Summa

EDICIÓN 339 AGOSTO 2022

WWW.REVISTASUMMA.COM

RANKING

DE EMPRESAS CON MEJOR CLIMA ORGANIZACIONAL

DE AMÉRICA CENTRAL Y REPÚBLICA DOMINICANA

EL MUNDO DE LA

INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA

GONZALO CHAVES

"EL ÉXITO DE DOS PINOS SE BASA EN SUS PRODUCTORES"

summamediagroup

00339

9 771659 072007

Estados Unidos US$8
Guatemala US$8
El Salvador US$8
Honduras US$8
Nicaragua US$8
Costa Rica US$8
Panamá US$8

GRANDES RETOS REQUIEREN LÍDERES ESPECIALIZADOS

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

Interés Cultural
Evento esencial COSTA RICA
DISFRUTE,
de este apasionante musical
lleno de amor, lucha, conflicto,
humor y crítica social
EN VIVO
25 actores y 8 músicos
de clase mundial
CONOZCA
¡La historia detrás de la
abolición del ejército!
REVIVA
los acontecimientos qu
revolucionaron los años
PATROCINAN
imc
REVISTA
Summa

EL ESPECTÁCULO QUE HA MARCADO HISTORIA EN COSTA RICA

HENRIETTA

EL MUSICAL

TERCERA TEMPORADA

DIRECCIÓN LUIS CARLOS VÁSQUEZ • DRAMATURGIA DENISE DUNCAN • MÚSICA BERNARDO QUESADA • LETRA JAIME GAMBOA • COREOGRAFÍA MARÍA AMALIA PENDONES

DEL 2 AL 11 SET | TEATRO NACIONAL

INFORMACIÓN Y ENTRADAS EN:

HENRIETTAELMUSICAL.COM

teatroespressivo.cr @espressivocr

ÚLTIMA OPORTUNIDAD 2022

ADMINISTRACIÓN

PRESIDENTE Ronald Sauter rsauter@revistasumma.com
GERENTE GENERAL Rafael Mora rmora@revistasumma.com
MERCADEO Karina Cortés kcortes@revistasumma.com
DIRECTOR FINANCIERO Alexánder Gamboa
CRÉDITO Y COBRO Cindy Alfaro
CONTABILIDAD Vanessa Solís

CONSEJO EDITORIAL
Esteban Brenes
Gerardo Corrales
Igor Galo
Gabriela Llobet
Ian McCluskey
Jorge Oller
Eduardo Ulibarri

Summa

EDITORIAL

DIRECTORA EDITORIAL Rocío Ballestero rballestero@revistasumma.com
EDITOR Luis Ernesto Solís lsolis@revistasumma.com
DIRECTOR DE ARTE Y DISEÑO Andrés Barrientos abarrientos@revistasumma.com
ASISTENTE DE DISEÑO Esteban Quirós equiros@revistasumma.com
EDITOR WEB Y COMMUNITY MANAGER Daniel Rosales drosales@revistasumma.com
FOTOGRAFÍA Garret Britton

COLABORADORES
María Renée Barillas, *Guatemala*
Jenny Lozano, *El Salvador*
Ana Elsy Mendoza, *Honduras*
Mario Rueda, *Nicaragua*
Carolina Barrantes, *Costa Rica*
Minerva Bethancourth, *Panamá*
Luis Enrique Morán, *Panamá*

COMERCIAL

GUATEMALA Y ESTADOS UNIDOS Vilma Rodríguez vrodriguez@revistasumma.com +502 2291 4414 / +502 5409 3415
GUATEMALA Y MÉXICO Yolanda Lorenzana ylorenzana@revistasumma.com +502 2291 4400 / +502 5586 5922
EL SALVADOR Y HONDURAS Lisseth Girón lgiron@revistasumma.com +503 2248 1226 / +503 7969 5731
Enny Menjívar emenjivar@revistasumma.com +503 2248 1770 / +503 7989 1540
COSTA RICA, PANAMÁ Y COLOMBIA Adriana Guevara aguevara@revistasumma.com +506 2253 3419 / +506 6056 5050
COSTA RICA, NICARAGUA Y PANAMÁ Laura Ardón lardon@revistasumma.com +506 2253 3419 / +506 8825 1828
PANAMÁ Luis Gómez lgomez@revistasumma.com +507 264 7632 / +507 6486 6466
REPÚBLICA DOMINICANA Marietta Hernández mhernandez@revistasumma.com +506 2253 3419 / +506 8931 0228
SERVICIO AL CLIENTE +506 2253 3419 / +506 2248 1630

