitivos. Dentro de sus principales competencias, destacan la estrategia comercial, el desarrollo de portafolios de marcas y la estrategia comercial holística. Por consiguiente, su trabajo en Licores de Guatemala, está enmarcado por la innovación, tanto en el sector de aguardientes, rones blancos, premezclados y ginebras, así como añadirle una dinámica al sector de rones añejos.

Indica que la innovación en producto terminado final es la principal línea de sostener la dinámica de un negocio. “Mientras se sea creativo y ponga cosas interesantes en el mercado siempre va a haber una buena respuesta”, asegura.

En ese sentido Licores de Guatemala, anualmente tiene una serie de productos novedosos que ingresan a los mercados con una variante a lo acostumbrado.

Algunas novedades del año

En ese contexto, en lo que va del año ha lanzado varias novedades, como la primera campaña global “Lips to Soul”, de Ron Zacapa, con la cual, redefine el mundo de los rones añejos a un mundo apasionante, al buscar despertar los sentidos y crear esa conexión profunda con el consumidor en los 125 mercados de licores finos, donde tiene presencia Ron Zacapa.

Y a nivel local, lanzó su nuevo e innovador producto, Botran Non-Alc. Una novedosa bebida que ofrece una experiencia de sabor única y permite disfrutar la riqueza de Botran, pero sin el alcohol.

Es una bebida endulzada con miel virgen, e infusionada con madera tostada procedentes de las duelas que han albergado ron Botran añejo durante décadas. Los sabores naturales de especias, nueces y diversos frutos que son toques únicos del ron, se ofrecen en esta nueva alternativa no alcohólica, sin comprometer el sabor o la calidad, lo cual es la perfecta combinación para mocktails o, cócteles sin alcohol.

La producción del primer lote se ha previsto para abastecer el mercado local. Posteriormente se llevará la estrategia al mercado internacional, a finales del año o inicios del próximo.

Y recientemente, en conmemoración de sus 15 años de Quetzalteca Rosa Jamaica, lanzó su edición limitada, 4Pack “Jamaica El Homenaje”, e introdujo tres nuevas combinaciones que representan la popularidad del consumo del refresco de Jamaica para todos los guatemaltecos.

Licores de Guatemala, genera más de 1,850 empleos directos. A éstos se agregan los que temporalmente se integran durante la temporada de zafra.



JUAN LUIS FONSECA, Gerente general Banrural

FORTALECE OFERTA CREDITICIA PARA MAS SECTORES ECONÓMICOS

Las últimas innovaciones implementadas incluyen productos financieros como la primera cuenta bancaria para guatemaltecos en Estados Unidos.

POR: ENRIQUE CANAHUI/GUATEMALA.
FOTO: CORTESÍA.

Juan Luis Fonseca Chour tiene a su cargo la Gerencia General del Banco de Desarrollo Rural, S.A. (Banrural), el segundo banco más grande en activos de Guatemala y el tercero de Centroamérica, orientado a promover el desarrollo económico de todos los segmentos poblacionales del país, especialmente en el área rural.

Forma parte de la institución desde hace cinco años, cuando se incorporó para liderar la Gerencia de Operaciones, responsable de las operaciones activas y pasivas y más de 10 mil estaciones de servicio. Acredita una experiencia de más de 20 años en el sistema financiero nacional, especialmente en la banca de personas y de consumo, administración de áreas operativas,dirección de equipos de ventas,y desarrollo de soluciones tecnológicas en empresas multinacionales.

> **“En este año, el objetivo de Banrural, es reforzar el apoyo al área de la micro, pequeña y mediana empresa para que crezcan con el banco”.**
> **JUAN LUIS FONSECA,** Gerente general de Banrural

Inmerso en una realidad en la que la única constante es el cambio, ha hecho equipo con aliados estratégicos del sector para atender las crecientes necesidades financieras de la población y ofrecer soluciones tecnológicas con altos estándares de seguridad para los clientes.

Ante la actual dinámica del sector financiero mundial, lidera un continuo proceso de innovación y transformación digital, implementado por más de 9,000 colaboradores que promueven productos y servicios bancarios para más de 3.5 millones de clientes a nivel nacional y para la comunidad migrante guatemalteca que reside en Estados Unidos.

La institución que dirige Fonseca Chour paga más del 54% de las remesas que ingresan al país.

Las últimas innovaciones incluyen productos financieros como la primera cuenta bancaria para guatemaltecos en Estados Unidos, nuevos medios de pago y mejoras en la experiencia del cliente en sus servicios presenciales y digitales.

Impacto
54%
de las remesas que ingresan a Guatemala son pagadas por Banrural.

En la continuidad del fortalecimiento en segmentos a los que se enfoca, Banrural sigue reforzando su compromiso en brindar soluciones digitales en sus diferentes canales electrónicos, enfocando sus esfuerzos en la mejora continua de sistemas robustos, confiables y seguros, promoviendo la adopción de medios de pago digitales y mejorando la experiencia del cliente.

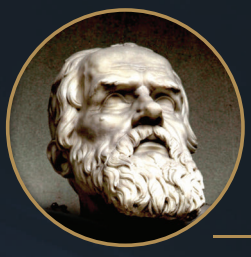
Continuidad directiva

En este año, el objetivo de la entidad bancaria que dirige Fonseca Chour, es reforzar el apoyo al área de la micro, pequeña y mediana empresa para que sus clientes crezcan con el banco. Para ello está fortaleciendo aún más su oferta crediticia para los diferentes sectores económicos, con la mejor cobertura a nivel nacional.

La entidad está modernizando continuamente sus aplicaciones para mantener y fortalecer la cercanía con sus clientes, proporcionándoles un servicio seguro y eficiente. Para ello, implementa una estrategia en materia de tecnología que se basa en tres pilares fundamentales como lo son la innovación en productos y servicios; privacidad y seguridad de la información; y transformación digital integral.

Desarrolla tu pasión y LIDERA el camino al ÉXITO

Conoce nuestras
MAESTRÍAS Y DOCTORADOS



Galileo
UNIVERSIDAD

Universidad Galileo primera en Latinoamérica en brindar cursos en:
edX
Plataforma educativa fundada por Harvard y MIT

Más Información | **www.galileo.edu** | PBX: (502) 2423-8000


$I = \iint |\Psi(x,y)|^2 dxdy$
$\sqrt{\sum_{i=1}^{n} (x_i - y_i)^2}$
$x = \sqrt{\frac{\hbar}{2m\omega}}$

BERNARDO GIRALA, CEO Asofarma

DESARROLLA MODELOS COMERCIALES INNOVADORES EXITOSOS

Por: Enrique Canahui/Guatemala.
Foto: Cortesía.

Bernardo Girala es especialista en desarrollar equipos que aceleran transformación, introducen modelos comerciales innovadores que logran ser número uno de crecimiento, en los segmentos donde compiten. Se unió al grupo Adium,casa matriz de la compañía farmaceútica Asofarma, desde agosto de 2020, donde se desempeña como Gerente General para Asofarma Centro América y Caribe.

Con más de 20 años de experiencia en las áreas de salud y consumo masivo, fue pionero en la implementación de nuevos modelos y prácticas comerciales, incluyendo Category Management, Trade, Accesso, Programas de Pacientes, y utilización digital en el mercado de salud.

Presencia
17
países de A.L. tiene presencia grupo Adium, casa matriz de Asofarma.

Ha ocupado posiciones de liderazgo, tanto en lo local como regional y global en más de seis países, con foco en mercados emergentes en distintos continentes, incluyendo América, Asia y África.

Tiene una formación de grado y post grado en Economía, es apasionado por el desarrollo de potencial humano. Trabaja en desarrollar un liderazgo cercano, orientado a personas, y donde la sinergia de todos sea muy superior a la suma de las partes. Su proyección de trabajo para ASOFARMA Centroamérica y Caribe, lo resume en "crecer sin límites".





Auge
35%
aumentaron en 2023 las exportaciones de aguacate a Europa.

GLORIA ELENA POLANCO, Presidenta de Frutesa

UNA INNOVADORA EN LA FORMA DE ENCONTRAR NICHOS DE MERCADO

Por: Enrique Canahui/Guatemala.
Foto: Cortesía.

Con una experiencia en el campo de las exportaciones de más de 40 años, Gloría Elena Polanco Boburg, fundadora de Frutas Tropicales de Guatemala, S.A. (Frutesa) históricamente se convirtió en la primera mujer empresaria exportadora de frutas a Europa, iniciando con el envío de mangos al Reino Unido, abastecida por productores del país.

A lo largo de esos años que ha gerenciado y posteriormente presidido la compañía, ha venido diversificando su oferta exportable. Actualmente, aparte de frutas, exporta otras variedades vegetales como arveja china, arveja dulce e impulsa la exportación de aguacate, del cual Frutesa se ha convertido en una de las principales impulsoras.

En esa estrategia, uno de sus mayores logros en 2023, es haber aumentado en un 35% las exportaciones de aguacate a Europa, con respecto a lo contabilizado en 2022. Estima que ese robusto crecimiento, continuará por los siguientes cuatro o cinco años, ya que nuevas plantaciones ya establecidas entrarán en producción en ese período.

"Las exportaciones de Frutesa están contribuyendo en gran medida a que los aguacates de Guatemala ya figuren en los programas de compra de varios importadores importantes en Europa y a que los consumidores de esos países empiecen a comerlos. Como país de origen del aguacate, Guatemala merece estar en el mapa mundial de esta especie y Frutesa está empeñada en lograrlo", comenta Polanco Boburg, en una de sus últimas declaraciones como presidenta de la compañía, dadas a El Economista.

Polanco Boburg, decidió jubilarse, por lo que fungió como presidenta de la compañía que fundó en 1983, hasta el pasado 31 de julio, dejando un legado histórico de su capacidad de emprendimiento que se refleja en una pujante compañía que sigue creciendo en lo que se ha especializado: las exportaciones.



JAVIER ARZÚ, CEO Grupo Futeca

UN HACEDOR DE COSAS DIFERENTES PARA CRECER

Por: Enrique Canahui/Guatemala.
Foto: Cortesía.

Javier Arzú, director general de Corporación Grupo Futeca, es licenciado en Administración de Empresas por la Universidad Francisco Marroquín. Al mismo tiempo que estudiaba, a los 19 años inició con este proyecto en lo que hoy es "Décima Plaza" en la zona 14, junto a tres personas que le apoyaban. Proyecto que con el pasar del tiempo y con la inquietud de seguir haciendo cosas diferentes e ir creciendo, ahora cuenta con alrededor de 1,500 empleados entre todas las divisiones. Un grupo de negocios muy diverso desde gorras, donas, los gimnasios Futeca, hasta participar en agricultura.

Proyectos
250
millones de dólares de inversión requiere el proyecto Distrito Futeca.

"Nosotros cuando comenzamos aquí, cortábamos la grama, pintábamos, facturábamos, le cobrábamos a los clientes, hacíamos los horarios, los calendarios, y así comenzamos", comparte, Arzú.

Ahora se enfoca en su proyecto más grande "Distrito Futeca", el cual requiere una inversión de $250 millones y cuya fase está en el papeleo y la tramitología de los permisos respectivos para empezar a construir.

FRANCISCO JAVIER TORUÑO,
CEO Consolidados, S. A.

UN ASESOR ALIADO DE NEGOCIOS PARA SUS CLIENTES

Por: Enrique Canahui/Guatemala.
Foto: Cortesía.

Francisco Javier Toruño es gerente general de Consolidados 807, S.A., una empresa familiar que cuenta con más de 100 años de experiencia en servicios de aduanas. A través de esta compañía, se brindan servicios logísticos de importación y exportación, contando con oficinas y bodegas en la región centroamericana. Además, es director de la Gremial Logística de Guatemala, adscrita a la Cámara de Industria.

Expansión
7
países de la región y México tienen oficinas y sus servicios llegan a todo el mundo.

Bajo su dirección Consolidados 807, se caracteriza por brindar un servicio personalizado, con capacidad para el manejo de todo tipo de mercadería (incluyendo congelados), lo cual le permite ser un asesor aliando de negocios de sus clientes, adaptándose a las necesidades de logística de cada empresa. El contar con una experiencia local y conocimiento global, comprometidos con la excelencia en el servicio, los convierte en un operador logístico confiable.





JOSÉ RAÚL GONZÁLEZ MERLO, CEO de Progreso

MARCA EL RUMBO HACIA LA EXPANSIÓN REGIONAL

POR: ENRIQUE CANAHUI/GUATEMALA.
FOTO: CORTESÍA.

José Raúl González es el CEO de Progreso desde 2012, previamente, de 2010 a 2012 tuvo el cargo de CFO. También preside la Junta Directiva de La Federación Iberoamericana del Cemento (Ficem), en representación de Guatemala, El Salvador y Costa Rica.

Historia
124
años tiene Progreso y está presente en 8 países de América Latina.

Es economista y catedrático de Finanzas y Economía de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Francisco Marroquín, de donde anteriormente fue decano.

Desde su posición como CEO de Progreso, ha liderado retos importantes como la consolidación regional de Cementos Progreso, al adquirir recientemente el 100% de las operaciones de Cemex en República Dominicana, así como sus negocios de exportación a Haití.

Con esta adquisición y sumado a los 124 años de Progreso, la empresa se consolida como líder regional de la industria de cemento y materiales para la construcción, continuando su proceso de expansión y ampliando sus operaciones a 8 países de América Latina y el Caribe.

JOSÉ GREGORIO BAQUERO, CEO de CMI Alimentos

TODA UNA AUTORIDAD EN EL NEGOCIO DE ALIMENTOS

POR: ENRIQUE CANAHUI/GUATEMALA.
FOTO: CORTESÍA.

Desde 2018, José Gregorio Baquero ejerce como CEO CMI Alimentos, agrupación de negocio de Corporación Multi Inversiones (CMI). Bajo el propósito de "generemos, con calidez familiar, oportunidades que cambian vida a través de alimentos que promueven el bienestar", lidera el desarrollo de productos enfocados en la alimentación y nutrición de las familias latinoamericanas.

Tiene experiencia por más de 22 años en la asesoría de negocios de alimentos alrededor del mundo, centrándose en el desarrollo e implementación de nuevas estrategias de crecimiento, canales, modelos Go-to Market, mejoras en la cadena de suministro y transformaciones organizacionales en las industrias de bienes de consumo, alimentos y bebidas.

En el año 2000 fue nombrado socio, trasladándose en 2003 a la oficina en Dallas, para dirigir la relación global de la firma con varias compañías multinacionales de bienes de consumo y trabajar con corporaciones familiares en Latinoamérica, como CMI.

CMI Alimentos comprende negocios de molinos de harina de trigo y maíz, producción de pastas y galletas; industria avícola, porcícola, procesados y fabricación de embutidos; alimentos balanceados para animales y mascotas y en la industria de restaurantes.

Bajo su dirección en CMI Alimentos, en el último año se han venido ejecutando, entre otros negocios, la construcción de granjas avícolas, como la inaugurada recientemente en el kilómetro 124.4 carretera a Los Cerritos, Aldea La Faja, Municipio de Chiquimulilla, Santa Rosa.



Presencia
100
restaurantes Pollo Campero tiene CMI en el mercado estadounidense.

2024

CREEMOS, CONFIAMOS E INVERTIMOS GUATEMALA



Cervecería Centro Americana, S.A.
Creemos, confiamos e invertimos en Guatemala

Con un monto de USD$5,803, en el fondo inmobiliario, el inversor tiene una participación dentro de un portafolio de USD$84 millones

Javier Mayora
Gerente general de Atlántida Capital.



ATLÁNTIDA CAPITAL LIDERA EN FONDOS DE INVERSIÓN CERRADOS EN EL SALVADOR

Con un portafolio más innovador y diversificado del mercado salvadoreño, Atlántida Capital también se ha destacado por ser la única gestora en ofrecer fondos de inversión cerrados de capital de riesgo.

Por: Zoraya Meléndez Bonillaa

Atlántida Capital, S. A., integrante del Grupo Financiero Atlántida de Honduras, es una gestora de fondos de inversión que ha desempeñado un papel destacado en la plaza financiera salvadoreña desde su establecimiento en 2016. Tanto así, que en la actualidad, sus fondos suman un patrimonio combinado que supera los USD$585 millones.

Su éxito la ha llevado a lidera la industria y perfilarse como una opción de inversión sólida y de vanguardia en la región centroamericana y Belice, al ofrecer una variedad de opciones a los inversores, incluidos los fondos de inversión cerrados, que han ganado mayor popularidad en los últimos años por sus múltiples beneficios.

Estos últimos se distinguen por contar con un plazo de vencimiento, por requerir de un monto de participación establecido y por su capacidad para ofrecer rendimientos superiores a los fondos abiertos.

Atlántida Capital ha capitalizado estas diferencias, brindando a los inversionistas la oportunidad de acceder a una cartera diversificada de activos a través de tres opciones: el Fondo de Inversión Cerrado Inmobiliario Atlántida Progresa+, Fondo de Inversión Cerrado de Capital de Riesgo Atlántida y Fondo de Inversión Cerrado de Capital de Riesgo Atlántida Empresarial+.

Para Javier Mayora, gerente general de Atlántida Capital, "el objetivo de los fondos cerrados de Atlántida Capital es proporcionar a los inversionistas rendimientos atractivos y acceso a oportunidades de inversión que de otro modo podrían ser inaccesibles". Además explica que estos fondos permiten a los inversores acceder a un amplio portafolio de activos y empresas, brindando la oportunidad de diversificar sus carteras de inversión y obtener rendimientos competitivos en un entorno controlado.

Opciones únicas de inversión

Para aquellos inversores, ya sean personas naturales o jurídicas, que buscan capitalizar el potencial del mercado inmobiliario salvadoreño, el Fondo de Inversión Cerrado Inmobiliario Atlántida Progresa+ es una opción atractiva. Este fondo se especializa en la adquisición de inmuebles ya construidos con contratos de arrendamiento a mediano y largo plazo; además, cuenta con un portafolio robusto y diversificado que asciende a USD$84 millones en propiedades inmobiliarias, que incluye oficinas, restaurantes, estacionamientos y naves industriales ubicados en diferentes zonas del país.

"Con un monto de apertura de USD$5,803, aproximadamente, el inversor participa dentro de un portafolio de USD84 millones. El rendimiento oscila entre 7,08% y 7,18%", resalta Mayora.

De igual forma, el Fondo Cerrado de Capital de Riesgo Atlántida y el Fondo de Inversión Cerrado de Capital de Riesgo Atlántida Empresarial tienen una importante presencia en el mercado, con activos que ascienden a USD$260 millones y USD$145 millones, respectivamente. Estos ofrecen la oportunidad de invertir en instrumentos de deuda, títulos de renta fija privada y certificados de inversión privados y créditos.

Según Mayora, "el monto de participación mínima del primer fondo es USD$27,000 y de USD$107,000, el segundo, con un rendimiento promedio de 7,05% y 8,90%, respectivamente. Ambos fondos están orientados a inversionistas institucionales".

Siendo la única gestora en El Salvador que administra fondos de inversión cerrado de capital de riesgo, el gerente general de Atlántida Capital recalca que los fondos de inversión están abiertos para todo el público; no obstante, Mayora recomienda contactar a un asesor para conocer las mejores alternativas en fondos para invertir, a través de los diferentes canales: www.atlantidacapital.com.sv, servicioalcliente@atlantidacapital.com y tel.: (503) 2267-4570.

LIDERAZGO + CONTINUO

Atlántida Capital ha experimentado un constante crecimiento, con un patrimonio administrado que supera los USD$585 millones, la firma ha demostrado su capacidad para innovar y liderar en un mercado que sigue evolucionando.

Somos la única gestora que administra fondos de inversión de capital de riesgo cerrados en El Salvador

Javier Mayora
Gerente general de Atlántida Capital.

¡ES MOMENTO DE HACER REALIDAD TUS METAS FINANCIERAS!

Asegura una vida próspera invirtiendo con
la Gestora Líder de Fondos de Inversión en El Salvador



Fondo de Inversión Cerrado de Capital de Riesgo Atlántida.
Monto mínimo de apertura $25,000.00

Fondo de Inversión Cerrado Inmobiliario Atlántida Progresa+.
Monto mínimo de apertura $5,000.00

Fondo de Inversión Cerrado de Capital de Riesgo Atlántida Empresarial+
Monto mínimo de apertura $100,000.00

MÁS INFO AQUÍ

Nuestros expertos están listos para asesorarte

servicioalcliente@atlantidacapital.com

(+503) 2267-4570

Atlántida Capital, S.A.

Gestora de Fondos de Inversión



CINTYA AÑAÑOS ALCÁZAR,
Directora General de Industria San Miguel

EL LIDERAZGO Y EL EMPRENDIMIENTO LOS LLEVA EN LA SANGRE

Por: Enrique Canahui/Guatemala.
Foto: Cortesía.

Desde muy joven, Cintya Añaños Alcázar, experimentó junto a sus padres, la dirección de una empresa familiar como Industrias San Miguel (ISM) de la cual hoy es la directora General. Una empresa conformada por un equipo de más de 6,300 personas. Y está a cargo de las operaciones de producción, gestión de ventas y distribución de bebidas de la más alta calidad en el mercado latinoamericano.

Presencia
9
países está presente Industria San Miguel.

La empresa familiar con más de 35 años en el mercado, tiene presencia en nueve países de Latinoamérica, incluyendo Guatemala, donde abrió su operación en 2023 y se caracteriza por la calidad y sabor de sus productos.

Aparte de la experiencia, a Añaños Alcázar, la respalda una extensa preparación académica y profesional, entre cuyos títulos se mencionan una licenciatura en Finanzas; un postgrado en Administración de Negocios; así como, una certificación en Gestión y Operación de Negocios Internacionales, entre otros.

JOSÉ ANTONIO SÁNCHEZ, Gerente O&M Enel Guatemala

APASIONADO CON EL COMPROMISO ORGANIZACIONAL

Por: Enrique Canahui/Guatemala.
Foto: Cortesía.

En los últimos años José Antonio Sánchez ha sido responsable de liderar la gestión de proyectos de energía renovable de Enel en Guatemala, asegurando la implementación exitosa de las iniciativas tanto en las plantas de generación como en el relacionamiento con los clientes y los actores claves de la industria.

Su equipo está conformado por más de 70 personas, responsables de la generación y suministro de energía limpia a través de las 5 plantas de generación de Enel en el país.

Generación
5
plantas de generación tiene la compañía Enel en Guatemala.

Su mayor aprendizaje en este cargo ha sido que no hay nada más valioso que contar con un equipo de personas que son apasionadas por lo que hacen y tienen un alto grado de compromiso con la organización.

Es ingeniero industrial de la Universidad de San Carlos en Guatemala y cuenta con estudios de maestría en Finanzas y Desarrollo Humano. Con una experiencia profesional de más de 30 años, de los cuales 16 han sido como parte del equipo de Enel, desempeñándose en diferentes roles estratégicos en Guatemala, México y otros países de la región.



ENRIQUE CRESPO, CEO de CMI Capital

APUESTA A GENERAR INVERSIONES DE IMPACTO

Por: Enrique Canahui/Guatemala.
Foto: Cortesía.

Ingresó a la Corporación Multi Inversiones (CMI), en enero de 2011, como director Financiero. En junio del mismo año ascendió a director Ejecutivo del corporativo CMI, cargo que desempeñó hasta 2018, año en que fue nombrado CEO de CMI Capital, una de las dos agrupaciones de negocios del grupo corporativo.

Como director Ejecutivo lideró e impulsó con éxito el proceso de transformación, estandarización e integración de la corporación, mediante prácticas de clase mundial en las áreas de recursos humanos, abastecimiento estratégico, tecnología, finanzas, tesorería, legal y servicios compartidos. Durante este período también lideró el proceso de transformación cultural de CMI, hacia una cultura de procesos colaborativos.

A lo anterior se agrega el haber dirigido los procesos de discusión de la estrategia corporativa 2015-2025, y los procesos de crecimiento inorgánico que condujeron a la expansión regional en energía renovable de CMI, así como a su incursión en la industria de alimentos de la región Andina.

Ahora, como CEO de CMI Capital, bajo el propósito de generar inversiones de impacto que impulsan el desarrollo sostenible, lidera la gestión de activos de energía, desarrollo inmobiliario, financieros y nuevos negocios de la corporación familiar multilatina.

Enrique Crespo posee una licenciatura en Derecho y un post grado en Economía por la Universidad Francisco Marroquín, orientado a la banca. Así mismo, acumula una experiencia profesional de más de 20 años en el sector bancario y financiero.

CMI es una empresa guatemalteca fundada en 1920, la cual cuenta actualmente con más de 40,000 colaboradores en 16 países.