¡SUSCRÍBETE! suscripciones@revistasumma.com

Reserva Conchal

Mano a mano con la *naturaleza*

Como parte de nuestra estrategia de desarrollo sostenible, en Reserva Conchal ofrecemos una experiencia de vida que combina principios y valores fundamentados en el respeto por los recursos naturales.

Durante los últimos dos años, hemos creado 5 nuevas comunidades basadas en la coexistencia con la naturaleza. Dando así la bienvenida a nuestro resort a nuevas familias que eligieron una nueva manera de vivir.

Una muestra de esto es Ceibo, un residencial de 10 lotes que brotan desde el centro de nuestra comunidad. Diseñada para vivir de manera más relajada y conectada con todo lo emocionante que Reserva Conchal tiene para ofrecer. Actualmente tenemos 2 Reventas disponibles.

En el 2022 se presentó Guayacán, un residencial de 10 lotes con la más espectacular vista al mar que invita a contemplar la grandiosidad de la naturaleza desde una nueva perspectiva. Contamos con lotes disponibles.

El más reciente desarrollo, Sauco by GTU, cuenta con 17 lotes, dos de ellos disponibles y se caracterizan por ser un hermoso espacio, inmerso en un colorido bosque rodeado de maravillosos árboles. Dos lotes disponibles.

Próximamente, cerca del Beach Club y Playa Conchal, la cual fue categorizada como una de las más hermosas del mundo, se dará la bienvenida a Solaris by Kapital Group. Este proyecto conformado por 4 torres de condominios, crea una experiencia de vida que amplía los límites de lo posible y crea un diálogo fresco entre tierra, agua y vida silvestre.

Si desea ser parte de nuestra comunidad no dude en contactar con nuestra galería de real estate.

+(506) 2654-3100 RESERVACONCHAL.COM RESERVACONCHAL

CON TE NIDO

10 Carta Editorial
12 Social Summa
14 En la Mira
100 Escala Corporativa
101 Caras y Cosas

PORTADA

28 ····· 75 años de valor compartido
La Cooperativa De Productores De Leche Dos Pinos R.L. es un ícono de Costa Rica que nutre a la región con productos de muy alta calidad y se mantiene en constante evolución, marcando tendencias no solo en la industria láctea.

ESPECIAL CLIMA ORGANIZACIONAL

32 ····· ¡Gane con un clima organizacional positivo!
Impulsar ambientes laborales que potencien la felicidad, el bienestar y la salud de los colaboradores, así como el trabajo en equipo, el respeto y la creatividad es una prioridad rentable en esta era.

ESPECIAL TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN

64 ····· Innovación y tecnología: una sinergia necesaria
La realidad empresarial dicta que para el éxito es vital buscar nuevas soluciones que permitan adaptarse a cambios del entorno y estar siempre a la vanguardia.

ESPECIAL LICORES

90 ····· ¡Un brindis por una industria milenaria!
Los licores han evolucionado junto a la humanidad, primero con fines terapéuticos y ahora parte integral de la gastronomía y productos que se disfrutan en un sinfín de ocasiones, en casa o fuera de ella, en eventos casuales y en las celebraciones más importantes de nuestras vidas.

Con la **nueva tarjeta de Débito Preferente** acumulas **Puntos BAC Credomatic** por tus **compras** y otros exclusivos beneficios:

Protección de compra

Garantía extendida

Protección de precio E-commerce

Hospital Cash

Solicítala con tu cuenta de ahorros Platinum

www.baccredomatic.com

@baccredomatic

Guatemala El Salvador Honduras Nicaragua Costa Rica Panamá

BAC CREDOMATIC

LA UNIÓN HACE LA FUERZA

Ante un panorama con algunas señales negativas, siempre he creído que la fortaleza de cada uno de los países del Istmo está en la unión. Pensar como un solo frente podría ayudar a hacer resurgir los motores económicos de la región.