Presencia
16
países tiene presencia CMI y genera unos 40,000 empleos.



Experiencia
33
años
De estar en Colgato-Palmolive tiene Adriana Leite.

ADRIANA LEITE, Executive VP & General Manager Central America de Colgate Palmolive Centroamérica

IMPULSA LA CULTURA ORGANIZACIONAL PARA CRECER SOSTENIBLEMENTE

Por: Enrique Canahui/Guatemala.
Foto: Cortesía.

Adriana Leite es vicepresidenta Ejecutiva y Gerente General de Colgate Palmolive Centro América, en donde lidera iniciativas estratégicas que impulsan la eficiencia operativa y la innovación.

Cuenta con estudios de administración de empresas en Fundação Getúlio Vargas en Brazil y con más de 30 años de experiencia en roles de liderazgo en diversos países y continentes. A lo largo de su carrera, ha demostrado habilidades destacables en gestión de proyectos, liderazgo de equipos y desarrollo de estrategias comerciales, lo cual la ha posicionado como una líder influyente en su campo.

Antes de asumir la dirección de Colgate-Palmolive en Centroamérica, se desempeñó como vicepresidente de Marketing para África y Eurasia. Anteriormente, ocupó el cargo de vicepresidenta y gerente General para el Cono Sur.

Leite se unió a Colgate-Palmolive Brasil en 1991 como gerente de Marca, y fue promovida a múltiples roles en ese país. Su carrera internacional avanzó con posiciones estratégicas y operacionales a nivel global y divisional en América Latina y África/Eurasia.

Actualmente, su principal objetivo en Colgate-Palmolive es impulsar un crecimiento sostenible para la compañía, creando una cultura organizacional de la que todos se sientan orgullosos.



FREDERICK GIMPEL, CEO de Reinerstrom

DESARROLLA PROYECTOS QUE GENERAN ENERGÍA ACCESIBLE

Por: Enrique Canahui/Guatemala.
Foto: Cortesía.

Frederick Peter Gimpel, es el fundador y director de Reinerstrom, una fintech que provee energía renovable, solar a un menor precio, por medio de un modelo que, refleja años de investigación y dedicación para facilitar la innovación sostenible en los mercados e industrias latinoamericanas por medio del acceso a la inversión.

Es un modelo único y nuevo, resultado de la visión y el esfuerzo de Gimpel para transformar el acceso a la energía solar, la cual ofrece una opción de inversión segura y sostenible.

Costos
20%
baja la factura mensual de electricidad de los usuarios de Reinerstrom.

Dicho modelo como servicio, logra que las empresas que lo adquieren, vean una reducción de hasta 20% en su factura mensual. A la fecha Reinerstrom cuenta con 24 granjas distribuidas en Guatemala, El Salvador, Costa Rica y México. Entre los proyectos que atienden hay hospitales, centros comerciales, edificios corporativos, fábricas, clubes deportivos, entre otros.

MARÍA TUYUC, Presidenta de Red Mundial de empresas y Negocios Indígenas

LLEVA EMPRENDIMIENTO Y DESARROLLO A COMUNIDADES INDÍGENAS

Por: Enrique Canahui/Guatemala.
Foto: Cortesía.

Oriunda de San Juan Comalapa, Chimaltenango, es una lideresa indígena Maya Kaqchikel y empresaria, centrada en la promoción del emprendimiento y el desarrollo económico de las comunidades indígenas en el país.

Es fundadora y presidenta de la Red Mundial de Empresarios Indígenas; la Red Latinoamericana de Mujeres Indígenas y representante legal de la Red Global de Empresarios Indígenas, capítulo Guatemala. Su rol incluye asegurar el crecimiento y la sostenibilidad de la organización, crear e implementar políticas que fomenten el desarrollo económico y social de las comunidades indígenas y establecer colaboraciones con aliados estratégicos.

Aprendiendo experiencias y modelos de líderes alrededor del mundo, ha adquirido conocimientos sobre prácticas innovadoras en temas sociales, ambientales y empresariales, los cuales ha implementado en Guatemala, como parte de sus responsabilidades en cada proyecto que ha asumido.



Entre sus múltiples cargos ha sido consejera en el Consejo Económico y Social, así como integrante del Consejo Nacional de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa en Guatemala.

Entre sus logros se mencionan, el haber logrado la expansión de la Red Mundial de Empresarios Indígenas, de la cual es presidenta, conectando a empresarios de múltiples países y fortaleciendo sus empresas. Creó el Modelo de Desarrollo Territorial en comunidades indígenas, fomentando el desarrollo sostenible y económico. Ha contribuido al incremento de las economías familiares en comunidades y ha promovido el empoderamiento y la capacidad de mujeres empresarias en toda la región, así como ha influido en políticas de desarrollo local que mejoran la calidad de vida de las personas.

Un objetivo clave en su trabajo es la creación de un modelo de desarrollo territorial en comunidades indígenas, actualmente en implementación por medio de la Red Global de Empresarios Indígenas.

LIDERAZGO E INNOVACIÓN DEL ING. EDGAR BRAN, GERENTE GENERAL DE BANCO PROMERICA GUATEMALA

ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO Y SOSTENIBILIDAD BAJO SU LIDERAZGO QUE ESTÁN TRANSFORMANDO EL SECTOR FINANCIERO GUATEMALTECO.

El Ingeniero Edgar Rolando Bran Alvarado es una figura destacada en el sector financiero de Guatemala, reconocido por su liderazgo y visión innovadora. Es egresado de la Universidad Rafael Landívar en la carrera de Ingeniería Industrial y Magister en Administración de Empresas de la Universidad Católica de Chile. Con más de 30 años de experiencia, ha jugado un papel crucial en la modernización y expansión de Banco Promerica, donde ha servido como gerente general durante los últimos 18 años.

La carrera del Ing. Bran se ha caracterizado por su compromiso con la excelencia y la innovación. Desde sus inicios en el sector financiero, ha demostrado una capacidad excepcional para liderar y adaptar la institución a las necesidades cambiantes del mercado. Su liderazgo en Banco Promerica ha sido particularmente notable, lo ha llevado a alcanzar numerosos hitos significativos y ha creado un equipo de trabajo enfocado en servicio al cliente, crecimiento y rentabilidad.

Bajo su dirección, Banco Promerica ha logrado introducir productos y servicios digitales que han mejorado considerablemente la experiencia del cliente. Se han implementado estrategias sostenibles, culminando con la emisión de los primeros Bonos Bancarios para proyectos sostenibles en Guatemala. Además, ha liderado un financiamiento sindicado por un total de USD 100 millones, liderado por Bladex.

La visión del Ing. Bran siempre ha sido la modernización continua del banco, adaptándose a las nuevas tecnologías y necesidades de los clientes, este enfoque ha permitido a Banco Promerica ser distinguido como un líder en el servicio al cliente y la innovación que demandan las personas y empresas.





Banco Promerica, tiene una serie de proyectos y estrategias planificados para el futuro:

Digitalización de servicios. Continuará integrando tecnologías para mejorar la accesibilidad y eficiencia de sus servicios. Se espera un crecimiento significativo en la accesibilidad a servicios financieros y la incorporación de nuevas tecnologías avanzadas como la inteligencia artificial.

Expansión de productos financieros. Ampliará su oferta de productos, incluyendo más opciones de crédito y ahorro, especialmente dirigidos a pequeñas y medianas empresas (PYMEs).

Promoción de la inclusión financiera. Implementará programas educativos y creará productos accesibles para todos los segmentos de la población. Además, se espera una expansión en la inclusión financiera, especialmente en sectores tradicionalmente desatendidos.

Fortalecimiento de la sostenibilidad. Continuará con el apoyo a sus clientes para desarrollar proyectos sostenibles, avanzando en su compromiso con el desarrollo económico y social de Guatemala.

Banco Promerica es una institución financiera líder en la adopción de tecnologías de vanguardia y soluciones que impulsan la ventaja competitiva, optimizando las operaciones empresariales. Gracias a la visión y liderazgo del Ing. Edgar Bran, Banco Promerica puede identificar oportunidades, anticipar cambios en la demanda del mercado y continuar con la innovación para satisfacer las necesidades de cada uno de sus clientes.



ENRIQUE RODRIGUEZ MAHR,
CEO de Grupo Financiero G&T Continental

HACIA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Por: Enrique Canahui/Guatemala.
Foto: Cortesía.

Con más de 40 años de experiencia en el mercado financiero, tanto en la banca como en el sector asegurador, Enrique Rodríguez Mahr CEO del Banco G&T Continental, ha impulsado la modernización y la eficiencia operativa del banco. En los últimos años, ha liderado la innovación y transformación digital que ha emprendido, la tercera institución bancaria por activos del sistema financiero del país. Posición que, a diciembre 2023, fue respaldada por alrededor de $8,326.0 millones en activos.

Posición
3
tiene G&T en el sistema bancario guatemalteco con $8,326 millones en activos.

Rodríguez cuenta con una maestría en Administración por el Instituto Centroamericano de Administración de Empresas (INCAE). Además, su compromiso con el desarrollo empresarial se manifiesta en su participación activa en diversas cámaras, gremios y asociaciones. En 2007 recibió el galardón Gerente del Año por parte de la Asociación de Gerentes de Guatemala.

LUCRECIA DE GONZÁLEZ, Directora Casa Cotzal

PROMUEVE LA DIVERSIDAD ARTESANAL EN EL MERCADO EXTRANJERO

Por: Enrique Canahui/Guatemala.
Foto: Cortesía.

Desde 1994 Lucrecia de González impulsa el trabajo de alrededor de 600,000 artesanos de diferentes regiones del país, en Casa Cotzal, o "La Casa", como se identifica en su página web, de la cual es fundadora y gerente General.

Se ha convertido en una de emprendedora destacada entre las exportadoras de productos artesanales; es promotora del sector hecho a mano de la Asociación de Exportadores de Guatemala (Agexport) desde hace ya 30 años y una de las fundadoras de la feria New World Craft. De hecho, en la 33° edición del Galardón Nacional a la Exportación, recibió el reconocimiento a "Mujer Exportadora del Año", por parte de ese gremio.

Trayectoria
30
años de impulsar el trabajo de artesanos guatemaltecos en el extranjero.

También recibió el reconocimiento como exportadora del año por sus méritos en apoyar a otras mujeres; por su aporte al desarrollo económico de artesanos del país; por compartir conocimientos sobre productos hechos a mano con valor agregado; por ser mujer profesional y empresaria líder exportadora.



MARÍA JOSÉ NICHOLS, Directora de Abitare Inmobiliaria

LIDERESA EN EL MUNDO INMOBILIARIO

Por: Enrique Canahui/Guatemala.
Foto: Cortesía.

María José Nichols cuenta con 14 años de experiencia en bienes raíces residenciales y comerciales en Centroamérica. Es Relacionista internacional y Magister en negocios internacionales por la Universidad Francisco Marroquín y tiene un MBA por la Universidad de Cádiz.

Es Socia Fundadora de Agencia inmobiliaria Abitare GT, una empresa familiar establecida en 2018 que nació de Coldwell Banker; franquicia estadounidense que en 2010 convirtió a Nichols, en la franquiciaria global más joven. Desde su inicio, forjó su carrera liderando una empresa, como amateur autodidacta en el mundo inmobiliario.

Trayectoria
14
años de experiencia en tiene Abitare de haber sido fundada.

También es fundadora de la Gremial de Profesionales Inmobiliarios, donde ha impulsado importantes iniciativas relacionadas con el sector. Representa a los gremios empresariales de los que forma parte, en la Comisión Internacional del Comité Coordinador de Asociaciones Agrícolas, Comerciales, Industriales y Financieras (Cacif) y actualmente preside la Comisión Cacif Joven, así como la Gremial de Empresas lideradas por mujeres (GELM) de la cual también es fundadora.





HERBERT OSWALDO HERNÁNDEZ CASTELLANOS, Director general de Bantrab

UN DIRECTIVO QUE ASCIENDE A LA CABEZA DE BANTRAB

Por: Enrique Canahui/Guatemala.
Foto: Cortesía.

Herbert Oswaldo Hernández Castellanos, se unió a Bantrab en octubre de 2017 como director de División Comercial y ascendió a gerente General en enero de 2022. Puesto que desempeñó hasta el pasado 31 de julio, cuando fue nombrado como director general de la entidad financiera.

Peso
30
años de experiencia en banca tiene Hernández Castellanos.

Es licenciado en Informática y Administración de Negocios. Cuenta con tres maestrías, una en Marketing; otra en Administración de Empresas; y una en Transformación Digital. Además de certificaciones en Estados Unidos y España en Tecnologías Digitales Disruptivas; en Gestión Estratégica de Innovación con Transformación Digital; y en Liderazgo de la Innovación.

Tiene 30 años de experiencia en el sistema financiero de Guatemala, El Salvador, Panamá y Estados Unidos. Es experto en diseñar y ejecutar estrategias y canales comerciales, así como potenciar nuevos mercados e implementar proyectos corporativos.

MARCELO BENITEZ, CEO de Millicom **Latinoamérica**

UN NUEVO LÍDER PARA TODA LA REGIÓN

Por: Karen Molina. Foto: Cortesía.

Marcelo Benitez es desde junio de este año el nuevo CEO de la compañía de servicios de telecomunicaciones fijas y móviles en América Latina, Millicom (Tigo).

Costos
30
años de experiencia tiene el paraguayo Marcelo Benítez en Millicom.

Fue elegido por la Junta Directiva de la compañía por su experiencia, talento y cualidades de liderazgo, características indispensables para dirigir una compañía que sigue creciendo y evolucionando a medida que lo hace la tecnología.

Y fue ese liderazgo nato que Benitez mostró cuando se unió a la compañía en Paraguay, hace casi 30 años la que le ha hecho ascender con los años a través de diferentes roles hasta obtener su cargo anterior como CEO de Tigo Panamá. Antes de tener ese puesto ocupó el cargo de Vicepresidente para la región de América Central, donde supervisó las operaciones de la compañía en Honduras, El Salvador, Costa Rica, Nicaragua y Panamá. También fue CEO de Tigo El Salvador y CEO de Tigo Business (la operación B2B de Tigo), entre otros.

Así que las operaciones de la región son para Benitez un reto para la innovación pues cada día analiza las mejores formas de que el negocio evolucione, con la rapidez que los clientes demandan.

Millicom es un proveedor líder de servicios de telecomunicaciones fijas y móviles en América Latina que a través de sus marcas TIGO y Tigo Business, ofrece una amplia gama de servicios y productos digitales, incluyendo TIGO Money para servicios financieros móviles.





LUIS LARA GROJEC,
Gerente general de Grupo corporación BI

IMPULSA EL EMPRENDIMIENTO Y LA EDUCACIÓN FINANCIERA

Por: Enrique Canahui/Guatemala.
Foto: Cortesía.

De profesión Ingeniero Mecánico Industrial con un MBA del Instituto Centroamericano de Administración de Empresas (Incae), dirige desde el 1 de enero del 2020, la Corporación BI, grupo financiero en el cual, cuenta con una trayectoria de más de 30 años.

Trayectoria
30
años de trayectoria tiene Lara en Grupo BI y desde 2020 es el CEO.

De igual manera, funge como vicepresidente de la Fundación BI, enfocada en fomentar el emprendimiento y en la educación financiera como eje crucial para el equilibrio de las personas y empresas.

Este programa dice Lara, viene a complementar la iniciativa que hace años echaron a andar con una parte del grupo corporativo en apoyo a las microfinanzas. Actualmente otorgan créditos por 25,000 quetzales ($3,225) para pequeños negocios productivos. Han colocado más de 32,000 créditos. Es una cartera de más de 1,000 millones de quetzales ($129 millones).

También, es presidente de la Asociación Bancaria de Guatemala y miembro de Junta Monetaria, que es el Consejo de Administración del Banco Central.


La confianza
de más de 3.5 millones
de clientes reafirma
nuestra solidez
Mejor calificación Fitch Ratings
para bancos de capital guatemalteco AA (gtm)
+Q109 mil
millones
en activos
2º banco
con mejores
resultados
en 2023
Líder en pago de remesas 53.3%
+Q92 mil millones
en depósitos
+10,500 agencias, Cajas Banrural
y cajeros automáticos
2º banco más grande del país
y 3º de Centroamérica
www.banrural.com.gt
BANRURAL
El amigo que te ayuda a crecer



ALIDA BOER, CEO María´s Bag

DA VALOR AGREGADO A LA ARTESANÍA TRADICIONAL A NIVEL INTERNACIONAL

Por: Enrique Canahui/Guatemala.
Foto: Cortesía.

Alida Boer es CEO y fundadora de MARIAS e Ix Chebel, cuyas oficinas están ubicadas en las ciudades de Guatemala y Nueva York. Es una emprendedora social que busca empoderar a mujeres de bajos recursos, brindándoles educación y salarios justos a través de sus empresas y sus proyectos filantrópicos.

Por medio de MARIAS, Alida ha elevado la apreciación de la artesanía tradicional guatemalteca, incorporando estas técnicas ancestrales en bolsas y accesorios de lujo que cautivan el mercado global. Ha destacado internacionalmente por sus prácticas comerciales a través de un comercio justo y diseños llamativos.

Trabajo
500
artesanas de Guatemala reciben ingresos justos por su producción.

En 2019, fue nominada con MARIAS a los premios anuales Rising Star Awards de Fashion Group International, en la categoría de bolsos y accesorios, siendo en enero de 2020, galardonada con dicho premio durante ceremonia celebrada en Nueva York. Un premio que reconoce la labor, el talento, la creatividad y la visión de Boer.

MAURICIO NANNE, CEO de SISAP

SOLUCIONES TECNOLÓGICAS HECHAS EN C.A.

Por: Irma Cantizzano. Foto: Cortesía.

Mauricio Nanne es el creador de la primera empresa de ciberseguridad centroamericana. Sistemas Aplicativos (SISAP) nació en Guatemala en 1985 para brindar soluciones tecnológicas y casi 20 años después de su fundación empezó la expansión que no ha parado a la fecha.

Primero llegó a El Salvador y Costa Rica, en 2007 a Panamá y empezó a ofrecer también en estos mercados análisis forenses. En 2010 llega al mercado hondureño y ofrece la gestión masiva de la plataforma de seguridad. Hoy SISAP está en 10 países y Nanne se desempeña como Director Ejecutivo (CEO).

Presencia
10
mercados de América Latina está SISAP y genera 450 empleos.

La compañía cuenta con 300 ingenieros en la región y más de 450 colaboradores, brindando soporte 24/7 a sus clientes; posee dos laboratorios forense.

SISAP fue elegida este 2024 por segundo año consecutivo como la única empresa latinoamericana en figurar dentro del top 15 en la edición del Frost Radar que evalúa y clasifica a distintas empresas, en este caso en el mercado de servicios de ciberseguridad, con base en dos variables: crecimiento e innovación. Este año evaluó a 50 empresas de ciberseguridad que operan en América Latina. “El que SISAP ingrese por segundo año consecutivo al Frost Radar es trascendental para nuestra compañía, ya que demuestra que en Latinomérica contamos con la infraestructura necesaria y el talento humano para hacer frente a las amenazas cibernéticas globales”, dijo Nanne.



Hemos convertido espacios en hogares para más de

60,000

familias



casas
roble
.com

GRUPO
ROBLE



GUIDO J. MARTINELLI, presidente de Panacredit

INNOVACIÓN PARA UN CRECIMIENTO SOSTENIDO

El presidente de Panacredit comparte sobre la expansión y la transformación digital de la compañía para seguir creciendo en la región.

POR: ZORAYA MELÉNDEZ/C.A..
FOTO: CORTESÍA.

Corporación Financiera del País, S.A. (Panacredit) se ha consolidado como un actor clave en el panorama financiero en Panamá y en la región de Centroamérica. Para Guido J. Martinelli, presidente de Panacredit, la región se encuentra en constante evolución, con un notable aumento en la participación transfronteriza entre grupos financieros fuertes, especialmente en el Triángulo Norte de Centroamérica. "La colaboración entre países y grupos financieros fortalece el sistema económico regional, promoviendo una mayor estabilidad y crecimiento", resalta.

En ese contexto, Panacredit ha logrado posicionarse con solidez no solo en el mercado financiero panameño, sino también en otros países como El Salvador, a través de adquisiciones estratégicas como PrestaFácil.

> **"Hemos logrado una expansión significativa en el mercado bancario y financiero panameño y recientemente hemos entrado en El Salvador a través de la adquisición de PrestaFácil".**
> **Guido Martinelli,** presidente de Panacredit

El liderazgo de Martinelli ha sido fundamental para la transformación y expansión. "Me considero un líder comprometido y participativo, con un enfoque en resultados y metas claras. Soy estratégico, disciplinado, entusiasta y con un buen sentido del humor, lo cual considero esencial para enfrentar los desafíos", afirma Martinelli.

Perspectivas de crecimiento

En 2023, Panacredit creció un 20% en términos de activos, con un incremento del 25% en la cartera de préstamos y un aumento del 18% en el patrimonio. "Hasta junio de 2024, hemos visto un crecimiento del 7% en comparación con diciembre de 2023, con activos que alcanzan los $378 millones y un patrimonio de $50 millones. Esperamos que la utilidad mejore levemente respecto a 2023, superando los $11 millones, luego de provisiones e impuestos", comenta.

En la cartera de créditos, hasta junio de este año se reportó un aumento del 23% en comparación con el mismo periodo del año anterior, impulsado por la demanda de préstamos personales, para autos y con garantías de bienes inmuebles, así como en los segmentos de factoring y préstamos comerciales.

Alza
25%
creció la cartera de préstamos de Panacredit en 2023. Sus activos sumaban $378 millones a junio pasado.

"Este crecimiento ha sido respaldado por una sólida captación de fondos a través del mercado de capitales, líneas de crédito de bancos y organismos internacionales", aclara Martinelli.

El éxito de Panacredit radica en aplicar prácticas sólidas de gobierno corporativo. "Aplicamos distintas regulaciones bancarias, contamos con un equipo comprometido y experimentado, y seguimos una estrategia bien definida y monitoreada", explica Martinelli.

Además, destaca como importante, la capacidad de adaptarse rápidamente e invertir en herramientas tecnológicas que optimizan la gestión del negocio de una manera eficiente. Por ello, la institución ha apostado por nuevas alternativas financieras, especialmente soluciones digitales y fintech.

"Hemos realizado inversiones significativas en estas áreas, entendiendo que el futuro de los servicios financieros está en la digitalización", advierte.

A futuro Martinelli, visualiza a Panacredit como la empresa financiera no bancaria líder de la región, con presencia en varios países y un modelo de negocio eficiente, responsable y rentable.


EN
Landívar
TE ATREVES
A CONOCER
Admisiones Landívar
Universidad
Rafael Landívar
Identidad Jesuita en Guatemala

SIGNIFICATIVO APORTE A LA ECONOMÍA

La Constancia es la principal productora y distribuidora de cerveza, agua embotellada y otras bebidas no alcohólicas de El Salvador fundada en 1906.

En 2016 pasó a formar parte de la multinacional AB-InBev, la empresa cervecera más grande del mundo. Desde ahí inicia una modernización en sus operaciones y una redistribución de sus marcas asociadas.



La Constancia
12
marcas son las que ofrece la compañía.

Actualmente ofrece 12 marcas entre cerveza, bebidas carbonatadas, variedad de jugos, bebidas energéticas, bebidas isotónicas y agua purificada.

La compañía produce el 1% del PIB de El Salvador y genera el 2.8% de la recaudación tributaria del gobierno. Su planilla cuenta con más de 3,000 empleados directos, pero además, dirige una amplia red de emprendedores que a través de las tiendas, comedores y restaurantes, forman parte de la cadena de valor que distribuye sus principales marcas.

DIGICEL APUESTA A CRECER



Digicel
$400
millones es la inversión que Digicel ha realizado desde 2019 para mejorar su red.

La compañía de telefonía de origen irlandés, Digicel, tiene operaciones de telefonía en 25 países a nivel mundial y es El Salvador su única y actual filial en Centroamérica después que la empresa fuera absorbida por la mexicana America Móvil.

Esta última también intentó adquirir las operaciones de Digicel en El Salvador, pero la Superintendencia de Competencia no autorizó la compra.

No obstante, la empresa ha continuado con su apuesta por aumentar su cobertura. Su mercado está enfocado en el servicio prepago y postpago, pero también sirve con planes especiales a nivel corporativo.

Desde 2019 ha invertido $400 millones para mejorar su infraestructura y llevar su red 4.5 G a más salvadoreños y en julio de 2022 su fundador y presidente, Denis O'Brien reafirmó su compromiso por seguir innovando en territorio salvadoreño.

LABORATORIO COMPETITIVO Y MODERNO

PAILL inició en 1992 con la elaboración de fármacos estériles innovando en un mercado cada vez más competitivo. Desde esa fecha se ha expandido rápidamente por la región, al lograr cobertura en los mercados de Centroamérica y El Caribe. Sus medicamentos se comercializan a través de prescripción médica (línea ética), productos de venta libre y participación en negocios hospitalarios por licitación, aunque de estos, su mayor mercado está en la línea ética.

En 2016 la empresa realizó una importante inversión de $8 millones con la que amplió su capacidad de producción y almacenaje.

PAILL cuenta con más de 350 productos farmacéuticos con ventas estimadas de 51 millones de unidades empacadas en 2023.



PAILL
350
productos son los que PAILL comercializa en su portafolio.

LÍDER EN CONECTIVIDAD



TIGO
$500
millones es la inversión que TIGO ha hecho desde 2019 para desarrollar la red 5G.

Tigo El Salvador, filial de la empresa internacional de telecomunicaciones Millicom con sede en Luxemburgo, posee la mayor participación de mercado salvadoreño, con alrededor del 50% en la contratación de telefonía móvil, televisión por cable e internet, según la Organización de Telecomunicaciones de Iberoamérica (OTI).

Desde 2019, la empresa lidera la inversión para alcanzar el desarrollo de la red 5G, con un plan de $500 millones para mejorar la infraestructura digital en El Salvador y con ello, alcanzar una mayor conectividad.

Tiene, además, la división Tigo Money, una billetera digital que en 2022 movió $500 millones en transacciones financieras no bancarias.

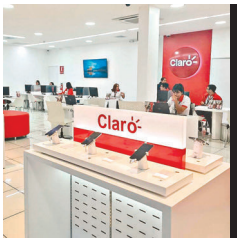
Tigo está presente en 9 países de Latinoamérica, incluyendo El Salvador.


NUEVA
CAMISA TEXTURA
PREMIUM PIQUÉ
pierre cardin®
PARIS

LA RED MÁS RÁPIDA

Claro El Salvador, que forma parte de la multinacional de origen mexicano, América Móvil, está presente en El Salvador desde 1999 y es considerada por la OTI como la segunda empresa con mayor participación de mercado en los servicios de telefonía móvil, servicio de cable e internet en El Salvador.

Por tres años consecutivos ha recibido el reconocimiento Speedtest de Ookla, como la red de internet móvil más rápida del país.



CLARO

20

años más es el periodo de concesión que el gobierno dio a Claro.

En 2017 el gobierno le renovó la concesión de frecuencia para los próximos 20 años, lo que también le dio un impulso para invertir más de $1,000 millones en la ampliación y modernización de su infraestructura para dar más cobertura y velocidad a sus servicios de internet.

APUESTA POR LA SOSTENIBILIDAD

Holcim es la principal empresa cementera de El Salvador, que desde sus inicios en 1949, ha proveído de manera ininterrumpida cemento de alta calidad para la construcción de la mayor parte de edificaciones e infraestructura del país.

En los últimos años la empresa ha apostado fuertemente a promover soluciones con menor huella de carbono y el aprovechar los recursos en su producción, a través del reciclaje de materiales que se incorporan nuevamente a sus cementos y concretos.

En los últimos 5 años Holcim ha invertido más de $75 millones en la operación de Holcim El Salvador. Su nueva planta Maya en Metapán ha multiplicado su producción.

El reto para los próximos años es convertir la sostenibilidad en un factor de peso desde el diseño hasta la decisión de los materiales a utilizar en las construcciones.



HOLCIM

$75

millones es la inversión de los últimos 5 años.

APROVECHA LA NOSTALGIA DE SU TIERRA



PETACONES

22

productos lácteos tiene Petacones en su portafolio. EUA es uno de sus mercados más importantes.

La empresa de productos lácteos Petacones surgió en 1935 y está a punto de cumplir 90. Fundada en la hacienda Petacones, de San Vicente, esta empresa ha sacado provecho de la nostalgia de los salvadoreños que viven en el exterior para aumentar sus exportaciones al país americano.

Aunque exporta sus productos a toda la región, es a Estados Unidos donde ha centrado sus esfuerzos para aumentar sus ventas.

La empresa cuenta con distribuidores autorizados en California (San Francisco, Los Angeles, San José), New York, New Jersey, Maryland, Virginia, Washington DC y Texas(Houston).

En los últimos años ha diversificado su portafolio con más de 22 productos lácteos.

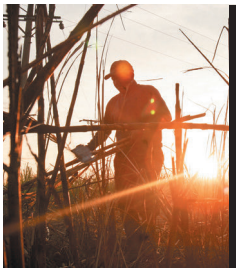
IMPULSOR DE UNA PRODUCCIÓN SOSTENIBLE

Grupo Cassa tiene una trayectoria de 60 años y es la mayor productora y exportadora de azúcar en El Salvador, integrada por sus dos centrales: el Ingenio Chaparrastique y Central Izalco.

La compañía produce azúcar que los más de 3,000 productores de caña cosechan durante la época de zafra. Pero además, generan melaza y energía, a partir del bagazo de la caña. Esta es suficiente para iluminar 238,000 hogares que representan el 7% del consumo de electricidad del país.

Su azúcar es exportada a más de 20 países, desde México, Estados Unidos y Sudamérica, hasta Europa.

Sus operaciones están centradas en lograr sostenibilidad en todas sus operaciones para lo cual mantienen una constante certificación de todos sus procesos.



GRUPO CASSA

20

son los países a los que grupo CASSA lleva el azúcar que extrae de la caña de más de 3,000 productores.

EN BUSCA DE MÁS MERCADOS

Vijosa es el más grande y moderno laboratorio salvadoreño que desde sus inicios en 1971, exportó sus medicamentos a la región y en los últimos años ha potenciado sus operaciones para llegar a nuevos mercados.

Algunos de sus productos estrella son los antigripales Viro-Grip, los medicamentos anti estrés, energizantes y de salud y belleza, entre otros, que son líderes en la región y siguen conquistando mercado a medida que la empresa amplía sus operaciones.

A la fecha ofrece un portafolio de 700 medicamentos que son exportados principalmente a Estados Unidos, Centroamérica, el Caribe y Sudamérica. En total son 17 los países donde Vijosa tiene presencia.

Sin embargo, estos números pueden aumentar en los próximos años pues en noviembre de 2023 inauguró una Mega Planta en la que invirtió $100 millones, con el fin de llegar a más países y de producir más medicamentos.

VIJOSA
700
medicamentos produce Vijosa en su laboratorio. Estos son exportados a 17 países.



Con esta inversión, Vijosa se ha consolidado como el tercer laboratorio farmacéutico más moderno e innovador de Latinoamérica, con equipo altamente calificado.

Todos sus números son ascendentes: en los últimos 10 años la empresa ha visto un crecimiento significativo de 213% de sus exportaciones en general y su directora corporativa, Mónica Saca, espera seguir superando, ahora que la mega planta está en total operación.

IMPULSOR DEL DESARROLLO INMOBILIARIO

Grupo Agrisal es un conglomerado empresarial que maneja las divisiones de hoteles, edificios corporativos y centros comerciales considerados íconos en El Salvador y la región.

En la rama de centros comerciales, es el desarrollador de la marca Plaza Mundo, que tiene 2 centros comerciales en San Salvador y Apopa y está próximo a abrir un tercero en el departamento de Usulután, al oriente del país, debido a la demanda de clientes.

En la división de hoteles maneja Holiday Inn San Salvador y Lima, Perú, y recientemente añadió a Hilton en su oferta hotelera, tras una alianza con esta cadena internacional.

Y por la parte corporativa, Grupo Agrisal destaca por su torre Plaza Futura, su centro de negocios World Trade Center y su más reciente oferta de oficinas empresariales y aceleradora, SandBox.

Inversión
$265
millones es la inversión que Agrisal hará a partir de 2024, incursionando en el rubro vivienda.



Pero a partir de 2024 sumará la nueva división de vivienda, que va acorde a la demanda de desarrollo salvadoreño, así como la industria del entretenimiento, con la construcción de un parque de diversiones.

Según su presidente, Eduardo Quiñónez, la empresa tiene un ambicioso plan de inversión de $265 millones desde este 2024, incursionando en la construcción de edificios de apartamentos y reforzando la inversión en los centros comerciales, para darle a sus visitantes la mejor experiencia.

GRUPO CAMPESTRE
MANTIENE SU LIDERAZGO EN EL PAÍS

Hasta la fecha, Grupo Campestre está conformado por nueve empresas en las que trabajan más de 2,500 colaboradores, con la visión de sus fundadores: la satisfacción de sus clientes.

Grupo Campestre es un conglomerado que nació de una empresa familiar fundada hace más de 30 años. En la década de los 80, Mario Antonio Romero Salgado y su esposa Gloria de Romero se dedicaban a la agricultura y la ganadería. El conflicto armado que vivía el país en ese entonces, los obligó a despedirse de sus tierras y a trasladarse a San Miguel. Una vez ahí, la pareja decidió emprender y sentaron las bases de lo que sería Panadería Sinaí, la primera empresa de Grupo Campestre.

Con los años, el pequeño emprendimiento se convirtió en una de las principales panaderías más grandes de San Miguel, llegando a contar con aproximadamente 80 colaboradores, lo que dio fruto para la compra de tierras agrícolas para la ganadería y de instalaciones propias para establecer su negocio.

Para Oswaldo Romero, director general de la Unidad de Negocios Comida Rápida de Grupo Campestre, Panadería Sinaí progresó de forma acelerada. *"Se creció bastante rápido, porque creo que siempre ha existido en nosotros, el ser bien agresivos en lo que hacemos"*, enfatizó.

Tiempo después, Oswaldo Romero comenta que un amigo de la familia dejó su máquina freidora de pollo en la casa de sus padres. Frente a esta oportunidad, la familia Romero decidió comprar la máquina para comenzar a vender pollo. Después de realizar muchas pruebas de sabor, Doña Gloria y Don Mario definieron la receta y salió al mercado en 1987 con un restaurante de pollo frito al cual llamó Pollo Campestre.

"El negocio fue prosperando, llenándose a tope. Era un sabor diferente, un olor que se desprendía por toda la calle; la gente paraba y hacía largas colas para entrar. En la ciudad, era algo novedoso", hizo memoria el director general de la Unidad de Negocios Comida Rápida de Grupo Campestre.

Hoy, Pollo Campestre cuenta con 65 tiendas y tiene en construcción cuatro o cinco tiendas más, por lo que para finales de este 2024 espera cerrar con más 70 restaurantes. *"En el último quinquenio, Pollo Campestre ha duplicado su operación. Nos sentimos muy satisfechos porque la marca ha llegado prácticamente a todas las partes del país. Ya estamos en los 14 departamentos"*, mencionó Romero.

El origen de Avícola Campestre

Durante los primeros años, los restaurantes Pollo Campestre eran abastecidos por empresas avícolas locales, pero, ante la creciente demanda de materia prima, los restaurantes comenzaron a tener problemas con el suministro de pollos, precios, tamaño irregular e inconsistencias en las entregas, lo que afectaba la rentabilidad de la operación.

Ante este desafío, Grupo Campestre se vio en la necesidad de crear en 1998 su propia empresa de producción de pollos llamada Avícola Campestre. *"Comenzamos con tres galpones automatizados tipo túnel y una pequeña planta de procesamiento con una capacidad de mil pollos por hora. Ahora contamos con nuestras propias plantas de producción, una de procesos refinados y otra para el tratamiento de las vísceras de las aves"*, dijo el director general de la Unidad de Negocios Comida Rápida de Grupo Campestre.

Para facilitar los aspectos logísticos de todas las compañías, Grupo Campestre también se vio en la necesidad de tener su propia corporación administrativa. *"Las oficinas se ordenaron por departamento, se invirtió en la compra de sistemas contables y la contratación de personal para montar nuestra propia área financiera, de compras, de recursos humanos y de mercadeo; organizando la empresa hasta lo que ahora conocemos"*, comentó Oswaldo Romero.

Hasta la fecha, Grupo Campestre está conformado por nueve compañías en las que trabajan más de 2,500 colaboradores: Grupo Campestre (corporativo administrativo), Pollo Campestre, Avícola Campestre, Panadería Sinaí, Agrocampestre, Agropecuaria La Laguna, Recursos Humanos Excelentes de El Salvador, Hotelería y Turismo, y Alimentos para Llevar.

De acuerdo al empresario, el llegar a formar todas las empresas del Grupo es debido a que han sabido posicionar la marca de Pollo Campestre en la población salvadoreña. *"Yo creo que fue la misma aceptación de la gente por la marca, lo que nos ayudó a conformar las demás empresas. (Pollo Campestre) es más que un buen producto servido con cariño, es un sabor que ha gustado mucho en el paladar de los salvadoreños"*, finalizó Romero.



Oswaldo Romero, Director general de unidad de negocios - comida rápida.



Pollo Campestre se ha posicionado con éxito en la mente de los salvadoreños.

Actualmente, cuenta con 65 restaurantes y para finales de 2024 espera cerrar con más de 70 restaurantes en todo el territorio nacional.



Agrocampestre. Es la empresa que maneja los biodigestores.



El éxito de ser 100% salvadoreños

Estamos comprometidos a dar siempre lo mejor,
para ofrecer una variedad de productos de gran calidad,
elaborados con el talento de los salvadoreños.

Creemos que haciendo nuestro mejor trabajo impulsamos el engrandecimiento de El Salvador.

Somos calidad, somos Grupo Campestre.

Pollo Campestre®

AVICOLA CAMPESTRE

Rico pollo
AVÍCOLA CAMPESTRE S.A DE C.V.

Lácteos de la Montaña
Agropecuaria La Laguna, S.A. de C.V.

SINAI
CENTRO DE PRODUCCIÓN

MR Biogas Energy
MARIO ROMERO
AGROCAMPESTRE S.A. DE C.V.

MAR & SOL
Hotel y Restaurante

UN BANCO DE SALVADOREÑOS PARA SALVADOREÑOS

Grupo Azul es un banco con capital 100% salvadoreño que surgió de la visión del empresario Carlos Araujo para dar un respaldo al sector productivo nacional.

Nació en 2012 con un capital inicial requerido de $20 millones y dos años después puso a disposición las acciones del banco, que fueron adquiridas por 1,400 salvadoreños.

Su fortaleza financiera le permitió consolidarse como un conglomerado en el que además de sus servicios de Banco Azul también se incluyeron Seguros Azul y Seguros Azul Vida.

En 2021, Grupo Azul compró las acciones de Banco G&T Continental El Salvador, que incluye su Casa de Corredores de Bolsa, G&T Continental El Salvador S.A. de C.V.

Actualmente cuenta con más de 120,000 clientes, 16 agencias de atención y una amplia red de cajeros automáticos en todo el país. Además, en los últimos años le ha apostado a mejorar consistentemente sus canales digitales para estar más cerca de sus clientes y agilizar todos los procesos que estos demandan.



BANCO AZUL
$621.2
millones suma la cartera de créditos de Banco Azul a junio. Es el único grupo financiero de capital 100% salvadoreño.

Según el ranking bancario elaborado por la Asociación Bancaria Salvadoreña, a junio de 2024 sus activos suman $893.9 millones y una cartera de préstamos brutos de $621.2 millones.

AES, IMPULSORA DE LA ENERGÍA RENOVABLE



Producción
25%
de la energía solar que se consume en El Salvador la produce AES.

Corporación AES es la mayor empresa distribuidora de energía eléctrica de El Salvador, que a través de sus cuatro empresas (CAESS, CLESA, EEO y DEUSEM) sirve energía a 1.56 millones de clientes en el 80% del territorio nacional.

Pero además de distribuirla, la compañía se ha caracterizado por impulsar la energía renovable, a través de sus 15 plantas solares que le permiten aportar el 25% del total de la energía solar producida en El Salvador.

Desde 2015, AES El Salvador ha centrado sus esfuerzos en proyectos como la primera planta de generación fotovoltaica, Moncagua, que sentó las bases para el desarrollo de numerosos proyectos solares más como, por ejemplo, su emblemático proyecto Bósforo, que consta de 10 plantas solares distribuidas en todo el territorio; o la planta Meanguera del Golfo, proyecto pionero y único en la región que brinda energía sostenible y continua a los habitantes de las islas del Golfo de Fonseca, combinando generación solar con almacenamiento por medio de baterías.

En el quinquenio 2024-2028, la corporación invertirá $236 millones para la modernización, expansión de la red eléctrica y la implementación de tecnologías para hacer más eficiente su servicio ya que el 70% de las interacciones que resuelven con sus clientes se hacen por la vía digital.



SEGUIMOS TRABAJANDO

PARA PODER DARLE EL ÚNICO Y VERDADERO

RESPALDO TOTAL

HINO

RESPALDO TOTAL



Hino el trabajador, para ganar dinero

PBX: 2420-4466 | hino.com.gt

COMPROMETIDA CON EL DESARROLLO INMOBILIARIO



GRUPO BOLÍVAR
800
nuevas unidades habitacionales espera construir el Grupo.

Grupo Bolívar desarrolla proyectos inmobiliarios desde hace más de 60 años, siendo una de las compañías con mayor dinamismo en el sector construcción.

En su portafolio cuenta con más de 25 proyectos que en su mayoría responden al segmento habitacional aunque también cuenta con centros comerciales. A partir de 2024 espera duplicar sus actividades, aumentando entre 700 y 800 unidades habitacionales debido al crecimiento en la demanda de vivienda vertical con un valor de mercado de entre $150 y $175 millones.

Inversiones Bolívar se ha propuesto construir edificios con gran responsabilidad medioambiental y a precios accesibles para los salvadoreños.

ACELERADOR DE LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ



GRUPO Q
12
marcas de vehículos distribuye el Grupo.

Grupo Q sigue siendo una empresa innovadora 72 años después de su fundación en 1952 en San Miguel.

Las operaciones de esta distribuidora de vehículos se han extendido por toda la región, con marcas reconocidas a nivel mundial, de las que tienen representación exclusiva. Está presente en Nicaragua, Costa Rica, Honduras y Nicaragua.

Actualmente Grupo Q cuenta con 12 marcas de vehículos dirigidos no solo al segmento de clientes tradicionales con marcas como Hyundai, Mazda y Ford, sino también al nichos de lujo, con marcas como Porsche en El Salvador y Cadillac en Centroamérica.

Su brazo financiero, CrediQ, ha inyectado dinamismo en el otorgamiento de créditos, y en los últimos años ha invertido en el uso de aplicaciones móviles para hacer más eficientes estos procesos.

AL SERVICIO DE LA SALUD Y LA BELLEZA



Ventas
75%
de la producción de Laboratorios Suizos espera ser exportada, según las proyecciones.

La salud y la belleza son dos términos que Laboratorios Suizos ha sabido potenciar con la visión estratégica del doctor Víctor Silhy, quien desde 1968 comenzó a elaborar medicamentos y productos cosméticos que fueran accesibles a la población y que mantuvieran una alta calidad.

La constante formación internacional de su personal, así como la búsqueda por regionalizarse le valió posicionarse como una de las farmacias más importantes de El Salvador y llegar a los mercados de Honduras, Guatemala y Nicaragüa.

Su cadena de farmacias San Nicolás ha potenciado la salud y la belleza, al distribuir los productos que se fabrican en Laboratorios Suizos, pero también a comercializar medicamentos extranjeros de gran renombre que han confiado su distribución a la marca.

Laboratorios Suizos cuenta actualmente con más de 1,500 profesionales y representa a más de 25 marcas internacionales con los que lidera el mercado de productos fito-terapéuticos.

La compañía ha sido galardonada por su trayectoria, la calidad de sus productos, su innovación empresarial y su aporte social, a través de la Fundación San Nicolás.

Su proyección de crecimiento para 2026 es mantener un crecimiento anual del 15% y exportar el 75% de lo producido.



DELSUR

$12

millones fue la inversión aproximada en 2023, destinados a proyectos que respondan a la creciente demanda.

DELSUR SE ALISTA PARA ATENDER LA DEMANDA

La compañía distribuidora de energía eléctrica está aumentando sus inversiones al ritmo de la demanda de energía, que también sube por el aumento de la actividad económica.

Por: Karen Molina /El Salvador.
Foto: Cortesía.

DELSUR es una de las dos principales empresas distribuidoras de energía eléctrica en El Salvador, que inició operaciones en 1996.

La compañía distribuye energía a un promedio de 441,000 usuarios en la zona centro sur del país (La Libertad, San Salvador, La Paz, San Vicente y Cuscatlán) a quienes suministra cerca de 1,600 Gigavatios hora (GWh) a través de 28 subestaciones y una red de 10,909 kilómetros a lo largo de 79 municipios.

Además mantiene una inversión constante en busca de expandirse y mejorar los servicios donde está presente.

Desde 2011 es parte del holding colombiano Grupo EPM, con sede en Medellín, Colombia, una compañía que promueve una cultura de sostenibilidad en los territorios donde opera y que busca el desarrollo de sus comunidades.

En 2023 DELSUR cerró con una inversión aproximada de $12 millones destinados a proyectos que respondan a la creciente demanda de energía eléctrica en el país.

La empresa ha identificado zonas de La Libertad como focos de gran demanda, debido a un incremento del turismo, que ha propiciado más negocios y por lo tanto, más consumo de energía.

En 2024 DelSur ha trabajado en coordinación con el Ente Nacional de Transmisión Eléctrica (ENTE) para construir una nueva subestación en Tamanique y con ello, construir más redes que llevan energía a la zona costera de La Libertad.

La demanda de energía también ha crecido entre 5% y 8% en las zonas cercanas al Aeropuerto Internacional de El Salvador Monseñor Óscar Arnulfo Romero, por lo que DELSUR ya realizó un cambio de transformador en la subestación Nueta, cercana a la terminal aérea, para que empresas de logística y otras compañías reciban un servicio eficiente.

En 2022, la distribuidora invirtió unos $15 millones de los cuales ha logrado ejecutar $7 millones sobre todo en la mejora en la calidad del servicio, la expansión de sus sistemas y la ampliación de la capacidad de distribución.

Pero de acuerdo a su presidenta ejecutiva, Carolina Quintero Gil, el plan de inversión desde 2024 y hasta 2027 comprende $105 millones en mejoras de la operación.

El plan inicial de inversión contemplaba $64 millones, pero las necesidades de más y mejor energía hicieron a la compañía elevar sus proyecciones para el futuro.

Una de las grandes áreas a las que DELSUR dará mucha atención será a la digitalización de todos sus servicios, lo que permitirá modernizar el sistema georeferencial, una medición inteligente y la conversión de redes subterráneas a aéreas, entre otras.

Comercializadora de energía centroamericana cumple un año operando en Texas, USA.



365 días de operaciones se cumplen el 31 de agosto de este año, que equivalen a grandes retos y desafíos superados para una empresa de origen salvadoreño que hace 22 años comenzó a mover energía de Guatemala a El Salvador, y ahora la comercializa desde Estados Unidos hasta Colombia.

“Un año se dice fácil, pero ha requerido robustez financiera, capacidad de manejo de riesgo, paciencia y un profundo conocimiento del mercado eléctrico de Texas”

Gustavo Chávez,
Director de Operaciones de Grupo Merelec.

Comercializar energía en mercados energéticos, en Texas y el resto del mundo, exige una meticulosa atención en aspectos como la demanda de energía, la capacidad de los generadores, la congestión en las líneas de transmisión e incluso el clima; esto significó un reto particularmente grande para el equipo de comercialización de energía de MERELEC al iniciar operaciones en un estado de gran magnitud geográfica, con al menos 8 regiones climáticas completamente diferentes entre sí, donde la oferta y demanda deben encontrar el equilibrio ideal en el mercado de energía de tiempo real y día en adelanto.

Un día en la vida del trading o comercio de energía en ERCOT, inicia con un mínimo de 6 horas de análisis de las variables que impactan en el mercado, para poder consolidar ofertas de compra y venta de energía. “En el mercado eléctrico de Texas ningún día es igual que el anterior, ni siquiera una hora del día es igual a otra”, nos cuenta Salvador Girón, Gerente de Comercialización de Grupo Merelec.

En este mercado todo gira alrededor de la demanda, pero la demanda a su vez gira alrededor del clima; por ejemplo, la semana del 19 al 25 de agosto sería la más caliente del verano en Texas, impactando en el incremento del consumo de energía; sin embargo, la nubosidad puede cambiar todo el escenario con una lluvia repentina, los agentes del mercado lo saben, y se preparan durante todo el año para mitigar estos escenarios y garantizar el abastecimiento de energía con precios de mercado competitivos.