Tampoco es que con el comercio entre nosotros vayamos a poder sustituir el peso de Estados Unidos, nuestro principal socio comercial, pero podría ayudar a surfear esta época de nubarrones negros, más cuando según los expertos, la economía estadounidense podría entrar en recesión.

Debemos tener las puertas abiertas a todas las oportunidades que se presenten y la mejor forma es fortalecer las relaciones entre nosotros, los países de América Central. Es importante incrementar vínculos comerciales, limar asperezas para el bien común e impulsar las instituciones regionales que han buscado por años convertirnos en una sola región para que el intercambio de bienes y servicios sea más fluido dentro del área.

La meta es convertirnos en un bloque económico sólido, que logre explotar aún mejor sus oportunidades frente a la comunidad internacional. La hoja de ruta debe quedar marcada y tiempos como los actuales podrían incentivar el buscar ese camino.

Contar con empresas fuertes y competitivas es otro aspecto clave. En esta edición hablamos de algo que contribuye a ello: el clima organizacional. Para nadie es un secreto que brindar ambientes sanos dentro de nuestras organizaciones se traduce en personas felices que lo dan todo y se empeñan en hacer crecer los respectivos negocios. Nuestros líderes empresariales han entendido el tema, han invertido y cambiado la forma de hacer las cosas, pero lo más importante que han hecho es que han escuchado las sugerencias de su propio personal. Muchas más compañías se van a sumar al cambio, sin lugar a duda, porque atraer, mantener y retener el talento es fundamental para el éxito.

Por otra parte, en nuestro especial de tecnología e innovación, analizamos como ser innovador no es una opción, sino una obligación. El cambio constante con el que vivimos exige a las organizaciones adoptar formas más eficientes de hacer mejor las cosas y de funcionar. La tecnología juega un papel muy importante para ello y lo ideal es no bajar la guardia e invertir para mantenerse a la vanguardia.

"LO QUE NOS DIVIDE NO ES NADA EN COMPARACIÓN CON LO QUE NOS UNE", TED KENNEDY.

Luis Ernesto Solís, ***Editor***

McCann
Panama City

LA AGENCIA DE PUBLICIDAD

DE PANAMÁ

SEGÚN RANKING

Crema

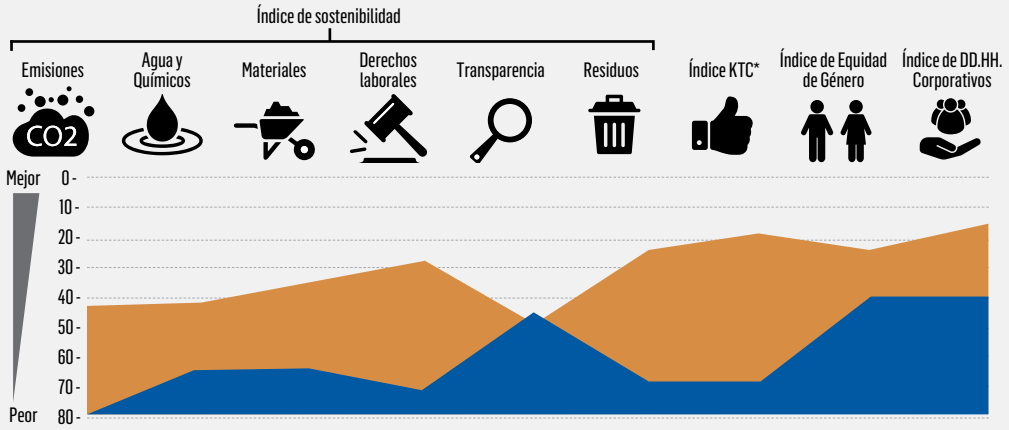
Adlatina

RESPONSABILIDAD SOCIAL: LA TAREA PENDIENTE DE LA INDUSTRIA DE LUJO

La industria del lujo, que se estima crecerá más del 6% entre 2022 y 2026 , se encuentra clasificada por debajo de la mitad inferior en casi todas las categorías sobre medioambiente, política social y gobierno (ESG, siglas en inglés).