Para Merelec USA, que pertenece a Grupo Merelec, un corporativo salvadoreño, ha sido un reto penetrar en un mercado como el de Texas, pero su tenacidad empresarial y el profundo conocimiento de los mercados eléctricos desde ERCOT a Colombia, así como su apuesta por el manejo del riesgo a nivel operativo apoyado en su inteligencia de Negocios, han hecho posible concluir el primer año de operaciones con resultados que superan los objetivos trazados y ya suman más de 173,053 megavatios hora de energía comercializados por Merelec USA.

173,053
megavatios hora de energía comercializados por Merelec USA.



MERELEC USA

UN AÑO OPERANDO EN ERCOT TEXAS

Somos un Grupo Corporativo orgullosamente salvadoreño, y nos emociona celebrar con grandes logros el primer año de nuestra filial en Texas, el mercado de energía más grande en EEUU.

173,053 MWh

DE ENERGÍA COMERCIALIZADA
en el mercado eléctrico de Texas (USA)

GRUPO MERELEC

www.grupomerelec.com

MERELEC
MERELEC USA
MERELEC MÉXICO
MERELEC GUATEMALA
MERELEC HONDURAS
MERELEC COSTA RICA
MERELEC PANAMÁ
MERELEC COLOMBIA

CAMPESTRE, UN LEGADO DEL ESFUERZO FAMILIAR

Lo que comenzó siendo una panadería en San Miguel, se ha convertido hoy día en un conglomerado que abarca desde restaurantes y granjas, hasta la generación de energía.

Por: Karen Molina/El Salvador.
Foto: Cortesía.

Grupo Campestre es una empresa familiar cuyos orígenes se remontan a una pequeña panadería propiedad de los esposos Gloria de Romero y Mario Romero en la ciudad de San Miguel, en el oriente del país.

Esta panadería, llamada Sinaí, nació en 1983 con un capital de tan solo 125 colones ($14.33) y rápidamente se convirtió en una de las más grandes de la ciudad oriental.

Pero el negocio dio un giro rotundo cuando un amigo de la familia les vendió una máquina para freír pollo, un rubro al que los esposos Romero decidieron apostarle, haciendo pruebas de una receta original durante más de un año y conociendo a fondo el negocio de los restaurantes.

GRUPO CAMPESTRE
$2.5
millones fue la inversión que Grupo Campestre hizo en 2019 para hacer eficientes sus operaciones.

Tras haber logrado la receta con un sabor único y salvadoreño, en 1987 los esposos Romero abrieron su primer restaurante llamado Pollo Campestre con la ayuda de 5 empleados.

La aceptación de su pollo fue tal que la empresa comenzó a abrir un restaurante por año desde esa fecha, expandiéndose cada vez más por el territorio nacional.

Estas fueron las dos marcas que crearon las bases para la conformación de un conglomerado empresarial que ahora aglutina nueve unidades de negocios que dan soporte a las operaciones de sus marcas iniciales: Agropecuaria La Laguna, Panadería Sinaí, Pollo Campestre, Avícola Campestre, Recursos Humanos Excelentes de El Salvador, Agrocampestre, Hotel Mar y Sol, y Rico Pollo.

Cada una de estas divisiones cuenta con sus planes de expansión no solo para servir a las empresas del grupo, sino también para proveer a otras compañías salvadoreñas.

Avícola Campestre, por ejemplo, produce alrededor de seis millones de pollos al año que son insumo para sus restaurantes.



A través de su división de Agrocampestre la empresa también genera energía a base de los desechos animales.

Bajo la marca Mr. Biogás recibe y procesa todos los desechos orgánicos generados por la crianza de pollos y producción de su carne, por medio de una planta con tecnología de punta, que aprovecha todos los residuos para generar energía.

Más de 60 sucursales

La demanda de sus productos ha hecho que a día de hoy, su marca emblemática, Pollo Campestre, tenga más de 60 sucursales en todo El Salvador, con restaurantes en los principales centros comerciales y fuera de ellos. Además, cuentan con distribución nacional de todas las especialidades de pan dulce, a través de su marca Sinaí.

En 2019 la empresa realizó una importante inversión de $2.5 millones para hacer más eficientes sus operaciones y reducir sus costos.

Actualmente, la empresa sigue haciendo importantes inversiones para innovar en sus operaciones y servicio al cliente.

Grupo Campestre da empleo a más de 1,600 empleados, que también se traducen en un bienestar para sus familias.

MUÉVETE CON

VONKER

BATTERIES BY EXCEL REPUESTOS



IMAGEN DE REFERENCIA

BATERÍAS AUTOMOTRICES

12 MESES
GARANTÍA TOTAL

24 MESES
GARANTÍA PARCIAL

EL SALVADOR - GUATEMALA - HONDURAS - NICARAGUA - PANAMÁ

www.excelautomoriz.com

EXCEL REPUESTOS



EL SUEÑO INDUFOAM HECHO REALIDAD

La empresa es reconocida como una de las fabricantes de camas de mayor prestigio en Latinoamérica. Al ser licenciatarios de Simmons, su abanico de clientes se amplía.

Por: Karen Molina/El Salvador.
Foto: Cortesía.

Indufoam es hoy día una de las empresas de fabricación de camas más respetadas en toda Latinoamérica y en El Salvador es referente indiscutible del sector industrial. Su nombre es sinónimo de un legado de esfuerzo y tenacidad que el empresario René Toruño ha forjado desde 1982 y sigue haciéndolo hasta la fecha.

Actualmente Indufoam exporta sus productos a Centroamérica, Belice, Panamá, México, al Caribe, a Colombia, Ecuador, Perú y Chile, Sudáfrica y Marruecos.

Cuenta con una planta de producción de 90,000 metros cuadrados en la que fabrica alrededor de 1,400 colchones al día, así como 6,000 accesorios para el descanso, como almohadas, protectores de colchón, impermeables y juegos de ropa de cama.

Pero sus sueños por seguir conquistando más mercados, sobre todo Estados Unidos y Europa, han hecho que la empresa continúe invirtiendo para tener más capacidad de producción.

En junio de 2024 la empresa anunció una inversión de $5 millones para agregar 5,000 metros cuadrados adicionales a su planta actual. El próximo año la compañía planea invertir otros $2 millones para ampliar su centro de distribución, mismo que requiere de procesos más ágiles para que la mercadería llegue a tiempo a sus destinos.

Indufoam también ha invertido en tecnología que le permite ahorrar costos, a través de maquinaria especializada que comprime los colchones para transportarlos de forma más rápida y ocupando el espacio necesario.

Una de sus operaciones más importantes es la fabricación de camas Simmons, una marca estadounidense de gran prestigio que representa el 25% de las operaciones de Indufoam.

La empresa es licenciataria de esta marca internacional desde 1994 y esto le ha abierto las puertas a la compañía para llegar a otros destinos y explorar otros mercados dado el peso que representa.

Indufoam
25%
de las operaciones de Indufoam están centradas en la fabricación de camas de la prestigiosa marca Simmons.

Creyente de la educación

La compañía junto a su fundador, creen en la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), y se han enfocado en la educación de los jóvenes de Ciudad Arce, tanto en sus estudios técnicos como maestrías.

Han elegido esa zona porque es donde está ubicada la planta de producción de Indufoam.

La pasión de Toruño por la educación lo llevó a crear junto a su esposa Jutta Steiner de Toruño, la Fundación Toruño Steiner, que ha donado becas desde 1999 y a la fecha ha otorgado un total de más de 4,000 becas.

Su compromiso por dar un mejor futuro a los jóvenes salvadoreños a través de las becas estudiantiles fue reconocido en junio pasado por la Asociación Salvadoreña de Industriales (ASI) que le otorgó el premio "Empresario Benefactor" a Toruño, en una ceremonia que premia a las empresas industriales en tres categorías.

"La educación es clave para el desarrollo", dijo en su oportunidad René Toruño, quien adelantó que su patrimonio será destinado en un 80% al fomento de la educación y otro 20% al apoyo de proyectos en beneficio de las personas de la tercera edad.

PROGRESO: INNOVACIÓN Y SOSTENIBILIDAD QUE TRASCIENDE GENERACIONES

DESDE SU FUNDACIÓN EN 1899, PROGRESO HA PASADO DE SER UNA COMPAÑÍA DE CEMENTO EN GUATEMALA A UN REFERENTE EN SOSTENIBILIDAD E INNOVACIÓN EN LA REGIÓN.



Progreso explora un sistema de fabricación de elementos y estructuras de concreto a través de modelos 3D.

Cuando Carlos Federico Novella Kleé fundó lo que hoy conocemos como Progreso, probablemente no imaginaba que estuviese sentando las bases para una compañía que, 124 años después, también se convertiría en un referente de sostenibilidad e innovación en la región. Lo que comenzó como un sueño empresarial, evolucionó en una historia de adaptación, crecimiento y un profundo compromiso con el desarrollo sostenible.

Primeros pasos: Reconstruyendo con visión

La historia de Progreso se entrelaza con la de Guatemala misma. En 1917, tras los devastadores terremotos que sacudieron la Ciudad de Guatemala, el cemento producido por la compañía se convirtió en un pilar esencial para la reconstrucción.

La compañía trabajó junto a vecinos en programas de reconstrucción, alcanzando una producción de 500 sacos de cemento diarios. En ese momento, Progreso no solo contribuyó a levantar edificios, sino también esperanza, demostrando desde entonces que su misión iba más allá de las utilidades: era un compromiso con la gente y el futuro de su país.

Expansión: Cruzando nuevas fronteras

Progreso evolucionó a ser una compañía líder en cemento, materiales y soluciones para la construcción. Opera en sectores clave como Construcción, Agro, Energía y Desarrollo Inmobiliario. Con presencia en Guatemala, Belice, El Salvador, Honduras, Costa Rica, Panamá y Colombia, la compañía también exporta a otros países de Centroamérica, el Caribe, México y parte de Suramérica.

Además, en 2024, se anunció su expansión a República Dominicana, lo que le permite incursionar en el mercado caribeño, con una industria de construcción pujante y en una de las economías de mayor crecimiento en la región.

Un legado de valor compartido

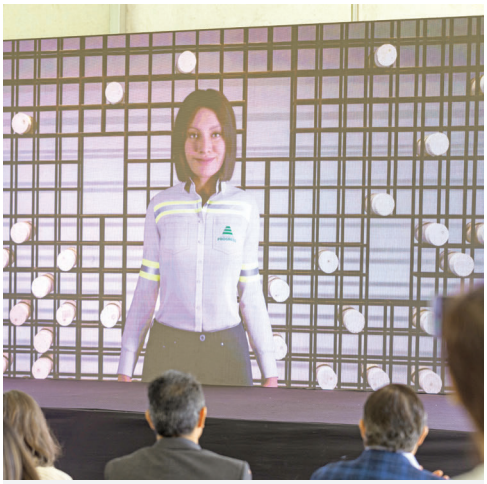
A lo largo de los años, Progreso ha mantenido una visión enfocada en el largo plazo. Sus acciones están fundamentadas en una Estrategia de Sostenibilidad que se sostiene sobre cuatro pilares fundamentales: ser el Empleador Preferido para sus colaboradores, un Proveedor Favorito para sus clientes, un Líder Ambiental y un Ciudadano Responsable. Esta estrategia guía sus decisiones, asegurando que el valor creado no solo sea económico, sino también social y ambiental.

En el reciente lanzamiento de su Reporte de Sostenibilidad 2023: “Crecimos para crear Valor”, la compañía presentó a Clara, una embajadora de sostenibilidad, creada con inteligencia artificial, que ofrece una plataforma interactiva para que los usuarios comprendan de manera más profunda y accesible los esfuerzos de sostenibilidad de la organización.

Clara no solo facilita la interacción y comprensión del Reporte de Sostenibilidad, sino que también representa el compromiso de Progreso con la transparencia y la innovación tecnológica.

Compromiso sostenible con las futuras generaciones

Hoy, Progreso sigue siendo fiel a su legado, adaptándose y evolucionando para enfrentar los desafíos del siglo XXI. Con cada nuevo proyecto, cada nueva planta y tecnología, la compañía reafirma su compromiso con un futuro más sostenible, mirando no solo al siguiente trimestre, sino a las generaciones que vendrán.



“Clara” la nueva Embajadora de Sostenibilidad de Progreso



La operación recién adquirida en República Dominicana consiste en una planta de cemento, con dos líneas de producción integradas y activos relacionados de cemento, concreto y agregados.

SUPER SELECTOS, EL GRAN PROVEEDOR DE DESARROLLO

La empresa sigue expandiéndose no solo para ofrecer miles de productos a sus consumidores, sino también, para garantizar crecimiento económico para sus proveedores.



POR: KAREN MOLINA/EL SALVADOR.
FOTO: ARCHIVO.

Súper Selectos es una de las empresas más importantes de El Salvador no solo por ser la mayor cadena de supermercados, distribuidora de alimentos y abarrotes, sino además por su gran impacto en el crecimiento económico de miles de proveedores que surten sus anaqueles día a día con productos locales.

La empresa 100% salvadoreña tiene una trayectoria de más de 60 años en el mercado nacional.

En los últimos años ha mantenido un constante crecimiento tanto físico como estratégico.

Cuenta con 115 sucursales repartidas en los 14 departamentos del país y sigue expandiéndose con nuevas tiendas ancladas en centros comerciales y puntos estratégicos de las principales urbes, así como a través de su aplicación móvil, una herramienta cada vez más usada por los consumidores.

Además sus tiendas son punto clave para el cobro de remesas, pagos de servicios y contratación de micro seguros que facilitan la vida a miles de salvadoreños.

A través de estas sucursales se da empleo directo a más de 7,500 personas, muchos de ellos jóvenes que inician en su vida laboral.

Este 2024 su plan de crecimiento se mantiene. La empresa espera cerrar el año con ocho nuevas sucursales, lo que implica una inversión de $31.5 millones. También se incluyen remodelaciones y cambios de mobiliario.

La cadena de supermercados se ha convertido en un gran aliado de miles de proveedores que ahora tienen una vía segura para comercializar sus productos.

A través de su programa Cultivando Oportunidades, Súper Selectos compra directamente a más de 200 agricultores nacionales más del 60% de las verduras, frutas y hortalizas que se comercializan en sus anaqueles.

En 2023, las compras del sector agricultor sumaron $26.7 millones.

SUPER SELECTOS
$26
millones compró Super Selectos al sector agricultor en 2023 a través de Cultivando Oportunidades.

Por otro lado, el supermercado ha sido un importante aliado para los consumidores, que en tiempos de crisis como la pandemia en 2020 o las altas tasas de inflación en 2022, ha respondido reduciendo los precios de insumos básicos para las familias salvadoreñas.

Más allá de las fronteras

Súper Selectos también está expandiendo sus fronteras, por medio de su casa matriz Grupo Calleja; con la reciente adquisición de la mayoría accionaria de Grupo Éxito en Colombia, Grupo Calleja, abre un abanico de posibilidades tanto para importar productos desde el país sudamericano, como para exportar producto salvadoreño a tierras colombianas.

El presidente ejecutivo, Carlos Calleja dijo que esta adquisición representa un puente para ambos países.

Empresarios de Colombia ya visitaron las tiendas salvadoreñas para ver opciones de negocios en el país.

Las posibilidades de expandirse siguen al frente pues no solo tiene a Colombia como mercado sino también a Argentina y Uruguay, donde Éxito ya tiene presencia.



DISFRUTA EL RECORRIDO

CUIDANDO TU AUTO DE AGENCIA EN **EXCEL TALLERES.**

Talleres de calidad bajo estándares internacionales.

TOYOTA

Movement that inspires

MITSUBISHI MOTORS
Drive your Ambition

CHEVROLET

BMW

HINO

FUSO

*Publicidad válida para El Salvador.

Sucursales:
Excel Talleres Toyota, Excel Talleres BMW, Excel Talleres Kia, Excel Talleres Mitsubishi, Excel Talleres Chevrolet, Excel Talleres Las Ramblas, Excel Talleres Santa Ana, Excel Talleres San Miguel y Excel Talleres Industrial.

Excel Talleres El Salvador | @exceltalleres.sv | @ExcelTalleresSV | www.exceltalleres.com.sv

HAZ TU CITA: 2210-4200

EXCEL TALLERES

TRADICIÓN EN DISTRIBUCIÓN Y SERVICIO



COFIÑO STAHL
1941
empezó a operar el grupo guatemalteco.

Con más de 80 años en el mercado guatemalteco, la representante exclusiva de la marca japonesa, Toyota, Cofiño Stahl, es una de las compañías de larga trayectoria en el segmento vehicular en el país. Inició en 1941 como representante de la compañía estadounidense General Tire y Baterías. Con el tiempo fue diversificando su portafolio de negocios, en 1964 comenzó la relación con Toyota Motor Corporation, iniciando a comercializar modelos como el Land Cruiser y Corona.

Su misión es ofrecer vehículos, repuestos y servicios de alta calidad. Su visión, superar el liderazgo en ventas y brindar un servicio de excelencia en Guatemala. De igual manera la empresa se ha venido expandiendo territorialmente. Actualmente cuenta con varias agencias: Cinco en el departamento de Guatemala, una en Cobán, Escuintla, Zacapa, Quetzaltenango y otra en Huehuetenango.



CBC
17
países de la región tiene presencia la compañía.

BUSCA MANTENER UN CRECIMIENTO SOSTENIBLE

La compañía de bebidas cbc, es una de las corporaciones más grandes de Latinoamérica. Con presencia en más de 17 países de la región, y lleva sus productos a más de un billón de consumidores en más de 35 países alrededor del mundo.

A lo largo de su historia, se ha caracterizado por poner a la disposición de sus clientes, una bebida para cada ocasión y para diferentes estilos de vida. Con la alianza estratégica de PepsiCo, Beliv y Ambev, cuenta con el portafolio de productos más grande de la región.

Como parte de su actividad corporativa, la multilatina también busca ser parte de las soluciones a los desafíos globales y locales, creciendo de manera sostenible e impactando positivamente a las personas y al planeta.

PROGRESO CONSOLIDA SU EXPANSIÓN INTERNACIONAL

Grupo Progreso es una compañía multilatina con 124 años de experiencia e historia que, surge como una de las primeras plantas de cemento en América Latina.

Fundada en 1899 por Carlos F. Novella, aparte de su liderazgo en la producción y comercialización de cemento, también se ha ampliado a otras unidades de negocio en los sectores de construcción, agro, energía y desarrollo inmobiliario.

Recientemente, Cementos Progreso, la marca insignia del grupo regional, adquirió la operación de Cemex en República Dominicana. Es la más importante del Caribe y consiste principalmente en una planta de cemento, con dos líneas de producción integradas y activos relacionados de cemento, concreto y agregados, así como terminales marítimas. Con esta adquisición, continúa su proceso de expansión.



PROGRESO
8
países de América Latina y el Caribe está presente la compañía.



CORPORACIÓN BI
8%
espera crecer este año en activos en Guatemala.

UNA INSTITUCIÓN DE INNOVACIÓN TECNOLOGÍCA

El banco Industrial (BI), se ha mantenido por años a la cabeza del ranking por activos de la banca en Guatemala. Al cierre del 2023 éstos sumaron aproximadamente $19,713.2 millones. Como parte del grupo corporativo regional, que incluye el Bi-Bank en Panamá; el BIES en El Salvador y Banpaís en Honduras, los activos en conjunto suman alrededor de $27,800 millones. Para este año, la entidad bancaria prevé crecer entre un 8% y 9% en activos, con relación a los resultados del 2023, crecimiento que va acorde al comportamiento del PIB potencial.

Como grupo innovador en el campo tecnológico, el BI implementó recientemente, un botón de accesibilidad web en su sitio oficial. Una herramienta que resultará en un mejor acceso a la información financiera para personas con algún tipo de discapacidad, sea visual, motora o cognitiva.



PRESENCE

SPA & WELLNESS CENTER

COSTA RICA

UN NUEVO ESPACIO ÚNICO DE LUJO PARA RELAJARSE Y DISFRUTAR TIEMPO PARA USTED

Descubra **Presence Spa & Wellness Center**, una experiencia holística de lujo en el spa urbano más grande de Centroamérica. Sumérjase en un oasis de tranquilidad con nuestro sauna, baño turco y piscina privada. Disfrute de una atención personalizada en nuestras zonas exclusivas para damas, caballeros y parejas. Déjese llevar por la relajación con nuestros masajes, faciales y rituales de belleza diseñados para revitalizar cuerpo y mente. En nuestro spa, le invitamos a vivir plenamente el momento presente, conectando consigo mismo y alcanzando un estado de plenitud única.

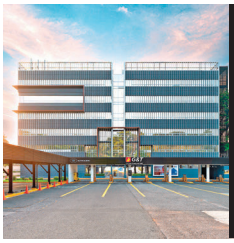
RESERVACIONES.

WWW.PRESENCESPA.COM

WHATSAPP. +(506) 7208-0025

REAL
INTERCONTINENTAL
SAN JOSE – COSTA RICA

UNA ORGANIZACIÓN ADAPTADA AL CAMBIO Y MEJORA CONTINUA



BANCO G&T CONTINENTAL
5,400
empleos genera grupo G&T que cuenta con 75 años de historia.

El Grupo Financiero G&T Continental, se ubica entre las organizaciones financieras líderes de este mercado en Guatemala, con una trayectoria de más de 75 años. Está integrado por varias empresas del sector; Sin embargo, concentra su mayor actividad comercial por medio del Banco G&T Continental.

La solidez del grupo se evidencia con sus cifras como 1.5 millones de clientes; alrededor de $8,978.4 millones en activos; depósitos de $6,601.4 millones; y un monto de $4,560.2 millones en créditos.

Cuenta con más 5,400 colaboradores y la cultura organizacional de G&T Continental se caracteriza por su adaptación al cambio y mejora continua; por sus productos y servicios que buscan simplificar el manejo diario de las finanzas de sus clientes. La solvencia de una gran organización y una plataforma tecnológica en constante evolución.



TAG
30
vuelos diarios en la región opera la compañía.

MÁS DE 60 AÑOS VOLANDO EN EL CIELO REGIONAL

Transportes Aéreos de Guatemala (TAG), se caracteriza por ser la compañía pionera de la aviación civil en el país y la primera empresa guatemalteca certificada como operador aéreo, bajo las regulaciones de Aviación Civil, y fundadora de la Asociación de Líneas Aéreas.

Fue fundada en 1961, como una empresa familiar. Lleva 63 años dedicada a satisfacer las necesidades de transporte aéreo, prestando servicios de aviación comercial y privada a nivel local como internacional.

Actualmente opera 30 vuelos diarios en Guatemala, Honduras, El Salvador, Belice y México. Opera con una flota comercial de 20 aeronaves. Recientemente recibió la certificación de seguridad operacional IOSA, la cual obtuvo posterior a su participación en el programa de ALTA y la Asociación Internacional del Transporte Aéreo.

UNA INSTITUCIÓN BANCARIA QUE LOGRA DUPLICAR SUS ACTIVOS



BANTRAB
$5,224
millones eran sus activos al cierre de 2023.

Bantrab nació en 1966, con la misión de trabajar para el bienestar de los trabajadores guatemaltecos. Inició operaciones con un aporte estatal de 500 mil quetzales , que actualmente representa el 0.25% del capital autorizado. En 2010, se convirtió en Grupo Financiero. En 2017, inició un profundo proceso de transformación, enfocado en fortalecer el Gobierno Corporativo, mejorar sus resultados financieros y asegurar su sostenibilidad en el largo plazo. Las acciones emprendidas han dado fruto. Hoy Bantrab tiene un Gobierno Corporativo fuerte y duplicó de 2017 a junio de 2024 sus activos, lo que lo sitúa en la sexta posición en el sistema financiero guatemalteco.

Aunque es un banco privado, Bantrab cumple una misión social. Cree en el valor de las personas y tanto su trabajo como su propósito, es ver por su bienestar y su futuro.

LA ENTIDAD BANCARIA CON MAYOR PARTICIPACION MULTISECTORIAL



BANRURAL
$13,993
millones sumaban los activos al cierre de 2023. Y es el segundo banco en la plaza.

El Banco de Desarrollo Rural (Banrural), es el segundo banco más grande en activos del sistema bancario de Guatemala, los cuales, al 31 de diciembre 2023, ascendía a $13,993.0 millones. A nivel regional ocupa la tercera casilla.

Tiene una estructura de capital mixto y una amplia participación multisectorial. Cuenta con más de 13,500 accionistas directos y más de 22 millones indirectos que representan una amplia variedad de grupos sociales, incluyendo cooperativas, organizaciones mayas, garífunas y xincas, pequeñas y medianas empresas y asociaciones no gubernamentales.

Con más de 3.5 millones de clientes, es el preferido por los migrantes guatemaltecos para el envío de remesas a sus familiares.