LAS CASAS DE MODA DE LUJO ESTÁN MAL POSICIONADAS EN RESPONSABILIDAD SOCIAL

Clasificación relativa de casas de lujo en varios puntos de referencia ESG



*Know The Chain: consultora sobre buenas prácticas laborales y eliminación del trabajo forzado.

ACTITUDES DEL CONSUMIDOR

Porcentaje de consumidores y no consumidores de artículos de lujo.

80% cree que la industria del lujo debe gestionar todo el ciclo de vida de sus productos (no solo producción y ventas).

65% toma en cuenta la sostenibilidad al realizar su compra.

60% opina que la industria es responsable de promover la transición ambiental y social.

FUENTES: BOSTON CONSULTING GROUP (BCG) Y AGENCIA EFE.

Informe con base en entrevistas a 40 ejecutivos de empresas de lujo y 2.000 consumidores y no consumidores de artículos de lujo de 7 países ricos.

DESTACADAS EN NUESTRA RED

LA CAPITAL COSTARRICENSE SE SITUÓ EN EL PUESTO NÚMERO 8 DE 40 COMO UNA DE LAS CIUDADES MÁS FELICES DEL MUNDO, GRACIAS A LA AMABILIDAD DE SUS HABITANTES.

Likes
7.603
Shares
662
Personas alcanzadas
544.407

COPA AIRLINES SEÑALÓ QUE SU NUEVA RUTA A SANTA MARTA CONSOLIDA A LA AEROLÍNEA COMO LA QUE MEJOR CONECTA A LA REGIÓN CARIBE COLOMBIANA CON DESTINOS INTERNACIONALES.

Likes
295
Shares
6
Personas alcanzadas
54.476

SEA NUESTRO SEGUIDOR

/RevistaSumma
@RevistaSumma
@revistasumma
Revista Summa

Costa Rica: 4000-1777 **Guatemala:** 2291-4444 **Panamá:** 265-480

@berlitzamericacentral | info@berlitzca.com | www.berlitzca.com

DIAGEO: 20 AÑOS DE ÉXITO EN LA REGIÓN

ESTA JOVEN EMPRESA ES LÍDER GLOBAL DE LA INDUSTRIA LICORERA, GRACIAS A QUE SUPO CONSTRUIR SOBRE LOS CIMIENTOS ESTABLECIDOS MUCHO ANTES POR GIGANTES COMO ARTHUR GUINNESS, JOHN WALKER, ELIZABETH CUMMING Y OTROS. A ELLO SE SUMA SU PERENNE DISPOSICIÓN DE SER MÁS COMPETITIVA, SOSTENIBLE E INNOVADORA.

Con un gran desempeño, ganándose la confianza de los consumidores de todo el mundo, Diageo celebra dos décadas en la industria de licores, con un portafolio de más de 200 marcas que se disfrutan en cerca de 180 países alrededor del mundo.

Los mercados de América Central y el Caribe han contribuido a su éxito. Contrario a lo ocurrido en otros territorios, incluso durante la crisis del COVID-19 la demanda de sus productos ha sido incremental en la región, donde la meta es seguir creciendo y alcanzar el doble dígito este 2022. Pondrá especial foco en Costa Rica, el tercero más importante del área, activado por consumidores "muy dinámicos, interesantes y resilientes", explica Alvin Mbugua, gerente general de Diageo Centroamérica.

Otro gran compromiso: trabajar proactivamente por un mundo mejor.

Más allá de velar por sus utilidades, la empresa tiene la regla de impulsar valores, cambios que generen impactos positivos en la sociedad y acciones que proporcionen habilidades para la vida a las personas.

Por ello, promueve programas educativos, apoya causas comunales, incentiva el consumo responsable de las bebidas alcohólicas y se preocupa por el reciclaje, la sostenibilidad y el manejo responsable del agua.

Hacia el 2030, trabajará también en mejorar la forma en como sus productos interactúan con los consumidores y en ser una empresa carbono cero. Que los empaques y materiales sean 100% reciclables y reponer más agua de la que usa para sus operaciones en áreas con escasez son metas previstas para el 2026.

Johnnie Walker, Smirnoff, Don Julio y Old Parr son algunas de las marcas emblema de la empresa, junto con Tanqueray, Talisker, Buchanan's, Baileys y muchas otras.

En Centroamérica y el Caribe, Diageo está inmersa en 37 mercados. Los 3 principales son: República Dominicana, Panamá y Costa Rica.

De acuerdo con Alvin Mbugua, líder de Diageo en la región, el catálogo de licores de la compañía va desde lo clásico hasta lo más innovador, con marcas de ginebra, whisky, cerveza, tequila, vodka y ron.

5 formas en que celebrará el vigésimo aniversario

- Reconocerá a socios, líderes de la industria y colaboradores que han sido actores claves en su viaje de 20 años por Centroamérica y el Caribe.
- Se acercará a otras partes interesadas para mostrar los programas que implementa en sustentabilidad, consumo responsable, diversidad e inclusión, en línea con su plan "Sociedad 2030: Espíritu de Progreso".
- Continuará trabajando y celebrando para hacer una contribución positiva a las comunidades en las que opera.
- En los próximos dos años, junto a los gobiernos del área, asumirá un *rol* más activo para crear conciencia sobre el consumo responsable.
- Incrementará el alcance de sus programas de formación en la industria de la hospitalidad para seguir apoyando su revitalización.

Compass

En más lugares

MULTI PLAZA

HOSPITAL NACIONAL 1973
centro médico integral

Hospital Paitilla

Próximamente otros establecimientos afiliados

Solicítalo online

Accede de **forma expedita** en estacionamientos con tarifa

Cortesía 3 meses de cobro administrativo

Hagamos planes

baccredomatic.com

BAC CREDOMATIC

El servicio Compass es exclusivo para tarjetahabientes débito y crédito de BAC Credomatic de la República de Panamá. El cliente podrá solicitar el servicio Compass a través de Banca Móvil afiliando una tarjeta para el pago automático de los consumos en los estacionamientos con tarifa y el cargo de administración mensual de $1.99 más ITBMS. El cliente recibirá un dispositivo para colocar en la parte frontal del parabrisas de su automóvil, el cual le permitirá el acceso a los estacionamientos afiliados a la red Compass. Para mantener el servicio activo el cliente debe contar con un disponible superior a $2.00 en la tarjeta afiliada. Las tarifas y descuentos de los estacionamientos son asignados por su administrador. Para mayor información puede consultar nuestros términos y condiciones en la página web www.baccredomatic.com

A LA VANGUARDIA EN CIBERSEGURIDAD

ANTE LA COMPLEJIDAD DE LAS INTERACCIONES DIGITALES ENTRE EL USUARIO O COMPRADOR Y LAS ORGANIZACIONES, MASTERCARD INTEGRA NUEVAS SOLUCIONES PARA MITIGAR LOS RIESGOS EN EL MUNDO DIGITAL.

Dado que ahora la mayor parte de nuestras interacciones son digitales, tanto personales como empresariales, el gigante tecnológico asumió un rol protagónico para crear conciencia sobre los riesgos que conlleva el tener presencia en internet y ayudar a los usuarios y socios comerciales a identificar mejores formas de protegerse y de reaccionar al detectar ataques. En el marco del Cybercurity & Risk Summit 2022, compartió sus conocimientos y expuso su nueva gama de soluciones para mitigar los riesgos en el mundo digital.

"El hecho de que cada usuario tenga conexión 24/7 incrementa la superficie a nivel mundial. Ahora los ciberdelincuentes tienen el tiempo y la motivación para realizar cualquier tipo de robo por lo que las compañías deben comprender cuáles son los tipos de ataques más comunes, su grado de protección y los riesgos a los que se exponen. Además, cuando están siendo atacadas, deben de tener la capacidad para implementar las mejores soluciones para frenar el problema y blindarse a futuro, algo en lo que las podemos guiar", considera Raúl Rivera, manager de Cybersecurity & Intelligence Services de Mastercard para Costa Rica & Nicaragua.