AÑOS

VIVIENDO LO MEJOR DE **TU HISTORIA**

MULTIPLAZA

UNA INDUSTRIA QUE LE PONE COLOR A LA REGIÓN



GRUPO SOLID

40

millones de galones de pintura produce la planta Superbia.

Con una tienda de pinturas ubicada en el centro histórico de la capital guatemalteca, inició en 1955, la empresa familiar, Grupo Solid. Actualmente, es la industria más grande de pinturas y recubrimientos de la región centroamericana.

Con diferentes modelos de negocio, atiende a clientes que requieren sus productos, desde consumidores finales, profesionales, distribuidores, franquiciatarios, cadenas de tiendas y clientes industriales entre otros.

En los últimos siete años ha llevado a cabo importantes inversiones por aproximadamente $60 millones en proyectos decisivos para el crecimiento del grupo como adquisiciones en mercados de expansión; tecnología; inversiones en puntos de venta, así como en automatización y ampliación de la planta Superbia Guatemala.



CEMACO

23

tiendas tiene la compañía en toda Guatemala.

EMPRESA PIONERA EN INNOVACIÓN DE TIENDAS POR DEPARTAMENTO

Con el eslogan "Todo bajo un techo", surgió a finales de la década de los años 70, la empresa, Centro de Materiales de Construcción, (Cemaco), la cual en poco tiempo se convirtió en la primera cadena de tiendas por departamentos, en ofrecer al mercado guatemalteco productos tanto para ferreteros como para el hogar.

Desde entonces ha venido experimentado un crecimiento sostenido, expandiendo su presencia en todo el territorio.

Actualmente cuenta con 23 tiendas físicas y llega con entregas exprés a toda Guatemala por medio de las ventas en línea en el sitio Cemaco.com.

Como agente de cambio, Cemaco está certificada como Empresa B, con lo cual, tiene el compromiso de contribuir a mejorar el país, un hogar a la vez, por medio de sus esfuerzos directos con su equipo.

SE PROPONE SER LA PANADERÍA MÁS SOSTENIBLE DE A.L.



PANIFRESH

26

años tiene la empresa que atiende a todas las cadenas de C.A.

Panifresh es una empresa guatemalteca dedicada a la manufactura y distribución de productos derivados del trigo, con presencia en varios países del continente. Su enfoque está en la innovación y la eficiencia.

Es una empresa pionera en el manejo de pan congelado, para lo cual ha desarrollado una tecnología avanzada para conservar la calidad del producto hasta la entrega al cliente final. Durante más de 26 años atiende a todas las cadenas de comida rápida de la región, convirtiéndose en el socio estratégico de sus clientes.

Además, participa en negocios de alimentos para animales y es fundadora de la primera panadería y pastelería en línea de Latinoamérica. La firma tiene presencia desde Canadá hasta Sudamérica y su reto es ser la panadería más sostenible de América Latina.



FRUTESA

41

años tiene de fundación la exportadora pionera.

UNA EXPORTADORA CON LA QUE CRECEN TODOS

Frutas Tropicales de Guatemala, S.A. (Frutesa), empezó sus operaciones en 1983, con el propósito de exportar frutas y vegetales frescos de Guatemala a Europa.

El momento era propicio, pues en ese tiempo se abrió el mercado para las exportaciones, y se habían establecido las bases para la creación de la Gremial de Exportadores de Productos No Tradicionales (Gexpront), más conocida actualmente como Asociación Guatemalteca de Exportadores (Agexport).

Su fundadora Gloria Elena Polanco Boburg, se convirtió en pionera en esa actividad, exportando mangos. Posteriormente evolucionó a exportar arveja china y arveja dulce, siendo Frutesa, la empresa guatemalteca que introdujo esos productos a Reino Unido, Países Bajos, Alemania, Francia, Suecia y Suiza. De igual manera fue la primera en vender aguacates en mercado del Reino Unido y Holanda.



PedidosYa+

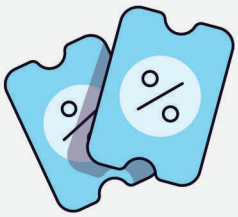
Ser Plus te conviene

¿Aún no eres Plus?

Todo lo que puedes disfrutar con nuestro nuevo programa de suscripción



Envíos gratis ilimitados



Descuentos exclusivos

3 meses gratis de Spotify Premium

Disfruta de los beneficios en:

Restaurantes, PedidosYa Market, Farmacias, Veterinarias

¡Suscribite!

*Válido para nuevos usuarios de Spotify. Aplican términos y condiciones.

EN PUERTA PLANIFICACIÓN DE GALERÍAS Y FORO FUTECA

Corporación Grupo Futeca tiene más de 35 años de estar en el mercado guatemalteco, cuenta con más de 1,200 trabajadores y administra 11 líneas de negocio entre el segmento deportivo y de comercio, con sus pilares corporativos comunicación, servicio, innovación y financiamiento. Recientemente anunció una nueva inversión de $250 millones, para el desarrollo del proyecto "Distrito Futeca".



EL ECONOMISTA/ENRIQUE CANAHUI

GRUPO FUTECA

$250

millones invertirá en crear el "Distrito Futeca".

Un megaproyecto que consta de dos segmentos; Galerías Futeca, que contempla la construcción de un hotel cinco estrellas con 120 habitaciones: 40 comercios y restaurantes; un supermercado; gimnasio, boliche, piscina, pista para correr; más de 800 parqueos. En la parte de eventos, el Foro Futeca, con capacidad para alrededor de 35,000 espectadores.

UNA INDUSTRIA QUE CAMINA A PASO DOBLE

Grupo Cobán, es una compañía familiar fabricante de calzado, con más de 100 años de trayectoria, cuya fábrica se ubica en San Cristóbal Verapaz del departamento de Alta Verapaz.

Es conocida en Guatemala y Centroamérica por sus dos principales marcas: Cobán (casual) y Rhino (seguridad). Grupo Cobán tiene una fuerte presencia regional en el negocio para mercado empresarial por medio de sus canales de venta directa y una amplia red de distribución.

Opera 20 tiendas en Guatemala y ha llevado su capacidad productiva por arriba del millón de pares de calzado por año. El 50% de lo que produce es destinado al mercado de Guatemala y Centroamérica. El otro 50% lo exporta fuera de la región.



GRUPO COBÁN

50%

de lo que produce se queda en Centroamérica.

Durante más de 30 años ha fabricado calzado para los mercados de EUA y Europa, trabajando para marcas como Wolverine, Rhino Boots, Hytest, entre otras.

CERVECERIA AMBEV IMPLEMENTA SISTEMA DE LOGÍSTICA VERDE

Cervecería Río Centroamérica, hoy Ambev Guatemala, que forma parte del Grupo AB InBEv, el mayor productor de cerveza en el mundo, llegó a Guatemala hace 21 años y junto a su socio estratégico cbc, han desarrollado en la región, un portafolio que incluye marcas globales como Stella Artois, Budweiser, Corona y Modelo entre otras.

En 2003 inició operaciones con la construcción de su planta cervecera ubicada en Teculután, Zacapa, fabricando su marca insignia Brahva. Actualmente emplean en la región a más de 5,000 personas en su cadena de distribución, promoviendo el consumo inteligente de sus productos.

Además, durante ese tiempo, Cervecería Ambev Guatemala, ha realizado acciones transformadoras por el desarrollo, la sostenibilidad, la innovación e inclusión.



AMBEV GUATEMALA

38%

de energía que utiliza en el proceso de producción de sus cervezas es limpia.

Acciones en las cuales ha invertido en el país aproximadamente $100 millones en la apertura de más de 64,000 puntos de venta y reforestado más de 150 hectáreas de bosque.

Gracias a la instalación de una planta de tratamiento, en Teculután, diariamente recuperan 500 metros cúbicos de agua; además de que, la operación utiliza el 38% de energía limpia en el proceso de producción de sus cervezas. De igual manera, destaca por sus políticas que respaldan la diversidad e inclusión de todas las personas en el entorno laboral.

En ese contexto, en 2023 inauguraron el Crossdock, un centro de distribución que se encuentra a 1.80 kilómetros de la frontera de Guatemala con México, en Puerta del Istmo, el cual, es un recinto fiscal y zona libre que permite diversos tipos de operaciones logísticas. Con este sistema de logística verde se asegura la disponibilidad y tiempos de entrega de producto terminado e insumos, mejora los costos de transporte y agiliza las entregas para Guatemala, El Salvador y Honduras, reduciendo la huella de carbono del negocio en la industria.

UNA CORPORACIÓN DE COMPROMISO GENERACIONAL

Uno de los problemas que inciden en el desarrollo poblacional, es la desnutrición infantil. Esta empresa centenaria, implementó un modelo que está empezando a su darle solución.



CORPORACIÓN CASTILLO HERMANOS

$15

millones han destinado para su programa "Guatemaltecos por la Nutrición".

Corporación Castillo Hermanos, más conocida por su empresa emblemática Cervecería CentroAmericana, que lidera el mercado cervecero en Guatemala. A través de los años les ha llevado a un posicionamiento importante en el mercado local y un reconocido prestigio mundial. Es un conglomerado familiar guatemalteco con más de 90 empresas con presencia regional. Tiene inversiones en bienes raíces, banca, industria alimentaria, agro, turismo, comercio, entre otros.

Desde que fue fundada en 1886, iniciando con el negocio de la cerveza, Corporación Castillo Hermanos, ha venido tratando de solventar, uno de los históricos problemas nacionales, como lo es, la desnutrición.

En 1961 empezó a producir alimentos nutricionales como la Incaparina, para tratar de abordar el tema de la desnutrición en el país. Previamente, mantuvo el programa "La ruta de la leche", con el cual brindaba a familias de escasos recursos leche para los niños en su etapa inicial de crecimiento.

Ahora, cuentan con el programa "Guatemaltecos por la Nutrición", dedicado a abordar este flagelo de manera integral, para lo cual, han destinado $15 millones. El programa inició en Huehuetenango y ahora lo están ampliando a otras regiones, comenzando con las áreas más pobres del departamento de Guatemala.

"Después de más de 60 años de estar trabajando el programa de nutrición, especialmente en desayunos escolares, programas con el gobierno, hemos notado que los indicadores del país no habían cambiado. El cuestionamiento que nosotros nos hacemos es, cómo es posible que después de tantos años, de tanto esfuerzo, de tantas personas, los indicadores no cambian. Eso significa que hay algo que no estamos haciendo bien", plantea Guillermo Castillo, director Corporativo de Castillo Hermanos.

Un modelo replicable

Y así fue que después de años de analizar dicha problemática, crean el proyecto de "Guatemaltecos por la Nutrición", el cual aborda tanto los factores biológicos, como los factores ambientales, incluyendo saneamiento, agua, y los factores económicos del entorno familiar y de las comunidades. Modelo implementado en Huehuetenango, en donde se han obtenido tres particulares resultados a resaltar.

El primero es que, la reincidencia de padecimientos por casos de desnutrición aguda es cero en las áreas dónde se ha implementado el programa. "No podemos permitir que un niño muera por eso", dice Castillo. El segundo, es un modelo en el cual la recuperación se hace más rápido, lo que es clave para la habilitación de los niños. El tercero, es que, el problema cíclico de la desnutrición, está relacionado con el ciclo de lluvias. Se ha logrado que los niños recuperados, no vuelvan a recaer en el problema de desnutrición, lo cual se aborda con la parte económica y educación, aspectos que son integrales en el programa.

Ante el incremento de la tasa de desnutrición en el departamento de Guatemala (120 casos por cada 10,000 niños menores de 5 años), están empezando a replicar el modelo en varias zonas de la capital y siete municipios más. "No podemos permitir que haya niños con estos padecimientos en un país con tantos recursos naturales como Guatemala. Pero lo más importante, es que la desnutrición tanto aguda como crónica, tienen un efecto directo en el desarrollo de la capacidad intelectual, en la capacidad física del niño que la sufre. Eso significa que, si un niño pasa su etapa de crecimiento desnutrido, va a tener menos capacidad mental y menos capacidad física que le va a limitar sus posibilidades de desarrollo", expone el director de Corporación Castillo Hermanos.



GRUPO PANTALEÓN

98.2

por ciento del corte de caña en el ingenio El Monte Rosa, en Chinandega, Nicaragua, es mecanizada.

UN PRODUCTOR QUE FIGURA EN EL TOP MUNDIAL

Grupo Pantaleón está posicionado entre los cinco mayores productores de azúcar de Latinoamérica y en los diez a nivel mundial.

Grupo Pantaleón es una organización agroindustrial dedicada al procesamiento de caña de azúcar para la producción del endulzante natural, mieles, alcoholes y energía eléctrica. El esfuerzo del equipo humano que suma más de 15,500 trabajadores entre México, Guatemala, Nicaragua y Estados Unidos, contribuye a alcanzar una producción anual estimada en 1,201 millones de toneladas de azúcar y sus derivados.

Como grupo, Pantaleón lidera la región centroamericana en la producción de azúcar, posicionándose entre los cinco más importantes de Latinoamérica, con excepción de Brasil. Su posición en el mundo, está entre los diez productores más grandes. La producción es exportada a más de 40 países para abastecer a industrias alimenticias y refinerías.

En la zafra anterior 2022-2023, la producción total de azúcar entre los ingenios de Guatemala, México y Nicaragua que forman parte del Grupo Pantaleón, estuvo en alrededor de 3.6 millones de toneladas métricas (Tm); más sus derivados, como la producción de alcohol, melaza y el aporte a las redes nacionales de energía eléctrica.

Sólo en el ingenio Pantaleón, ubicado en la región de Siquinalá, departamento de Escuintla, registró una producción de 496,763 Tm del grano blanco; con una capacidad de molienda diaria de 32,000 Tm; 73,593 metros cúbicos (m3) en producción de alcohol; 191,649 Tm, de melaza y 245,094 de megavatios hora (MWh) producidos durante la zafra 2022-2023.

Tecnificación y diversificación

La labor del corte de caña en el ingenio Pantaleón, es mecanizada en un 68.8%. En el ingenio Panuco, ubicado en Veracruz, México es del 42.7%; en el ingenio, El Mante, que se encuentra en Tamaulipas, México, es el 76.8%. El Monte Rosa, en Chinandega, Nicaragua, es el que menos mano de obra utiliza para el corte de caña, pues tiene mecanizada esa actividad en un 98.2%.

En 2019, la multilatina guatemalteca, inició operaciones en Estados Unidos, estableciendo la sede comercial del grupo, Pantaleón Commodities Corp. (PCC), encargada de las ventas y de centralizar la logística y servicio al cliente.

De igual manera en Chile, cuenta con la comercializadora de Productos, Panor, la cual fue adquirida en 2007. Tiene una capacidad de almacenaje para 7,000 Tm.

A lo largo de su trayectoria de más de 174 años, Grupo Pantaleón ha sido reconocido internacionalmente por la aplicación de alto estándares en la cadena de valor de sus productos.

Aparte de la producción directa, derivada de la cosecha de la caña de azúcar, el grupo también se ha incorporado en otros segmentos como el de desarrollo inmobiliario de centros comerciales y proyectos residenciales verticales principalmente. Labor a cargo de la firma Spectrum, desarrollador del grupo que este año incursionó el segmento de parques industriales con su proyecto Synergy Industrial Park. Este complejo se localiza en el kilómetro 53 de la carretera al Pacífico, en Escuintla. Es una mega obra que conlleva una inversión de más de $20 millones.



SOMOS TU SÚPER ALIADO

MANTENIENDO SONRISAS Y VEHÍCULOS EN MARCHA

Como parte fundamental de nuestra filosofía, buscamos siempre brindar el más oportuno servicio a todos nuestros clientes, en nuestros ***más de 50 almacenes a nivel regional***, nuestro sitio web e-commerce y un moderno centro de distribución, con el inventario más grande de la región.

Todo esto, con nuestro súper valor agregado enfocado a ofrecer la ***mejor calidad, garantía y variedad.*** Velando por el crecimiento constante de la industria, nuestros clientes y colaboradores, por medio de nuestros programas de capacitación y responsabilidad social.

Continuamos con la visión y compromiso de crecimiento, viendo las fronteras como punto de partida ***¡Seguimos en marcha!***

SUPERREPUESTOS.COM

SUPER REPUESTOS®



Conozca los resultados de la segunda edición, donde se midió el desempeño de las marcas en 4 dimensiones: Marca, Producto, Interacción y Conexión emocional en 13 categorías.

Certamen Top Customer Experience 2024 (TCX)

MARKETING PLUS customer intelligence

tcx TOP CUSTOMER EXPERIENCE

ESTUDIO REALIZADO Y PROPIEDAD DE LA EMPRESA MARKETING PLUS EN EL PERIODO DE JULIO Y AGOSTO DE 2024.

Gracias
por depositar
TU CONFIANZA
en nosotros.



Son más de **80 años** trabajando para los salvadoreños con
transparencia y responsabilidad, su confianza nos importa.

fedecrédito®
SISTEMA FEDECREDITO

Queremos darte una mano

Conexión emocional: la clave para superar expectativas en el marketing salvadoreño

Gerardo Machuca, fundador y director ejecutivo de Marketing Plus, revela que, aunque la experiencia del cliente en El Salvador muestra resultados positivos, la verdadera conexión emocional aún necesita un mayor impulso para establecer relaciones duraderas con los consumidores.

Por Ezequiel Méndez

Dentro del campo de la publicidad y el mercadeo, las empresas se enfrentan al desafío de establecer relaciones sólidas y duraderas con sus audiencias. Este objetivo solo se puede lograr si cada interacción es un éxito que genera conexiones emocionales fuertes. Para lograr una conexión auténtica y duradera con sus clientes, las marcas deben superar las expectativas y ofrecer experiencias excepcionales.

Gerardo Machuca, fundador y director ejecutivo de Marketing Plus, dijo que, dentro de El Salvador, existen diferencias bien marcadas en cómo los consumidores de distintas regiones responden a las marcas. "En Oriente, Occidente y el Centro del país, los factores que influyen en la conexión emocional varían significativamente", explicó. Para abordar estos desafíos, Marketing Plus realizó el año pasado un exhaustivo estudio en 13 categorías de productos y servicios, el Top Customer Experience, descubriendo que el principal obstáculo es la falta de conexión emocional.



Gerardo Machuca, fundador y director ejecutivo de Marketing Plus.

"Nuestros análisis de la experiencia del cliente, desde productos hasta interacciones con la marca, revelan que, aunque los resultados (de la primera edición del Top Customer Experience) fueron en general positivos, la conexión emocional aún necesita fortalecerse", señaló Machuca.

Gerardo Machuca de igual manera destacó los desafíos específicos que enfrenta el mercado salvadoreño para lograr esta conexión.

El primer desafío, según Machuca, es la comunicación y el comportamiento de la marca. "Una marca debe estar accesible y dispuesta a resolver problemas. La facilidad de interacción, desde consultas hasta la resolución de conflictos, es clave para una conexión emocional fuerte", afirmó.

El segundo desafío es el tono y la empatía en la interacción de la marca. "El cliente debe sentir una genuina empatía por parte de la marca. Cada miembro del equipo debe demostrar un auténtico espíritu de servicio. Un ejemplo de esto es la estrategia omnicanal, donde la marca debe tener un sistema que permita conocer el historial del cliente para ofrecer una solución eficiente, sin hacerle repetir su problema constantemente", detalla Machuca.

Machuca también abordó cómo varían las estrategias de marketing emocional según la categoría del producto o servicio. "En interacciones esporádicas, como con centros comerciales o restaurantes, la oportunidad de ofrecer una experiencia memorable es limitada. Cada aspecto de la experiencia, desde el producto hasta el servicio al cliente, debe ser excelente", indicó.

En cambio, para servicios con interacciones más frecuentes, como bancos y telecomunicaciones, las métricas suelen ser más bajas debido a la complejidad de los sistemas de atención al cliente. "Estas empresas están adoptando cada vez más tecnologías automatizadas como chatbots, para agilizar la resolución de problemas. La omnicanalidad es esencial para asegurar que la información del cliente esté disponible en todos los puntos de contacto", agregó Machuca.

MARKETING PLUS customer intelligence

tcx TOP CUSTOMER EXPERIENCE

ESTUDIO REALIZADO Y PROPIEDAD DE LA EMPRESA MARKETING PLUS EN EL PERIODO DE JULIO Y AGOSTO DE 2024.

En Pro de ti
diseñamos la mejor experiencia en Banca Móvil

Nos enorgullece
ser los ganadores
en el Certamen de

tcx TOP CUSTOMER EXPERIENCE

en la categoría **Apps Bancarias y Financieras** por nuestra **Súper App Promerica.**



Promerica SV

Continuaremos innovando para tu día a día

2513-5000
www.promerica.com.sv

Banco Promerica

Resultados Top Customer Experience 2024 (TCX)

TCX es el primer certamen en la región que da voz y voto a los consumidores de 13 industrias en El Salvador. En el evento se reconoció a las marcas que brindan la mejor experiencia a los clientes, midiendo su conexión emocional.

El Top Customer Experience 2024 (TCX) es producido y organizado por la empresa Marketing Plus, agencia de experiencia del cliente e investigación de mercados con 19 años de experiencia en el mercado regional. Su expertise se basa en 3 pilares claves: Entendimiento profundo del consumidor, generación de insights que apoyan a las marcas a conectar con sus consumidores y, en los últimos años, la agencia se ha posicionado como el referente en el análisis de métricas de experiencia del cliente.

El Customer Experience (CX) o la experiencia del cliente es la impresión que deja una marca en el cliente después de que este interactuó racional, física y emocionalmente en cualquier punto de contacto, desde la actividad en un sitio web hasta la adopción del producto o servicio y servicio post venta. El CX se trata de estar permanentemente creando, desarrollando y mejorando lo que los clientes viven.

Los consumidores cada día exigen más, están más informados, lo que representa un desafío para las empresas; por lo que se debe de comprender a los clientes y entender realmente qué es lo que agrega valor en la relación con la marca; lo que permitirá construir verdaderos lazos con ellos. Una buena experiencia del cliente conduce a la construcción de lealtad de los clientes, provoca la recompray genera relaciones comerciales duraderas en el tiempo.

En su segunda edición, el innovador certamen Top Customer Experience 2024, dio voz y voto a más de 7,500 consumidores para poder expresar su satisfacción, deseos, y expectativas de los productos y servicios. Reconociendo a las marcas que brindan la mejor experiencia y que han logrado conectar emocionalmente con sus clientes. Dicho reconocimiento se realizó a 13 industrias en El Salvador:

- Bancos
- Financieras, Cooperativas y Cajas de Crédito
- App's bancarias y financieras
- Aseguradoras
- Telefonía móvil prepago
- Internet residencial
- Gasolineras
- Ventas de repuestos
- Ferreterías
- Almacén de electrodomésticos
- Centros comerciales
- Casual Dining
- Cafés



TCX reconoce las mejores prácticas en cuanto a experiencia del cliente, pero a la vez demanda retos importantes, desafiando la capacidad de las marcas proveedoras de productos y servicios para conectar emocionalmente con sus clientes y transformar experiencias en memorables.

Este estudio con 7,500 mil evaluaciones realizadas por medio de un levantamiento de información hibrido entre encuestas presenciales y online, tiene un margen de error del 1 % y un nivel de confianza del 95 %. El TCX fue realizado a nivel nacional en El Salvador (ciudades principales e interior del país). Se evaluó el desempeño de las marcas en 4 pilares fundamentales: Marca, Producto, Interacción y Sentimientos (conexión emocional con la marca). Información importante para conectar e influir en la lealtad hacia una marca, identificar dónde interactúan sus clientes de manera directa e indirecta, entendiendo de esta manera sus necesidades y expectativas.

En este certamen compiten todas las marcas sin distinción; se tomaron en cuenta siempre y cuando fueran mencionadas por los consumidores, esto es parte de la veracidad y transparencia del TCX. Los consumidores evaluaron la marca que utilizan con mayor frecuencia.

Top Customer Experience fue creado para empoderar a las organizaciones con información relevante que los ayudará a elevar sus estándares de experiencia del cliente. A través de las siguientes herramientas:

- Benchmark y métricas de CX comparativas de la marca vs la competencia.
- Desempeño de la marca en 4 pilares: Marca, Producto, Interacción y Sentimientos.
- Radiografía de experiencia en canales digitales.
- Acceso a plataforma con dashboard interactivo de la categoría.

MARKETING PLUS customer intelligence

tcx TOP CUSTOMER EXPERIENCE

ESTUDIO REALIZADO Y PROPIEDAD DE LA EMPRESA MARKETING PLUS EN EL PERIODO DE JULIO Y AGOSTO DE 2024.

Asesuisa



¡Somos los #1 en Experiencia al Cliente, gracias a ti!