Datos seguros

En el empeño por proteger a sus clientes, Mastercard brinda herramientas y soluciones para mantenerlos seguros. "Generalmente, las interacciones digitales solo capturan información básica, como los montos de las transacciones, nombre de los comercios o números de contacto, pero mantenemos el anonimato de la persona y protegemos la información sensible para evitar exponerla", comenta el especialista.

Entre los objetivos principales de la marca están que las empresas de la región fortalezcan sus estrategias y que aprendan a identificar de manera consciente los riesgos y a ensayar para que todo su equipo reaccione de la forma correcta al enfrentar cualquier tipo de amenaza.

3 novedades de ciberseguridad con las que se distingue Mastercard

1. **Soluciones basadas en biometría y analítica:** Están orientadas a garantizar que el usuario que interactúa a través de un móvil es realmente quien dice ser. Permiten identificar su huella y su cara; cuando no se cuenta con un dispositivo de gama alta con esa capacidad, entra en juego la innovación del comportamiento analítico, donde se validan las interacciones de los cibernautas y se crea un perfil digital del cliente, con base en su comportamiento y los movimientos que hace con el dispositivo (tecleos, presión de botones, desplazamientos etc.).
2. **RiskRecon:** Mantiene un monitoreo continúo sobre el riesgo propio de cada la compañía al observar las mismas vulnerabilidades que ve un delincuente en línea, sin importar el giro de negocio. Con la información establece prioridades para la toma de acciones concretas para resolver el problema.
3. **CipherTrace:** Solución capaz de monitorear, identificar y evaluar los riesgos de las transacciones y pagos con criptomonedas. Además, garantiza a las empresas de que las interacciones que se analizan con esta tecnología son seguras.

La identificación biométrica es una de las herramientas más utilizadas por los latinos en aras de garantizar la seguridad digital.

7 DE CADA 10
LATINOAMERICANOS YA HAN SIDO VÍCTIMAS DE LA CIBERDELINCUENCIA, SEGÚN EL SECURITY BAROMETER REPORT DE MASTERCARD.

Raúl Rivera, manager de Cybersecurity & Intelligence Services para Mastercard Costa Rica & Nicaragua.

¡Con Compass pasás por todo lado!

El único que te permite ingresar de manera automática a una red de más de **37 puntos, parqueos y peajes del país, sin filas, sin tiquetes y sin efectivo.**

- Membresía gratis.
- Garantía de 5 años.
- Descuento en comercios seleccionados.
- 2 meses de administración gratis para Planillas PYMEs.

Solicitá tu Compass escaneando este código QR

Aplican restricciones. Ver detalles en **baccredomatic.com**

BAC CREDOMATIC

TECNASA tiene presencia en Costa Rica, El Salvador, Nicaragua, Guatemala, Honduras, Ecuador y Panamá.

A través de más de 40 alianzas con los líderes en tecnología a nivel global, TECNASA apoya activamente en el desarrollo tecnológico a más de 2.500 grandes empresas, en todo el territorio de Centroamérica

TECNASA: 50 AÑOS DE TRANSFORMACIÓN, INNOVACIÓN Y SERVICIO

LA PUJANTE TRAYECTORIA DE LA EMPRESA SE BASA EN PASIÓN, COMPROMISO, TENACIDAD Y GRAN RESPONSABILIDAD PARA CONECTAR A LOS CLIENTES CON LAS MEJORES SOLUCIONES TECNOLÓGICAS DEL MERCADO.

En el año de 1972, el ingeniero Miguel A. Aued S. se decide a emprender y forma esta gran empresa, centrada desde sus inicios en las personas. Su cultura de servicio y resiliencia organizacional le ha permitido permanecer, crecer y garantizar la continuidad del negocio, superando desde tiempos de conflictos sociopolíticos, una invasión y catástrofes naturales hasta la actual pandemia.

"¡Es nuestra gente lo que hace realmente la diferencia!", afirma el fundador.