En Asesuisa, cada interacción nos acerca más a ti. **El reconocimiento de ser la aseguradora #1 en el Top Costumer Experience 2024,** nos impulsa a continuar ofreciendo una experiencia excepcional, asegurando tu bienestar y el de los tuyos. ¡Gracias por elegirnos y permitirnos ser parte de tu vida!



Cotiza en asesuisa.com
o con tu asesor de seguros

MARKETING PLUS customer intelligence | tcx TOP CUSTOMER EXPERIENCE

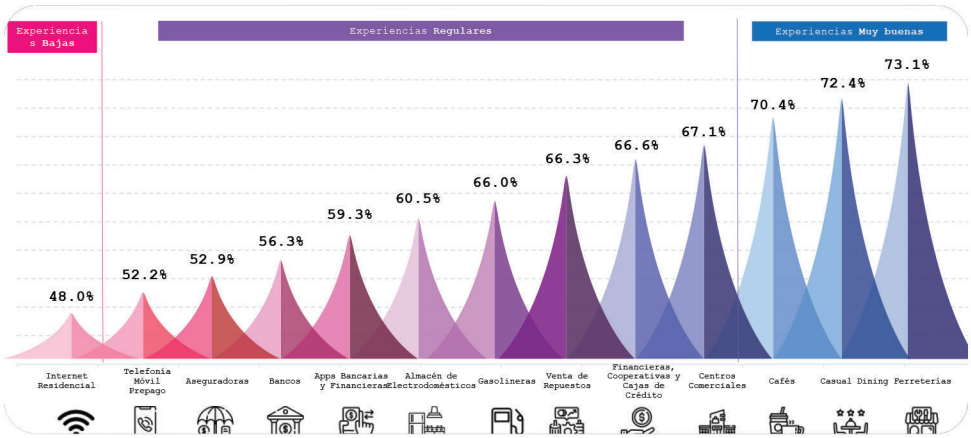
EXPERIENCIA DEL CLIENTE POR SECTOR EN EL SALVADOR

TCXi Plus es una métrica integral que determina el ganador por cada categoría y el puntaje global por industria. Esta métrica incluye las valoraciones que los consumidores hacen en función de una serie de atributos contemplados en los 4 pilares: Marca, Producto, Interacción y Sentimientos.

El indicador de cada industria se debe contemplar en el contexto de la categoría. No son comparables los resultados de una marca con otra de un rubro distinto.

Ranking TCXi Plus

Resultados globales por industria



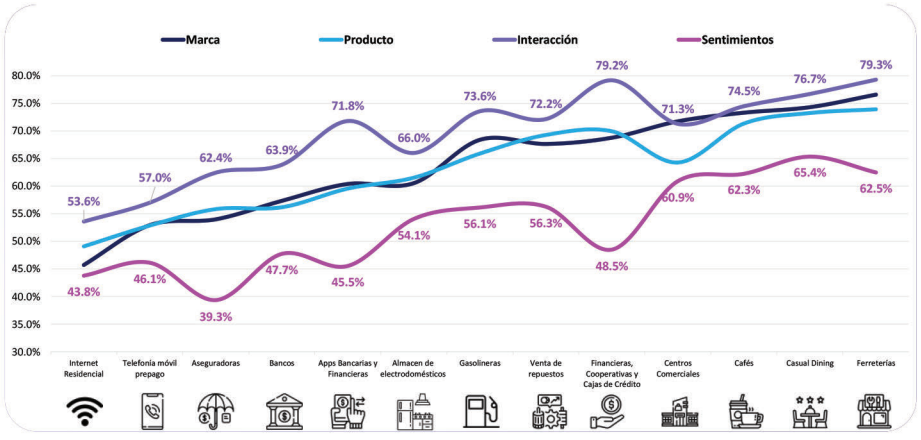
RANKING TCXI PLUS
RESULTADOS GLOBALES POR INDUSTRIA

La categoría de Ferreterías fue reconocida por los consumidores como la que brinda la mejor experiencia del cliente. Lo que demuestra la alta competitividad de este sector y una consistente preocupación por la experiencia de sus consumidores. Asimismo, Casual Dining y Cafés se encuentra entre las categorías que ofrecen experiencias muy buenas a sus clientes.

El Internet residencial es una de las industrias con las que se tiene una interacción constante y los clientes tienen expectativas altas y demandantes debido a su papel fundamental en la vida diaria de los consumidores. La conectividad a internet es un servicio esencial lo que hace que los usuarios estén en contacto continuo con su proveedor de servicios. Esta constante interacción tiene un impacto significativo en la experiencia del cliente, posicionando la categoría en una experiencia baja.

Desempeño de las categorías en los pilares: Marca, Producto, Interacción y Sentimientos

Resultados globales por industria



DESEMPEÑO DE LAS CATEGORÍAS EN LOS PILARES: MARCA, PRODUCTO, INTERACCIÓN Y SENTIMIENTOS

RESULTADOS GLOBALES POR INDUSTRIA

El desempeño de los sectores en las 13 categorías demuestra que la interacción de las marcas con el consumidor es percibida con las valoraciones más altas. En las categorías de Ferreterías, Financieras, Cooperativas y Cajas de Crédito y Casual Dining son clave los valores, como: empatía, actitud proactiva del recurso humano, facilidad para resolver gestiones y consultas. Por el contrario, los puntajes más bajos se concentran en Internet residencial, Telefonía móvil prepago y Aseguradoras.

El estudio revela que el pilar de la experiencia que representa el mayor reto para las marcas es el emocional, cuyos puntajes están por debajo de los otros; en esta misma línea, Casual Dining, Ferreterías, Cafés y Centros comerciales alcanzan puntajes de 60 %, en cambio Internet y Aseguradoras presentan los puntajes más bajos. En esta dimensión las 3 grandes áreas de oportunidad a trabajar son: amor a la marca, felicidad y orgullo de ser consumidor.

Las emociones van más allá de simplemente recomendar, promover o facilitar el uso de un producto o servicio. El impacto emocional juega un papel crucial en cómo los consumidores perciben y se conectan con una marca. Por eso, es fundamental centrarse en optimizar los sentimientos que evoca la propuesta de valor. Al crear una experiencia emocionalmente resonante, se puede fomentar una lealtad duradera, incrementar el valor percibido y diferenciarse en un mercado saturado.

AGRISAL







Nuestro mayor premio es saber que la estás pasando genial en Plaza Mundo

Gracias a todos nuestros visitantes
por habernos otorgado por
segundo año consecutivo el premio

tcx TOP CUSTOMER EXPERIENCE

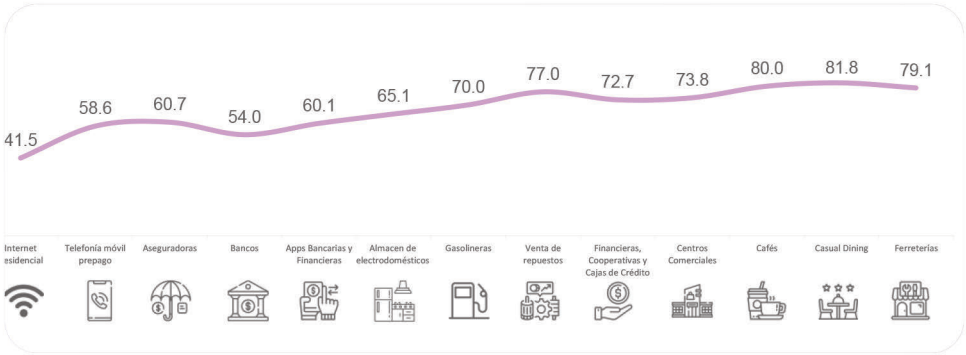
Reconociéndonos como el centro comercial
que brinda la mejor experiencia al cliente.

Plaza Mundo
DE AQUÍ SOMOS TODOS

SOYAPANGO • APOPA • USULUTÁN

NPS – Nivel de recomendación

Resultados globales por industria



NPS - NIVEL DE RECOMENDACIÓN RESULTADOS GLOBALES POR INDUSTRIA

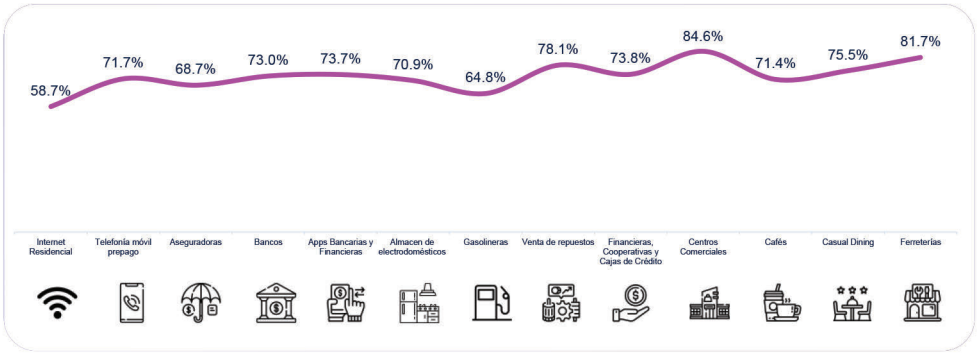
El índice de recomendación o Net Promoter Score (NPS) mide la probabilidad de que un cliente recomiende una marca, producto o servicio, y se calcula a través de la pregunta: ¿qué tan probable es que recomiende nuestro producto/servicio a sus familiares y amigos?

A mayor nivel de recomendación, mayor es el porcentaje de retención de los clientes de los sectores evaluados. Esta métrica permite identificar dónde debemos mejorar, para luego definir planes de acción para mejoras las áreas de oportunidad y potenciar las fortalezas.

Casual Dining y Cafés poseen el mayor NPS, arriba del 80.0 posicionándose como las categorías con mayor nivel de recomendación en función de la experiencia que los consumidores tienen con las empresas de este sector. Seguido se encuentran las categorías de Ferreterías, Venta de repuestos, Centros comerciales, Financieras, Cooperativas y Cajas de Crédito y Gasolineras. Mientras que Internet residencial, Bancos y Telefonía móvil prepago presentan índices que reflejan un importante segmento de detractores y pasivos.

CSAT – Nivel de satisfacción canales digitales por industria

¿Qué tan satisfechos se encuentran los consumidores al interactuar con las marcas por medio de sus canales digitales?



CSAT - NIVEL DE SATISFACCIÓN CANALES DIGITALES POR INDUSTRIA
¿QUÉ TAN SATISFECHOS SE ENCUENTRAN LOS CONSUMIDORES AL INTERACTUAR CON LAS MARCAS POR MEDIO DE SUS CANALES DIGITALES?

A través de estos canales se interactúa con los clientes en tiempo real. Evaluamos la experiencia de los consumidores al contactar a las marcas por medio de sus canales digitales, ya que estos permiten la comunicación con los consumidores de manera personalizada y efectiva. Las industrias que en menor medida cumplen con las expectativas de los consumidores al contactarse por estos canales son las de Internet residencial, Gasolineras y Aseguradoras.

Es importante implementar una estrategia omnicanal que permita brindar a los clientes una experiencia unificada, lo que genera confianza y lealtad. Los clientes pueden acceder fácilmente a la información que necesitan sobre sus productos y servicios, realizar compras y obtener soporte sin contratiempos.

¡Muchas gracias!

Por su confianza y su preferencia

Gracias por hacer de Freund
la Ferretería #1 de El Salvador

Más de

110 AÑOS Freund

Orgullosamente SALVADOREÑOS



RANKING DE GANADORES POR SECTORES

Categoría: Internet residencial
Ganador: CLARO

Categoría: Telefonía móvil prepago
Ganador: TIGO

Categoría: Aseguradoras
Ganador: ASESUISA

Categoría: Bancos
Ganador: BAC

Categoría: Apps Bancarias y Financieras
Ganador: Banco Promerica

Categoría: Almacén de electrodomésticos
Ganador: Tropigas

Categoría: Gasolineras
Ganador: UNO

Categoría: Financieras, Cooperativas y Cajas de Crédito
Ganador: Sistema FEDECREDITO

Categoría: Venta de repuestos
Ganador: IMPRESSA REPUESTOS

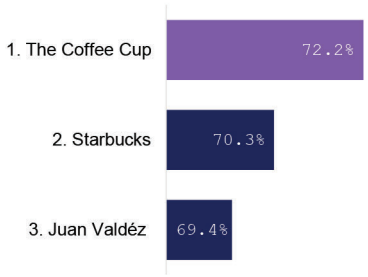
Categoría: Centros comerciales
Ganador: Plaza Mundo

Categoría: Cafés
Ganador: The Coffee Cup

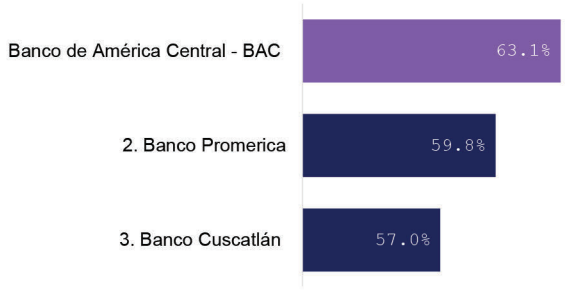
Categoría: Casual Dining
Ganador: Tony Roma's

Categoría: Ferreterías
Ganador: FREUND

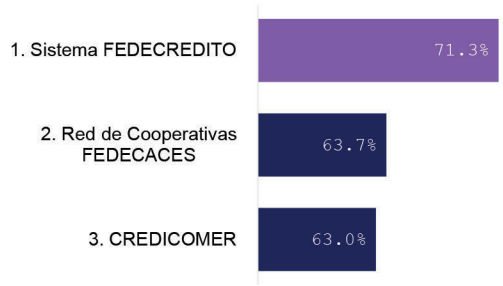
Categoría: Cafés
Ganador: The Coffee Cup



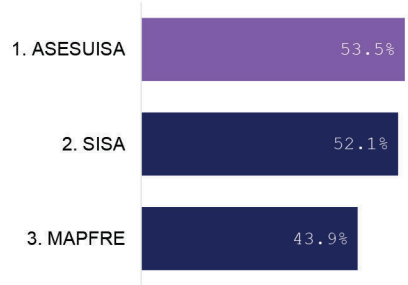
Categoría: Bancos
Ganador: BAC



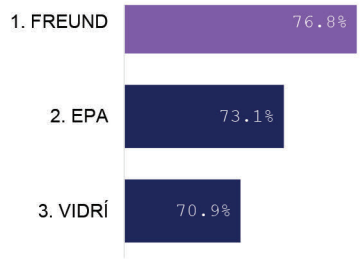
Categoría: Financieras, Cooperativas y Cajas de Crédito
Ganador: Sistema FEDECREDITO



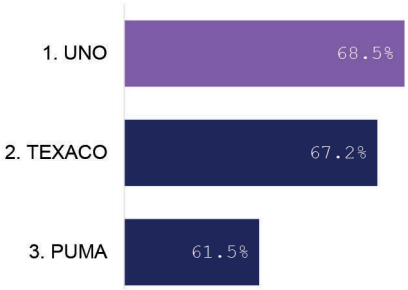
Categoría: Aseguradoras
Ganador: ASESUISA



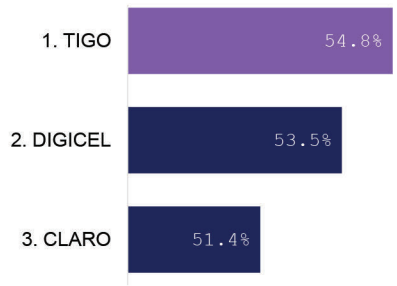
Categoría: Ferreterías
Ganador: FREUND



Categoría: Gasolineras
Ganador: UNO



Categoría: Telefonía móvil prepago
Ganador: TIGO



MARKETING PLUS customer intelligence

tcx TOP CUSTOMER EXPERIENCE

ESTUDIO REALIZADO Y PROPIEDAD DE LA EMPRESA MARKETING PLUS EN EL PERIODO DE JULIO Y AGOSTO DE 2024.

POR TI
Y PARA TI

tenemos la red de fibra óptica
más grande de El Salvador
para darte más velocidad,
cobertura y servicios,
para seguir conectados
a tus proyectos y a tu vida.

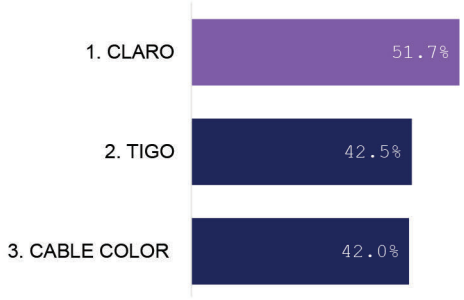


CLARO, LA MEJOR RED DE INTERNET DE EL SALVADOR

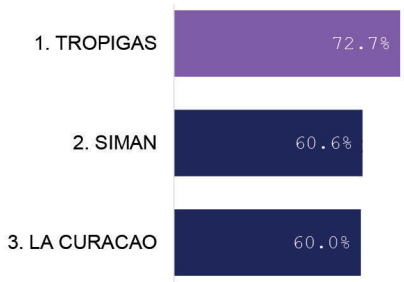
Claro

Claro que sí

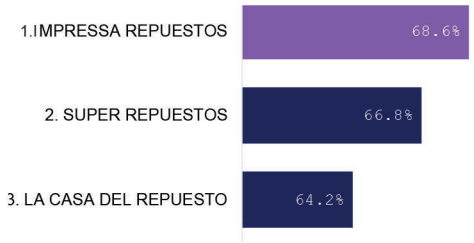
Categoría: Internet Residencial
Ganador: CLARO



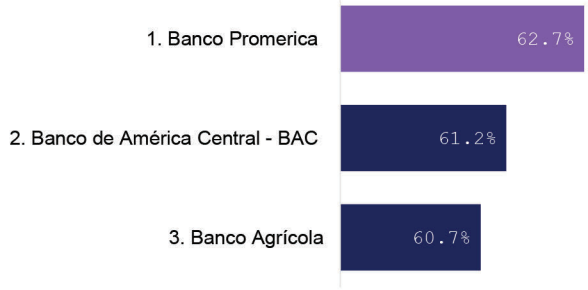
Categoría: Almacén de electrodomésticos
Ganador: Tropigas



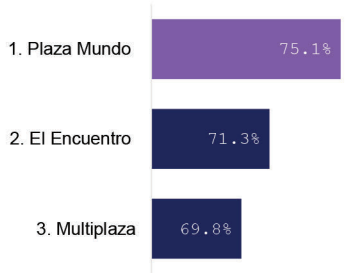
Categoría: Venta de repuestos
Ganador: IMPRESSA REPUESTOS



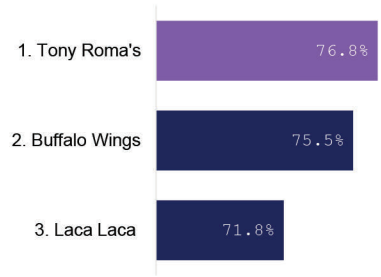
Categoría: Apps Bancarias y Financieras
Ganador: Banco Promerica



Categoría: Centros Comerciales
Ganador: Plaza Mundo



Categoría: Casual Dining
Ganador: Tony Roma's



Si desea obtener más información o suscribirse a TCX 2025 puedes contactarnos a través de:

Sitio web: marketingplus.com.sv **Correo:** info@marketingplus.com.sv

MARKETING PLUS customer intelligence

tcx TOP CUSTOMER EXPERIENCE

ESTUDIO REALIZADO Y PROPIEDAD DE LA EMPRESA MARKETING PLUS EN EL PERIODO DE JULIO Y AGOSTO DE 2024.

SOMOS

1ER LUGAR

EN LA SEGUNDA EDICIÓN DE

tcx TOP CUSTOMER EXPERIENCE

PARA LA CATEGORÍA DE GASOLINERAS



ESTE RECONOCIMIENTO REFLEJA EL ESFUERZO Y LA DEDICACIÓN DE NUESTRO EQUIPO PARA ***BRINDAR UN SERVICIO EXCEPCIONAL Y UNA EXPERIENCIA INIGUALABLE*** A CADA UNO DE NUESTROS CLIENTES.

MARKETING PLUS customer intelligence

UNO



Patrick Zarzar, gerente general para Unicomer en El Salvador y Guatemala, comenta que el conglomerado se enfoca en la comercialización de muebles, electrodomésticos, electrónicos y servicios crediticios en El Salvador. EE/Cortesía

GRUPO UNICOMER CONSOLIDA SU POSICIÓN EN EL MERCADO RETAIL DEL PAÍS

Con una cobertura de más de 133 puntos de venta y más de 1,600 empleados, el Grupo se considera un formato de retail de servicio completo.

Grupo Unicomer es una multilatina, líder en retail y servicios financieros. Está presente en 26 países, y en El Salvador consolida su posición, desde hace 24 años, con el prestigio de sus cuatro marcas.

Con presencia en todo el territorio nacional, el conglomerado destaca por su cadena de tiendas La Curacao, especialista en ventas de electrodomésticos, muebles y tecnología, que cuenta con 41 sucursales; Almacenes Tropigas con 46 tiendas; Radioshack, la marca líder en venta de tecnología en el país, con 25; y Óptica La Curacao con 21 establecimientos.

Para Patrick Zarzar, gerente general para Unicomer en El Salvador y Guatemala, además de su presencia en 133 puntos de ventas y sus 1,600 empleados en el país, el éxito de Grupo Unicomer se debe a que brinda atención personalizada a cada uno de sus clientes. "Nos consideramos un formato de 'retail full service´en el sentido que no solo vendemos (productos) a nuestros clientes, sino que les ofrecemos soluciones 360. Nuestra gente son asesores de venta, realmente buscamos ayudarle al cliente a encontrar la mejor solución, brindándole toda la información que necesite para tomar la mejor decisión", aseguró Zarzar.

El gerente general para Unicomer agregó que comercializar productos de última tecnología, tener un amplio surtido y opciones para todo tipo de presupuesto, también los ha posicionado como la primera opción de compra para el cliente.

De igual forma, hizo hincapié en que todos los productos que venden ofrecen garantía, para que sus clientes se sientan seguros de lo que están adquiriendo. "Ofrecemos también protección para nuestros productos, un servicio que el cliente puede adquirir hasta por cinco años y con la facilidad de compra a través de nuestros servicios financieros", indicó Patrick.

Más allá de que sus productos de marcas de renombre tengan garantía, Grupo

CON PRESENCIA EN TODO EL TERRITORIO NACIONAL

La Curacao, especialista en ventas de electrodomésticos, muebles y tecnología, que cuenta con 41 sucursales; Almacenes Tropigas con 46 tiendas; Radioshack, la marca líder en venta de tecnología en el país, con 25; y Óptica La Curacao con 21 establecimientos.

> **"Son 1,200 puntos de ventas de las cuatro marcas de Grupo Unicomer. Estamos en Centroamerica, Suramérica, y Caribe**
>
> **Patrick Zarzar.**
> **Gerente general para Unicomer en El Salvador y Guatemala.**

Unicomer también tiene canales digitales 24/7 para agilizar su operación comercial: "siempre estamos cerca del cliente para que pueda comprar cuándo quiera y cómo quiera. Puede comprar en nuestras sucursales, a través de WhatsApp o en nuestros sitios e-commerce, con los cuales fuimos pioneros en El Salvador", resaltó el representante de Unicomer.

Pero Grupo Unicomer no solo tiene presencia en el país, pues también tiene puntos de ventas en Latinoamérica y el Caribe. "Son 1,200 puntos de ventas de las cuatro marcas de Grupo Unicomer. Estamos en Centroamerica, Suramérica, y Caribe", explicó Patrick Zarzar.

De igual forma, a partir de este mes, con su marca Radioshack, el Grupo vuelve a abrir mercado en Estados Unidos con Amazon, desde donde comercializa sus productos en el país norteamericano y, a muy corto plazo, abrirá sus tiendas en físico en diferentes estados.

Es así como las marcas comerciales del Grupo generan un crecimiento económico sostenible en los países en que operan, a través de la constante innovación de sus productos y facilidades de financiamiento a las que todos sus clientes pueden acceder.

ALMACENES TROPIGAS

Siempre te da más

Gracias a nuestros clientes por otorgarnos el

1ER LUGAR

TOP CUSTOMER EXPERIENCE

en la categoría de Almacenes de Electrodomésticos



Por segundo año consecutivo en el

2DO CERTAMEN DE TCX 2024

POR:
IRMA CANTIZZANO
•
NUEVA YORK



EL ECONOMISTA/CORTESÍA

Daniel Pérez Umaña, vicepresidente corporativo Legal de BAC Centroamérica, en el congreso de Momentum habló sobre la necesidad de regulación.

Descifrando los paradigmas de la IA

BAC reunió en Nueva York a más de 120 empresarios de la región en su evento Momentum, para conocer hacia dónde va la Inteligencia Artificial y la necesidad de estandarizar sus usos para un mejor provecho.

La tecnología y la digitalización son claves en la economía actual y a ello se agrega la Inteligencia Artificial (IA), que según estudios tiene el potencial de agregar un valor equivalente de $2.6 trillones a $4.4 trillones a la economía global.

La IA está inmersa desde las aplicaciones básicas que pueden crear imágenes, voces, contenido, hacer diseños de 3D, hasta aquellas que pueden empezar a desarrollar medicamentos.

Para algunas empresas ha sido la clave para la transformación y la supervivencia.

Ese fue el tema de Momentum, el congreso del BAC que reunió en Nueva York a más de 120 directivos de toda la región para conocer los avances de la transformación tecnológica, el uso de la Inteligencia Artificial (IA) y cómo se pueden aplicar a sus empresas.

Philippe Lalumiére, Vicepresidente de tecnología de Cirque du Soleil, uno de los ponentes recordó cómo, en plena pandemia, la compañía pasó de tener 48 programas anuales a cero. "El 95 % de nuestros empleados fueron despedidos... paramos y cuando regresamos tres meses después, nos quedaban 13 personas para reconstruir todo", dijo y así fue gracias a la diversificación y la tecnología que volvieron a brillar.

La tecnología no solo está presente en sus espectáculos con la realidad virtual, sino en todo su entorno operativo. Desde la gestión de la producción de su vestuario hasta las pruebas para "capturar" las emociones de los espectadores para que sus espectáculos nunca sean aburridos.

La tecnología y la IA se utilizan en todas las industrias y rubros y la banca también es una de ellas.

Alfonso Salvo, vicepresidente de Banca Empresas de BAC Centroamérica, explicó que desde 2016 BAC venía trabajando con la creación de un área especializada en la transformación digital de la banca, pero después de la pandemia hubo un punto de inflexión y se aceleró esa transformación en las empresas y ellos, como banca, acompañaron en ese proceso, ofreciendo desde servicios especializados y conexiones directas.

En casa

"Pero la transformación digital no solo implica adoptarla desde la cabeza de la empresa, sino lograr que esta pueda escalar de manera interna y llegar a un nivel de adopción para obtener los beneficios", dijo Larry Lerner de McKinsey Company.

Una de las empresas que involucra a su equipo para buscar esa transformación es Agrisal. Ricardo Auspurg, presidente de la aceleradora SNDBX y director de Agrisal Inmobiliario, compartió que hace dos años crearon la gerencia de innovación y cada semana se reunen con los directores a escuchar las propuestas de todo su equipo y de todas las áreas, y muchas de esas propuestas se basan en innovación digital.

Y esa transformación o innovación no necesariamente tiene que ser un gran, gran proyecto.

Mark Schwartz, estratega empresarial de AMAZON, explicó que no siempre se necesita un gran proyecto, sino una meta concreta que se logre paso a paso. "Bien, ¿qué podemos hacer ahora mismo que nos lleve hacia ese objetivo?". Y cuando digo ahora mismo, no me refiero a que vamos a planificar un gran proyecto que nos llevará un año llegar allí. Me refiero a que dices: "la próxima semana, ¿qué vamos a entregar?".

Alto conocimiento

Larry Lerner, de McKinsey Company, explicó que el gran valor de la IA se da en las sintésis de contenido y análisis que puede aumentar la productividad hasta en un 80% en la verificación de la información.

Asimismo, los copilotos de desarrollo del código, generan hasta un 55% de ganancias de productividad para los desarrolladores. Puede ser también una gran aliada en la creación de contenido creativo y en interacción con el cliente, que puede aumentar hasta en un 60% gracias a la automatización.

80%

puede aumentar la productividad en análisis de información con IA.

Son tantos los usos que las empresas necesitan conocerla, saber para qué las necesitan, y sobre todo entrenarla y controlarla, para saber hasta dónde se puede llegar explicó Daniel Pérez Umaña, vicepresidente corporativo Legal de BAC Centroamérica, en el congreso de Momentum.

Actualmente la IA no es aún 100% confiable en algunas áreas, todavía hay riesgos, errores, sesgos, alucinaciones (información que no existe), manipulación, y estos riesgos no solo representan un impacto económico sino también a las personas; por lo que es necesario mitigar esos riesgos.

Y esta mitigación debería de venir con regulación. "¿Porqué es necesaria la regulación?, porque promueve la innovación, aumenta la confianza y ayuda a estandarizar", detalló Peréz Umaña.

La Unión Europea es una de las primeras regiones que promulgó una regulación única, con un enfoque basado en riesgos. Desde prohibir aquellas de riesgo inaceptables, como identificación biométrica en áreas públicas, reconocimientos de emociones en las escuelas y el trabajo hasta la manipulación conductual.

O regular aquellas de riesgo alto, donde se incluye el transporte, la salud, la educación, el empleo y la justicia en fronteras. Y además ser transparentes en aquellas de riesgo limitado, como chatbot y reconocimiento facial.

Ha sido un trabajo largo, ya que el proceso inició en 2021 y su aplicación completa finaliza hasta 2027, pues es un trancisión paulatina.

"La transformación digital no solo implica adoptarla desde la cabeza de la empresa, sino lograr que esta pueda escalar de manera interna."

LARRY LERNER, McKinsey Company.



EL ECONOMISTA/CORTESÍA

Mark Schwartz de Amazon en una de las ponencias de Momentum que reunió a más de 120 empresarios para conocer de IA.

También se ha aprobado en países del G20 y en el caso de América Latina hay legislación en Brasil y Argentina. Pero, ¿qué pasa en Centroamérica? Aún no se cuenta con leyes en la materia.

Marco empresarial

Para Pérez Umaña es necesario que las empresas que utilizan IA deberían tener un marco de gobernanza.

En BAC desde junio del año pasado cuentan con un marco de gestión de riesgo en materia de IA, para saber cómo trabajar con ética, aseguró.

"Toda empresa que esté utilizando inteligencia artificial, aunque no esté desarrollando sus modelos debería de tener gobernanza; para que las distintas áreas tengan una metodología estandarizada para saber cómo se va a gestionar y evaluar el tema de la IA", agregó Pérez Umaña.

En BAC utilizan un marco inspirado en los principios de la OCDE, y toman de referencia el marco de Microsoft y el de Singapur. Además cuentan con un comité de gobernanza interno, para evaluar casos, tipos de uso y contexto para usarla.

En el banco se usa para mejorar productividad en Microsoft Copilot, biometría para dar seguridad a los clientes para que las plataformas sean más seguras, entre otros usos. Para ello han hecho una fuerte inversión en tecnología.

"Con IA podemos determinar si el cliente se conecta desde el mismo dispositivo de siempre y desde la misma ubicación que siempre lo hace, inclusive si teclea de la misma manera, así se puede detectar actividad anómala y dar seguridad extra", agregó.

Otros riesgos

Además, de la necesidad de regulación las empresas necesitan conocer los otros riesgos implícitos, principalmente en materia de ciberseguridad, que cada día se está haciendo más especializada.

"Ante la evolución de estas amenazas, lo que nos queda es prepararnos. No podemos esperar que alguien de afuera de nuestra organización se ponga a construir una amenaza, con esto no podemos evitar que evolucione, pero tenemos que prepararnos para enfrentarla", dijo Andrés Gil de Deloitte.

4.9
millones de clientes tiene BAC en y más de 20,000 empleados.

Una de las estrategias que han creado en el BAC y que fue lanzada recientemente es la iniciativa Orión que busca blindar a las empresas clientes del banco de estas amenazas. Las más de 1,077 empresas de la región clientas de la Tesorería Corporativa Digital (host to host) del banco ya son miembros de esta iniciativa.

Y estas pueden acceder a precios diferenciados de los servicios de las empresas expertas en ciberseguridad como SISAP, Feuji, Red Hat, GBM y Deloitte, explica Eduardo Moreno, gerente regional de Banca Corporativa de BAC.

Moreno explica que esta decisión la tomaron después que varias compañías de la región, reportaban desde el año pasado casos de afectación de ciberseguridad recurrentes.

"Entender el problema es complejo y resolverlo es todavía más complejo, y nos preguntamos cómo podemos ayudar a las empresas a dar ese primer paso que es un diagnóstico y después cada una de ellas tiene que seguir su propio viaje", explicó Moreno. Las compañías también podrán suscribir un contrato de seguro de ciberseguridad.

BAC está presente en toda la región centroamerican con más de 4.9 millones de clientes y de estos 2.8 millones son clientes digitales activos.

"Toda empresa que esté utilizando IA, aunque no esté desarrollando sus modelos, debería de tener gobernanza; para que las distintas áreas tengan una metodología estandarizada".
DANIEL PÉREZ UMAÑA, VP corporativo Legal de BAC Centroamérica.

CERVECERÍA ambev GUATEMALA

RICARDO CAMIZ,
UN LÍDER APASIONADO CON GRANDES RESULTADOS

Ricardo Camiz, con más de 20 años de experiencia dirigiendo grandes equipos, cuenta con una impresionante trayectoria en ABInbev. Data desde sus inicios en el 2006 como trainee donde aprendió y conoció de raíz la cultura cervecera y de donde creció y se abrió camino hasta hoy como Head Country de Guatemala, Costa Rica y Puerto Rico. Demostrando que es una persona apasionada y profundamente comprometida con la cultura de Anheuser-Busch InBev (ABI).

Ricardo ha tenido la fortuna y el privilegio de trabajar en distintos países como Brasil, Colombia y Perú, lo que lo ha enriquecido en experiencia y perspectiva, haciéndolo crecer tanto personal como profesionalmente. Para él, el éxito de cualquier equipo reside en contar con personas talentosas que comparten una visión.

Además de ser un gran esposo y padre de dos hermosas niñas María y Helena, es un ferviente aficionado del fútbol, especialmente del Palmeiras. Ricardo, reconoce que el valor de la vida personal influye de gran manera en los resultados profesionales. Es por eso que su liderazgo también se enfoca en el bienestar de su equipo y el crecimiento laboral y personal.

En su constante búsqueda de crecimiento ha desarrollado habilidades para un liderazgo inspirador orientado a los resultados con resiliencia y adaptabilidad.
Liderazgo que se caracteriza por una perspectiva centrada y objetiva, entendiendo que el éxito de Cervecería Ambev está intrínsecamente ligado al trabajo de un gran equipo.

Ricardo Camiz es un líder que no solo cree en el poder de los sueños y el talento, sino que también trabaja incansablemente para crear un entorno donde todos ellos tengan la oportunidad de sobresalir.

Bajo su dirección, Cervecería Ambev Guatemala, Costa Rica y Puerto Rico se abre paso en un mercado altamente competitivo aportando innovación, transformación digital y estrategia para llevar a la cima al portafolio de marcas.



> Soñamos en grande para crear un futuro con más motivos para brindar.
>
> Ricardo Camiz.

traffic
OUTDOOR MEDIA

FLEXIBILIDAD
EFICIENCIA
CALIDAD

La publicidad en la vía pública es la única que no se puede evitar si andas por la calle, todos estamos expuestos a esta. Por esta razón nuestros medios ayudan a que tu marca sea exponencialmente vista por **miles de personas al día.** Nuestras Vallas Digitales de calidad mundial son controladas por un software único a la velocidad del internet. Este medio es el más versátil y flexible hoy en día.
Las posibilidades creativas son ilimitadas.

Nuestras Vallas Digitales y Fijas están ubicadas en puntos estratégicos de El Salvador. **Llevando tu marca siempre a lo más alto.**



Nuestro software puede ser utilizado desde cualquier computadora, laptop, tablet, smarphone, en cualquier momento y en cualquier lugar, ofreciendo diferentes herramientas para manejar de forma eficiente tu marca.



VALLAS DIGITALES Y FIJAS | PUBLICIDAD EN CENTROS COMERCIALES

MEDIOS QUE SE ADAPTAN A TUS NECESIDADES



+503 6302 0700 | Avenida La Capilla #548, Colonia San Benito, San Salvador, El Salvador.
trafficmedia.media @traffic.media

traffic
OUTDOOR MEDIA

MACRO
NUEVA INVERSIÓN

POR
IRMA CANTIZZANO/
ROSA MARÍA
PASTRÁN/EDWIN
SEGURA
•
EL SALVADOR



EL ECONOMISTA/ARCHIVO

YILPORT invertirá $1,615 millones, por etapas que iniciará a finales de este año. En la primera etapa se mejorará la infraestructura de Acajutla.

Empresa turca manejará los puertos salvadoreños por 50 años

El gobierno salvadoreño anunció que crearán una sociedad de economía mixta para operar los puertos junto a la empresa Yilport.

El gobierno salvadoreño anunció recientemente la llegada de la empresa turca YILPORT Holdings que junto con la Comisión Ejecutiva Portuaria Autónoma (CEPA), crearán una sociedad de economía mixta para operar los puertos salvadoreños: Acajutla y La Unión por los próximos 50 años.

Para ello la empresa invertirá $1,615 millones, por etapas que iniciará a finales de este año. En la primera etapa se mejorará la infraestructura de Acajutla y se comprarán nuevos equipos para reducir los tiempos de espera. En la segunda etapa se construirá nueva infraestructura para triplicar la capacidad de la terminal.

Además, en La Unión, la primera etapa incluirá un dragado inicial para mantener la profundidad y activar la terminal y comprar equipo moderno como grúas, cargadores y retroexcavadoras.

El presidente de CEPA, Federico Anliker explicó en televisión nacional que han "formado una sociedad de economía mixta, donde la participación del privado es del 80%, y nosotros como CEPA tenemos el 20%. Como en cualquier sociedad, a la entrada hay que poner, ya sea en especies o en dinero: nosotros hemos puesto equipo, hicimos inversión en el patio de contenedores", dijo.

El funcionario comentó que la empresa pública evaluó varias opciones para la operación de los puertos y que, finalmente, optó por crear una sociedad de economía mixta (SEM) tras considerar que era una mejor opción, en com-

paración con una concesión o con un asocio público-privado (APP).

En los últimos 15 años, en El Salvador, distintas administraciones han buscado la concesión portuaria en al menos tres ocasiones para hacer viable la operación de los puertos de Acajutla y de La Unión.

El último intento ocurrió en 2015, cuando la licitación pública internacional para concesionar el puerto de La Unión fue declarada desierta.

Dudas del proceso

La junta directiva de la nueva sociedad estará conformada por un presidente designado por YILPORT, un vicepresidente nombrado por CEPA, y un director secretario que será seleccionado por las dos partes, según expresó Anliker.

El funcionario aseguró que CEPA puede conformar una sociedad de economía mixta tras la reforma a la ley orgánica que rige a esta autónoma, la cual fue aprobada hace un año.

El artículo 2 de esta ley dice que CEPA tiene a su cargo "el mantenimiento, administración, explotación y ejecución de operación portuarias" y que, asimismo, "tendrá la coordinación de la construcción, mantenimiento, administración, explotación, dirección y ejecución de dichas operaciones y obras anexas a éstas por parte de terceros privados mediante (...) la participación societaria con privados para la administración y explotación de un servicio público".

"La ley nos faculta de entrada", aseveró Anliker tras leer varios incisos de este artículo durante la entrevista en televisión.

Sin embargo, el abogado constitucionalista Daniel Olmedo, opinó que en este proceso debió seguir lo estipulado en el artículo 120 de la Constitución, puesto que se trata de una obra de uso público y no de un servicio público.

El artículo 120 de la Constitución de El Salvador reza que: "en toda concesión que otorgue el Estado para la explotación de muelles, ferrocarriles, canales u otras obras materiales de uso público, deberán estipularse el plazo y las condiciones de dicha concesión, atendiendo a la naturaleza de la obra y el monto de las inversiones requeridas".

El texto añade que "estas concesiones deberán ser sometidas al conocimiento de la Asamblea Legislativa para su aprobación".

"De acuerdo al Art. 120 de la Constitución, la forma en que un privado puede explotar el puerto, y cualquier otra obra material de uso público, es a través de una concesión. Además, establece que la concesión debe ser aprobada por la Asamblea Legislativa. Independientemente si la modalidad es por asocio público privado, una sociedad de economía mixta o la entrega de la administración completa a un privado, debe existir una concesión aprobada por la Asamblea", recalcó Olmedo.

Asimismo, según el abogado se tendría que haber hecho por medio de una licitación pública, ya que supone que se elaboran previamente unas bases, una convocatoria pública a los inversionistas, una presentación de ofertas, la evaluación de las mismas, y solo cuando todo eso ha ocurrido se otorga la adjudicación, puntualizó.

Por su parte, Anliker explicó que la Fuerza Naval de El Salvador, ente que sustituyó a la Autoridad Marítima Portuaria (AMP) como regulador, concedería una "licencia" a la SEM para que "pueda explotar la parte administrativa y operativa del puerto de Acajutla y del puerto de La Unión".

"Lo interesante es que el dueño de los puertos sigue siendo el Estado salvadoreño. Le da facultades especiales a CEPA, estando dentro la junta directiva de la sociedad, para evitar cualquier tipo de abusos, que podamos en términos legales expropiar el contrato si sentimos que hay un abuso ante la población, ante los empresarios o no hay un cumplimiento del contrato", indicó Anliker.

"No estamos cediendo la calidad de operador portuario. La

> **"De acuerdo al Art. 120 de la Constitución, la forma en que un privado puede explotar el puerto, y cualquier otra obra material de uso público, es a través de una concesión".**
> **DANIEL OLMEDO,** abogado constitucionalista

Los puertos

El puerto de Acajutla es el principal puerto salvadoreño y maneja carga general, carga en contenedores, graneles sólidos y graneles líquidos. La mayor parte de esta carga es de importación.

El año pasado recibió según datos de CEPA 5.4 millones de toneladas métricas de carga y en teus fueron 256,043.

Según el Índice de Desempeño de los Puertos de Contenedores (CPPI en inglés), elaborado por el Banco Mundial y la Unidad de Inteligencia de Mercados de S&P Global, el puerto de Acajutla es considerado como una de las 20 terminales marítimas menos eficientes de América Latina y del mundo en cuanto a la atención de buques.

Mientras el Puerto de La Unión, nunca levantó cabeza. Esta terminal que se terminó de construir en 2008 fue creada para recibir contenedores, pero desde 2013 no los recibe; y el año pasado movilizó solo 11,505.66 toneladas métricas de graneles.

Desde el inicio de su construcción el puerto de La Unión fue considerado para ser concesionado, pero tras varios intentos no se había logrado.

Según el Gobierno, en el puerto de La Unión, la primera etapa de trabajo incluirá un dragado inicial para mantener la profundidad y activar la terminal y "comprar equipo moderno como grúas, cargadores y retroexcavadoras".

5.4
millones de toneladas métricas de carga recibió Acajutla en 2023.

XIX CONGRESO INDUSTRIAL

INDUSTRIALIZACIÓN: CONTRIBUYENDO A FORTALECER EL FUTURO DE GUATEMALA

CONFERENCIAS
de ALTO VALOR TÉCNICO
en módulos simultáneos:

- Ambiente
- Empresas Familiares
- Energía
- Talento Humano
- Inversión
- Marketing
- Jóvenes y Mujeres en la Industria
- Integridad Empresarial
- Industrialización
- Logística e Infraestructura

PATROCINADO POR:

DIAMANTE

Banco Industrial · Progreso (en todo lo que hacemos) · Cervecería Ambev Guatemala · cbc · Castillo Hermanos

ORO

Walmart México y Centroamérica · crea construcción membranas digital media · Bantrab · Lafise · Eegsa Grupo-epm · Enérgica Grupo-epm · Aceros Arquitectónicos

PLATA

Banco Promerica · Combexim (Generamos Confianza) · C807 Operador Logístico · Motul · Ricoh (imagine. change.)

BRONCE

Campechano (Pollo 100% Chapín) · Nutra Mix · Claro (Claro que sí) · ecoplanet (earth friendly bags) · Polindustrias (Envases Plásticos) · Coban · Bam · Synergy (Industrial Park) · APM Terminals (Lifting Global Trade) · Rosul · Multi Nova

Organizado por:

CIG Cámara de Industria de Guatemala

20.SEP.2024

Hotel Westin Camino Real

8:00 a 22:00 horas

Regístrate aquí:

Más información:

eventos@industriaguate.com | PBX. 2380-9000 Ext. 117 / 224

www.industriaguate.com

MEDIA PARTNER:

EL ECONOMISTA

titularidad de los puertos sigue siendo del Estado salvadoreño", agregó.

Las fases

La inversión que anunció el gobierno por parte de YILPORT Holding Inc es de $1,615 millones, que será en fases, y cuya ejecución iniciará a finales de 2024.

La fase 1 del proyecto incluye una inversión de $709 millones, que la nueva sociedad ejecutará en cinco años.

De este monto, $50 millones están contemplados para una "fase inicial" o de "transición" en la que se harán intervenciones puntuales en los puertos, y cuyo desembolso iniciará a finales de 2024, de acuerdo con Anliker.

"Vamos a ver cuáles son las necesidades más urgentes que requiere el puerto de Acajutla", dijo Anliker.

El funcionario dijo que entre los proyectos a realizar están la rehabilitación del frente de atraque del muelle A, rehabilitación del relleno de rocas en los muelles A y C, rehabilitación de las defensas del muelle B, adquisición de equipos de carga, mantenimiento, entre otros.

Los restantes $659 millones servirán para construir un muelle para contenedores en el puerto de Acajutla, de 510 metros de largo por 250 metros de fondo. La sociedad prevé construir otro patio de contenedores, almacenes con sistemas frigoríficos, nuevos sistemas informáticos; respecto a los equipos, el plan es adquirir grúas post panamax, aunque Anliker no detalló cuántas.

La idea es ampliar la capacidad instalada del puerto de Acajutla a casi 900,000 contenedores.

Para el puerto de La Unión esta fase contempla una inversión de $75 millones para dragar su canal y adquirir grúas post panamax, según la CEPA.

El canal de acceso del puerto de La Unión registra azolvamiento; sin embargo, este no se ha vuelto a dragar debido al alto costo que implica. De hecho, este fue uno de los obstáculos para su concesión porque varias empresas expresaron sus reservas respecto a este punto.

"En los primeros cinco años, vamos a reactivar el puerto de La Unión y vamos a invertirle una buena cantidad de dinero, más de $700 millones, a los dos puertos", afirmó Anliker.

"La segunda fase contempla una inversión de $906 millones, que incluye la construcción de otro muelle en el puerto de Acajutla, de 390 metros por 286 metros de fondo, compra de equipo, acondicionamiento de otro patio de contenedores, adquisición tecnología, la construcción de nuevos edificios y almacenes.

"Con esta inversión, vamos a poder manejar alrededor de 1.6 y 1.8 millones de contenedores, únicamente en Acajutla", comentó Anliker. La CEPA ya cuenta con diseños para estos proyectos.

El puerto de Acajutla también será dragado entre 15 y 16 metros para atender a buques más grandes respecto a los que actualmente atiende.

¿Quién es YILPORT?

YILPORT Holding Inc. se define a sí misma como un grupo que opera puertos y terminales de contenedores en distintos puntos del planeta y que surgió en 2004 en Turquía tras adquirir el Puerto de Sedef.

El "holding" como tal comenzó a conformarse en 2011. En la actualidad gestiona 24 puertos y siete terminales secas alrededor del mundo.

Dicha infraestructura está ubicada en 12 países: Turquía, Portugal, Suecia, España, Perú, Malta, Noruega, Ecuador, Italia, Guatemala, Ghana y Croacia.

Su expansión en América Latina inició en 2016 cuando obtuvo un contrato para la modernización y ampliación de la terminal de Puerto Bolívar en Ecuador.

"La compañía continúa invirtiendo para crear la terminal más grande de la costa del Pacífico de América Latina", dice en su sitio web.

En Guatemala tiene los derechos de concesión de Puerto Quetzal por 10 años. Su participación es del 55%, la cual inició en octubre de 2018, según algunas publicaciones.

YILPORT también opera la terminal multipropósito Paita, ubicada al norte de Perú, y que maneja más del 10% del tráfico total de carga de ese país.

En 2023, este "holding" de puertos manejó 17 millones de teus (medida de un contenedor de 20 pies y estándar de la industria), 50 millones de teus en carga seca a granel, 5 millones de metros cúbicos en carga líquida y 2 millones de ceus (unidades de carga rodada o Ro-Ro).

El crecimiento del volumen de contenedores y de carga general en 2023 fue del 7%, según su memoria de labores.

El grupo busca convertirse en uno de los 10 principales operadores portuarios del mundo en 2030. En la actualidad cuenta con más de 6,300 trabajadores.