Sin duda, es gracias al compromiso 24/7 de sus más de 600 colaboradores que logra atender rápidamente, sin interrupciones, a los clientes, y cumplir el propósito de conectarlos con herramientas tecnológicas de avanzada que impulsan su crecimiento. Además, se afana por innovar siempre, a fin de adaptarse a las necesidades, constantes cambios y exigencias del mercado.

Inicialmente, TECNASA solo ofrecía soluciones para el manejo y cálculo de planillas de empresas panameñas, sin embargo, creció junto a los que sirve, con la representación de marcas que trascendieron fronteras. Hoy, tiene presencia en siete países de la región y ha diversificado y ampliado sus servicios a las áreas de banca, telecomunicaciones, salud, educación, gobierno e industria, entre otras.

"Hoy somos una multinacional panameña que, con mucho orgullo y compromiso, puede decir que aporta valor al crecimiento de su gente y sus clientes, en todos los países donde opera. 50 años después, la idea del ingeniero

Su equipo humano, Fuerza TECNASA, está integrado por más de 600 especialistas. El 60% corresponde al área técnica, con más de 1.000 certificaciones internacionales de alto nivel.

La empresa ha logrado diferenciarse en el mercado por adelantarse a las tendencias y brindar confiabilidad por su capacidad demostrada de poder operar en cualquier escenario con seguridad, calidad, transparencia y continuidad en los servicios.

Miguel A. Aued S., de crear una empresa que se diferenciara por su cultura de servicio, sigue estando vigente e inspirando a nuestra gente. Esa visión nos ha permitido crecer, evolucionar, innovar y adaptarnos a las necesidades del mercado y a los constantes cambios de la tecnología", señala Gaby Aued, CEO de la empresa.

Una multinacional que comprende su rol.
Asumiendo responsabilidad en la construcción de un futuro de progreso y bienestar, la compañía invierte, de manera constante y progresiva, en capacitar y certificar a sus equipos en las tecnologías más innovadoras. A través de su universidad virtual, TECNASA U, también ofrece más de 200 cursos que apoyan el crecimiento de más de 2.000 personas.
"Después de cinco décadas de ofrecer un servicio de alta calidad, nos enorgullece y compromete la gran confianza que más de 2.500 clientes depositan día a día en nosotros. Representamos y tenemos como aliados a las más grandes marcas de tecnología del mundo, entre las que destacan NCR, HPE, HP Inc., Dell, Trellix y Microsoft. Eso nos permite conectar a cada mercado, a cada empresa, con las soluciones más innovadoras disponibles a nivel mundial y las que mejor se adaptan a sus necesidades actuales y futuras", añade la presidenta ejecutiva.
Y va más allá: "La excelencia, la constancia y la curiosidad son ejes que han movido a TECNASA durante toda nuestra trayectoria y estamos seguros de nos guiarán por 100 años más".

Miguel A. Aued, fundador de la empresa, junto a Gaby Aued, la actual CEO.