YILPORT Holding es a su vez una división del Grupo YILDIRIM, un conjunto de compañías con presencia en 56 países y en sectores como los metales y minería, gestión portuaria, fertilizantes y productos químicos, energía, transporte marítimo y logística, comercio internacional, productos energéticos, construcción, bienes raíces e inversiones financieras.

Los orígenes del Grupo YILDIRIM se remontan a 1963, cuando Garip Yildirim fundó una empresa comercializadora de materiales de construcción llamada Garip Yildirim and Sons en Samsun, Turquía.

En la actualidad, el grupo sigue siendo una empresa familiar, propiedad en un 100% de la familia Yildirim.

El Grupo incursionó en el comercio internacional por primera vez en 1993, importando carbón desde Rusia; 15 años después, completó su primera adquisición internacional en Suecia en 2008.

No ahorres, invierte



Hencorp Opportunity

La oportunidad de

inversión más rentable a tu alcance

Contáctanos

hencorpopportunity.com

HENCORP
Gestora

TECNOLOGÍA
MAYOR CONECTIVIDAD

Centroamérica avanza en la implementación de la tecnología 5G

POR:
KAREN MOLINA
•
EL SALVADOR

Esta tecnología, combinada con la IA, puede agregar un crecimiento de 1% a 2% del Producto Interno Bruto en los próximos 10 años. De la región, Guatemala es el que más avances presenta, según experto de Vertiv.

Las ventajas que traerá consigo la implementación del internet 5G son infinitas. Se estima que esta tecnología, combinada con la Inteligencia Artificial (IA), agregará un 7% de crecimiento a la economía global en los próximos 10 años y en Centroamérica, podría aportar entre 1% y 2% en el mismo periodo.

En Latinoamérica es Brasil el país que más avances ha logrado pues se estima que el 59% de su población ya cuenta con el servicio 5G en sus conexiones de internet.

En Centroamérica, hay avances, pero su evolución podría acelerarse más, según analiza Hugo Sánchez, responsable de cuentas nombradas de Vertiv, una compañía dedicada a soluciones de infraestructura tecnológica.

"Vamos avanzando, pero podríamos ir más rápido", reconoce Sánchez.

Hasta hoy, son Guatemala, Panamá y Costa Rica los países en los que más se han realizado pasos concretos para adoptar esta tecnología.

Guatemala ya tiene dos operadores que están ofreciendo 5G, en Panamá una compañía acaba de lanzar un plan piloto de esta red y en Costa Rica el gobierno ya convocó a una licitación del espectro.

Sin embargo, Sánchez reconoce que los países se enfrentan a grandes desafíos relacionados a la liberación de los espectros, su costo y la generación de políticas públicas desde el gobierno para la atracción de inversiones en la infraestructura de esta tecnología.

"Para 5G se necesitan más antenas, se necesitan nuevos equipos y centros de datos. Todo eso es inversión", dice.

Y por parte de la empresa privada también está el reto de las inversiones que puedan realizar, pues Sánchez afirma que esta tecnología llega a los usuarios a través de aplicaciones generadas por la iniciativa privada para todo tipo de desarrollos: telemedicina, realidad virtual, etc.

"Lo que va a pasar con 5G es que nos vamos a llenar de sensores, de dispositivos que van a ir recopilando datos que se irán a una aplicación y esto va a ser un catalizador de las necesidades de las personas, lo que traerá mucha competitividad", afirma.

Vertiv, una empresa proveedora de infraestructura digital, que ofrece sistemas de baterías para las nuevas tecnologías, aumentará su demanda de productos en los próximos años, cuando la evolución de la red 5G lo demande.

No obstante, Sánchez explica que la empresa, como muchas a nivel global, ya está preparada para recibir el avance de la red en la región y acompañar las inversiones que se presenten.



EL ECONOMISTA/ARCHIVO

La tecnología 5G permitirá una conexión de alta velocidad y sin latencia.

"Uno de los grandes desafíos de la red 5G en Centroamérica es el espectro, porque el espectro estaba ocupado por otras tecnologías. Lo que hay que hacer son los apagones para liberarlo. Tiene que estar libre".
HUGO SÁNCHEZ, responsable de cuentas nombradas de Vertiv.

2%
sería el crecimiento que la economía de C.A. obtendría con la implementación de la red 5G en los próximos 10 años.

CAPTURE THE EPIC



INTERCALA AGUA

NO MANEJES

+18 MAYORES DE EDAD

CAPTURE
THE COLOR OF LIFE
BOTRAN®
PURE CANE GUATEMALAN RUM

Disponible a partir de **Septiembre 2024** en:

CASA DEL RON
+502 3994 0214

drinkit THE PREMIUM WINE SHOP
+503 2133-0500

CASA del RON Wine & Spirits
+504 2240-0505

PB-1551-2024

EL CONSUMO DE ESTE PRODUCTO CAUSA SERIOS DAÑOS A LA SALUD

Cuando la cultura organizacional se hace omnipresente



POR LAILA CHARTUNI, PRESIDENTA DE TOP COMPANIES

EN LOS ÚLTIMOS MESES HE TENIDO LA OPORTUNIDAD DE PERCIBIR LA CULTURA ORGANIZACIONAL DE DIVERSAS EMPRESAS TRANSNACIONALES EN DISTINTOS PAÍSES Y HA LLAMADO PROFUNDAMENTE MI ATENCIÓN QUE SE ESTÁ DANDO UNA SORPRENDENTE ALINEACIÓN ENTRE COMUNICACIÓN Y CULTURA. Sin importar la categoría de producto o servicio de la cual se trate, mi experiencia ha sido que los mensajes tanto internos como externos transmiten el amor, el reconocimiento y la pasión por el trabajo.

Con esta posibilidad de observar tendencias a nivel mundial, me doy cuenta de que tanto la comunicación interna como externa, así como la cultura organizacional van de la mano en cada proceso y de que la dinámica interna se está midiendo también desde la perspectiva del cliente o consumidor; con esto me refiero no solamente a su percepción del servicio, sino también del bienestar del colaborador. Esto habla del nivel de madurez que han alcanzado los consumidores al comunicar áreas de oportunidad, pero que también reconociendo y agradeciendo el trabajo bien realizado.

En los años noventa fue muy común la práctica de reconocer al talento, por ejemplo, proponiendo al empleado del mes o entregando algún tipo de recompensa. Hoy es común que los colaboradores expresen su reconocimiento a los coworkers a través de encuestas a las que se accede a través de códigos QR o a través de apps destinadas a ello. Sin embargo, además de estas mediciones, el factor que entra en juego con esta nueva tendencia es que el cliente evalúa cómo percibe a la organización en su interior. La apuesta es que dicha percepción sea integral: no hay separación entre el bienestar de la organización, la de los colaboradores y la de los consumidores, ésa es la nueva experiencia del cliente.

Sin duda, esto plantea muchos cuestionamientos y oportunidades para el entorno de México, ya que aún podemos ver que en nuestro país es muy común que las áreas de comunicación interna, externa y de Recursos Humanos trabajen por separado estableciendo metas que no se relacionan entre sí, cuando lo ideal sería que las distintas campañas confluyan en todo momento. Desde mi perspectiva, esta mala práctica explica en gran medida la alta rotación de talento que un gran número de empresas padece. Si para el colaborador no está claro el propósito que tiene en común con la organización, probablemente tampoco estará clara la razón de adquirir un producto o servicio para el cliente.

El talento de los colaboradores detona el éxito empresarial, mientras que, por otro lado, los consumidores y clientes son fieles a las tiendas, productos y servicios con los cuales se identifican y con los que conectan según sus valores; la cultura es la unión entre estos componentes. El propósito de la organización, el colaborador y cliente ya no pueden existir por separado en el mundo de hoy.

RANKING TOP América 2024 EMPRESAS CULTURALMENTE PODEROSAS +RANKING

TOP Companies

El Economista y The TOP Companies ya abrieron la convocatoria para la XII edición del ranking Top+ América que mide la cultura organizacional y clima laboral de las empresas del continente. La recepción de solicitudes está abierta. Para más información puede llamar al teléfono (52) 55 9180 4142 en México, o escribir a: comunicacion@thetopcompanies.com o contacto@thetopcompanies.com

HOBBY + TOUR + ARTE + VIAJES

LIVING



Turismo polar

Alaska, la última frontera

El último estado del norte de Estados Unidos alberga gigantescos osos únicos, glaciares milenarios y aventuras a bajas temperaturas. Alaska es un mundo por descubrir y verano es la época perfecta para conocerlo; para ello hay que hacer reservas con tiempo y disfrutar de un paisaje único y de la naturaleza sin igual.



Ríos, glaciares y minas
El Parque Nacional Wrangell-St. Elías es el más grande de EUA. Está a 5,500 metros sobre el nivel del mar, tiene el tamaño de seis Parque Yellowstone y es patrimonio de la Humanidad. Tiene una variedad inmensa de fauna salvaje y protegida.



Ciervos
Renos, alces, caribús son algunos de los ciervos que se encuentran en las montañas de Alaska. Seguir su dieta vegetariana es un reto cuando llega el invierno y deben escarbar hasta encontrar alimento.



Ciudad de Homer
No hay paisaje de verano en Alaska sin la flor de lupino. Se encuentra en las regiones interior, centro-sur y sureste, tanto en la tundra como en las zonas altas. El clima en Alaska permite todo el año apreciar montañas nevadas.

Majestuosidad natural en el

estado de Alaska

Donde América se despide

Texto y fotos: Margarita I. Funes

Vendido por Rusia a Estados Unidos por $7.2 millones en 1867, el estado de Alaska es la última frontera norte de Estados Unidos, separada del resto de territorio por Canadá.

Alaska alberga una de las más imponentes muestras de la naturaleza: más de 100 mil glaciares, únicos osos Kodiak y miles de cuerpos de aguas cristalinas que provienen de tres mares y un océano.

Además de ser escenario de las auroras boreales vacacionar en Alaska requiere una planificación anticipada ya que los meses de junio a agosto es cuando se desarrolla el grueso de actividades turísticas, porque es cuando el clima es menos extremo. En estos meses hay alrededor de 4 a 5 horas de ligera oscuridad y el resto permanece soleado.

Parte de la planificación comprende un presupuesto estructurado ya que es uno de los estados más caros en cuanto a alimentación y transporte. ●





Orígenes
En algunos pueblos de Alaska se encuentran tradicionales iglesias ortodoxas, como esta en la isla de Kodiak, lugar de los primeros asentamientos rusos en el siglo XVIII.

Aventura de verano.
Entre las actividades de verano en Alaska están los tour en kayak a través de icebergs, desde donde además se aprecian glaciares monumentales y fauna marina. La mezcla de los grandes trozos de hielo, con montañas verdes y las aguas templadas lo convierten en una experiencia única.



Sobrevivientes de eras pasadas.
Imposible visitar Anchorage y no ver más de un glaciar. Estos imponentes testigos del tiempo ofrecen un espectáculo único durante el verano ya que es cuando se derriten parcialmente y forman ríos caudalosos o cascadas de agua glaciar.



El aérodromo de Lake Hood
Una de las actividades que se pueden realizar todo el año es tours aéreos usando el aeródromo en Lake Hood. Esta es la base de hidroaviones más transitada del mundo, con un promedio de 190 vuelos por día. En invierno el lago congelado sigue siendo utilizado por aviones equipados con esquís. Los vuelos dependen siempre del clima sorpresivo en Anchorage.

Por: María Muñoz Rivera/EFE

Madrid

Joyas argentinas de autor

Rescatando el milenario oficio del vidrio soplado, las manos de la argentina Julieta Cajal dan forma a su firma de joyas homónima, Cajal, joyería experimental y colorida que triunfa entre la moda de autor: "Todo parte de aire y fuego a 1,200 grados", dice a EFE en una entrevista.

Sus joyas de grandes volúmenes y colores son habituales para rostros conocidos como la actriz española Úrsula Corberó, y también desfilan sobre pasarelas de renombre como la 080 de Barcelona. Su propuesta de valor: rescatar un antiguo oficio que expande las posibilidades creativas de la joyería hacia horizontes más contemporáneos, el vidrio.

Julieta Cajal (Tucumán, Argentina) se formó en Administración y Dirección de Empresas, comenzando su acercamiento al universo de la joyería como afición, de la mano de maestros que venían de familias orfebres. Así nació su primer proyecto, 'Esto es blanco', el color en el que se torna la plata durante el proceso de fundición.

"Me mudé a Barcelona para emprender, ver otras posibilidades de joyería más contemporáneas y encontrar mi estilo", explica la argentina, y añade sobre algunas de las limitaciones de trabajar con metales: "Si quieres trabajar grandes volúmenes, los metales son pesados y no puedes controlar la cadena completa de producción".

Allí descubrió el vidrio; "la artesanía da ese punto de frescura y personalidad a la moda. Hoy en día, con toda la accesibilidad que existe, vemos un mismo diseño reproducido millones de veces, y sentirse cautivado por una pieza se pierde en la masividad", explica sobre las posibilidades de este material, que trabaja a 1,200 grados de calor.



Personalidad. Para crear estas joyas se utiliza el oficio del vidrio soplado.

"Trabajar vidrio requiere atención plena en el momento, es una labor de horas y de meticulosa tensión que requiere de práctica y mucha técnica", apunta Cajal sobre un oficio que "se trabajaba desde el siglo I antes de Cristo, con tipos de vidrio que han cambiado pero una técnica de base que es la misma".

Es una de estas formas de trabajo del vidrio, la denominada vidrio soplado, la que utiliza Cajal, ya que genera piezas huecas que no son pesadas incluso si se realizan grandes formas y volúmenes gracias al vidrio de silicato, "que, a diferencia del murano, es más resistente a golpes o temperaturas", agrega.

Aunque depende de cada joya y factores como el tamaño o la combinación de cristales, "una pieza suele estar de veinte a treinta minutos en el fuego", previo a procesos como el montado, la aplicación de detalles o la revisión para comprobar si existen partes dañadas.

El resultado son piezas concebidas como obras de arte: "Cada pieza es diferente e irrepetible, con un espíritu y concepto propio y que busca cautivar", explica la artista, que vende sus joyas en el formato conocido en moda como 'preorder' -bajo petición-."Creamos cada pieza cuando tiene su dueño, lo que nos permite crearlas a conciencia".

Una forma con la que también tratan de "mitigar el problema tan grande en la moda ahora mismo de la generación de exceso de inventario", detalla la argentina, que apunta que la firma "trata de ser lo más sostenible posible" en los procesos de diseño y fabricación, además de rescatar oficios que caen en desuso.

"Hace poco viajé a Marruecos y al visitar su mercado me conmovió escuchar cómo se pierden esos oficios que van de generación en generación, con su técnica y enseñanzas", explica Cajal. "Me parece importante darle visibilidad a esto, un patrimonio cultural de la humanidad", añade.

También es consciente de que existe "más conciencia en el consumo de la moda lenta", con nuevas generaciones que apuestan, precisamente, por estas piezas de moda de autor frente a las producidas en masa. "Hay más respeto por la propiedad intelectual de cada artista y como plasma su visión", concluye.



EL ECONOMISTA 16 Años

BUSCA EN NUESTRA PRÓXIMA EDICIÓN

TEMA DE PORTADA:

MATRIZ ENERGÉTICA Y NUEVOS PROYECTOS.

TEMA II:

TEMA PAÍS PANAMÁ.

ESPECIAL:

VERDE.

CIERRE: **13 DE SEPTIEMBRE** • PUBLICACIÓN: **26 DE SEPTIEMBRE**

RESERVA TU ESPACIO AL:

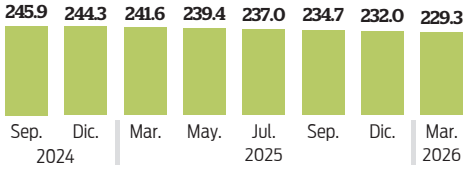
(503) 7069-6436

ELECONOMISTA.NET |

INDICADORES

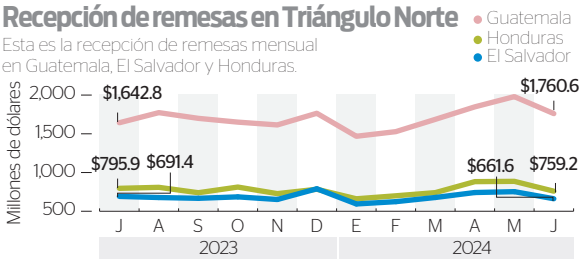
Precios de cierre de café contrato "c"

(PRECIO POR QUINTAL)
(EN DÓLARES)



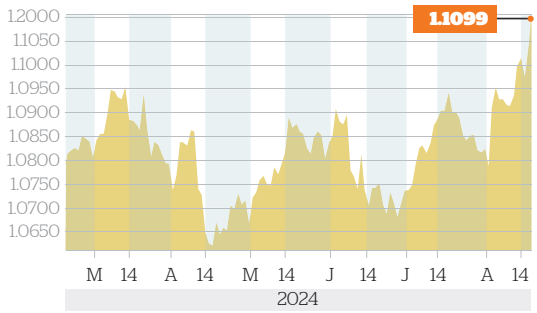
Recepción de remesas en Triángulo Norte

Esta es la recepción de remesas mensual en Guatemala, El Salvador y Honduras.



Fuente: SECMCA

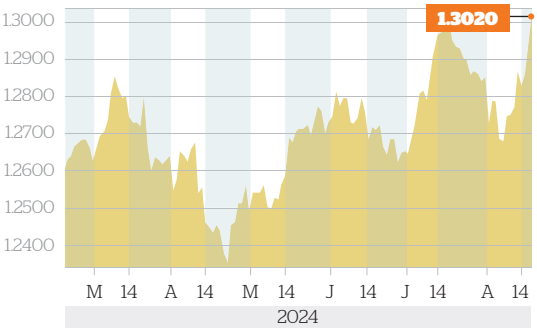
Euro, tipo de cambio en dólares



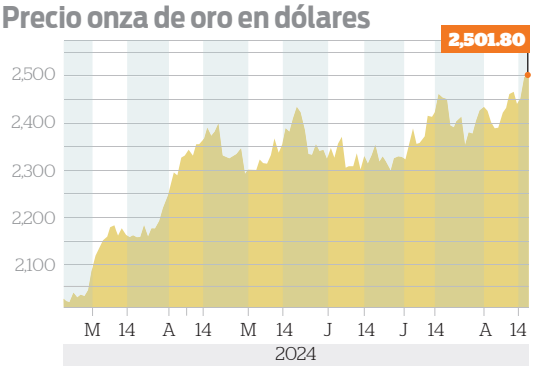
Yen, tipo de cambio en dólares



Libra esterlina, tipo de cambio en dólares

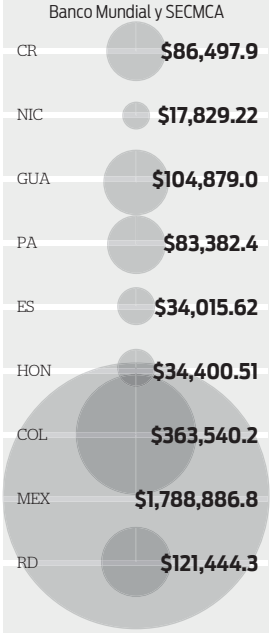


Precio onza de oro en dólares



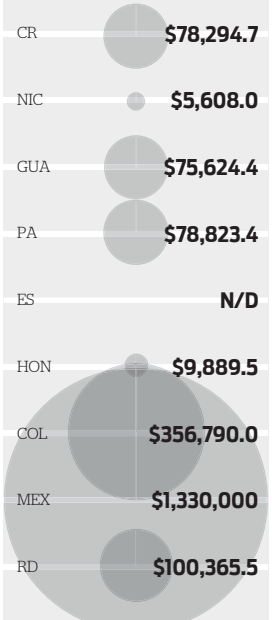
PIB nominal 2023

(EN MILLONES DE DÓLARES)
Datos de Bancos Centrales, Banco Mundial y SECMCA



PIB real 2023

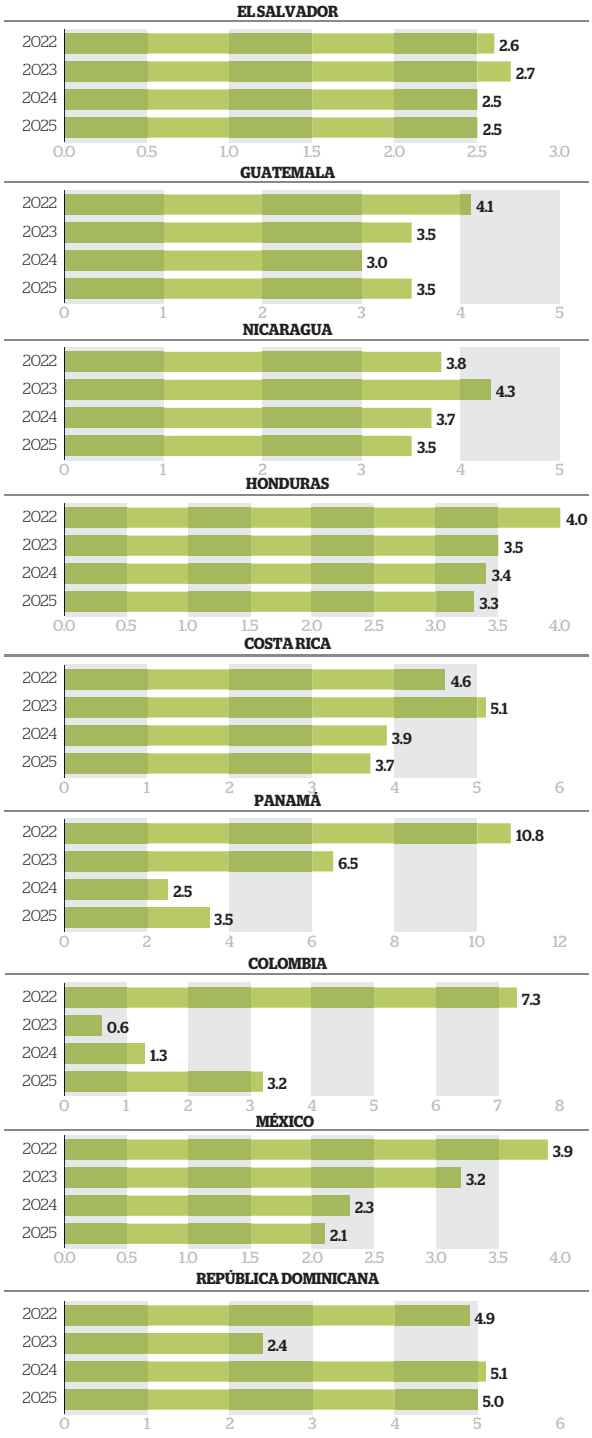
(EN MILLONES DE DÓLARES)
Datos de Bancos Centrales, Banco Mundial y SECMCA



*Con el nuevo Sistema de Cuentas Nacionales se elimina este dato.

Crecimiento del PIB y proyecciones

Datos en porcentajes — Fuente: Banco Mundial (abril 2024)



Agradecemos que nos acompañe en nuestra edición número 200 de El Economista. Gracias por confiar en una revista que, al igual que usted, se esfuerza por avanzar hacia el futuro.

EXCEL TALLERES
PORSCHE
DELSUR Grupo-epm
Seguros Azul
LABORATORIOS SUIZOS
CONFIA
SISTEMA FEDECREDITO
Grupo Financiero Atlántida
VIJOSA
Bam
Atlántida Capital, S.A.
Pantaleon
Camas Ergonómicas indufoam ¡Simplemente la mejor cama!®
Cervecería Centro Americana, S.A.
MULTIPLAZA
Universidad Rafael Landívar
GRUPO COJACA
BANRURAL
LICORES DE GUATEMALA
TOYOTA
Galileo UNIVERSIDAD
VONKER
CIG Cámara de Industria de Guatemala
PedidosYa
Banco Promerica
HENCORP
CERVECERÍA ambev GUATEMALA
Freund Todo tiene solución
Plaza Mundo
volaris
Asesuisa
Claro
ALMACENES TROPIGAS
GRUPO ROBLE
Grupo Campestre
Progreso
MERELEC USA
SUPER REPUESTOS
UNO
REAL HOTELS & RESORTS
pierre cardin
traffic OUTDOOR MEDIA

200 EDICIÓN EL ECONOMISTA

"ICONOS DE LA **REGIÓN**"




Comprometidos
con atenderte como mereces
Evolucionamos
para que sigas contando
con un **equipo de alto nivel**
para asesorarte.
Desde 2015, con la solidez
del Grupo Financiero Atlántida.
Descubre más aquí:
CONFIA
Administradora de Fondos de Pensiones
Siempre en tu futuro