Hitos de su historia

1. Dado que atreverse siempre ha sido una consigna, en sus inicios desarrolló una solución para el cálculo de planilla enfocada en el procesamiento de datos, cosa que en la época nadie había visto.
2. En 2002, decide acompañar a sus clientes en un proceso de regionalización apalancado en el suministro, instalación y mantenimiento de cajeros automáticos. Los muchos logros y el valor agregado se traducen en nuevos empleos y expansión de sus equipos, en el fortalecimiento de los negocios de sus clientes y en la satisfacción de ser una vía para caminar hacia el futuro.
3. Apuntando a distintas necesidades del mercado regional y teniendo siempre a la seguridad como un pilar de su gestión, asumió la representación de una nueva marca especializada en detección y respuesta extendida (XDR): Trellix. Cuenta con una habilidad robusta de inteligencia avanzada desarrollada por McAfee y FireEye, dos empresas reconocidas en ciberseguridad que se fusionaron y son el respaldo de dicha marca.
4. Desarrolló el Servicio Ágil de Mesa (SAM), sobre normas de ITIL. SAM permite a las empresas simplificar operaciones, reducir costos y maximizar los recursos a través de la tercerización de funciones, como monitoreo, soporte, administración y vigilancia de sus activos tecnológicos.
5. En el sector financiero, ofrece nuevos productos, desde cajeros para el reciclaje del efectivo hasta aplicaciones móviles y monederos electrónicos para gestionar pagos. Así se ha consolidado como un proveedor fuerte en este tipo de innovación, apoya a las entidades en su evolución tecnológica y aprovecha la tecnología que traen las Fintech, con marcas de renombre reconocidas como líderes en innovación, como NCR.
6. En materia de comunicaciones, a través de su socio HPE Aruba, impulsa el IoT (Internet de las cosas). Expertos certificados de su equipo diseñan, implementan, aseguran y soportan la estructura de comunicaciones y datos para luego interpretarlos y proporcionar información valiosa y precisa a sus clientes.
7. TECNASA ha recibido múltiples reconocimientos y los más altos niveles de socios de las marcas que representa y de sus aliados estratégicos, tales como Proveedor de Soluciones y Servicios del Año por NCR Corporation, Socio Cloud del Año de Microsoft, HPE Socio Platino y Socio Revelación del Año, Socio de Más Rápido Crecimiento Corporativo y Servicio de Schneider Electric y Socio del Año por McAfee, entre muchos otros. Otro que la llena de orgullo es el reconocimiento de ADP Streamline, obtenido por la resiliencia y calidad de servicio de su personal durante la pandemia.

EDUCACIÓN EN SALUD, ALIADA DEL BIENESTAR

EL AUTOCUIDADO GENERA US$7.200 MILLONES DE AHORRO ANUAL PARA LOS SISTEMAS DE SALUD EN AMÉRICA LATINA. LA MISIÓN DE LA ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE AUTOCUIDADO RESPONSABLE (ILAR) ES CREAR CONCIENCIA PARA EXTENDERLO EN LA REGIÓN.

El autocuidado es definido por la Organización Mundial de Salud (OMS) como la capacidad de las personas, las familias y las comunidades para promover y mantener la salud, prevenir padecimientos y afrontar enfermedades o discapacidades con o sin la ayuda de un proveedor médico.

"Es urgente extender esta práctica como alternativa que habilita el derecho individual a la salud, al mismo tiempo que impacta positivamente en el bienestar social y económico, factores cruciales para el desarrollo sostenible en América Latina", comparte Juan Thompson, director general de ILAR, líder en la promoción del tema en la región.

ILAR fue fundada en 2001.

Las cifras de América Latina

Según un estudio realizado por ILAR en 2021, para 8 de cada 10 latinoamericanos el autocuidado demostró ser relevante para mantener la salud frente al COVID-19, hacer frente a otras enfermedades y a síntomas leves.

Entre las principales prácticas implementadas, el 73% de las personas encuestadas citó medidas preventivas como la alimentación saludable y la actividad física, mientras que 49% recurrió al uso de Medicamentos de Venta Libre (MVL) para tratar los síntomas de condiciones no graves y controlar condiciones crónicas.

La pandemia también influyó en el crecimiento del uso de canales digitales para consulta y compra de productos. Como referencia, el 30% adquirió productos de autocuidado en línea, número que representa un crecimiento de hasta 10 veces más con respecto a la encuesta del 2019.

"Los estudios aportan una clara evidencia que la alfabetización en salud y las tecnologías de la comunicación son fundamentales y necesarias para que las personas cuiden de su salud, responsablemente", indica Thompson.

El autocuidado:

Una práctica vital para la salud de los latinoamericanos.

El autocuidado demostró ser vital para la salud de los latinoamericanos durante la pandemia del Covid-19. El creciente interés por el bienestar y la demanda de información por parte de la población propicia la adopción del autocuidado. Sin embargo, establecerlo como una estrategia prioritaria de salud en los distintos países es esencial para potenciar los beneficios económicos y sociales que representa para el individuo y los sistemas de atención en salud.

Prácticas de autocuidado

8 de cada 10 latinoamericanos reconocen el autocuidado como una práctica de salud relevante.

Ante la presencia de síntomas, el uso de productos de autocuidado es la acción más importante.

- 45% Utilizó un producto que tenía en casa.
- 39% Adquirió un producto de autocuidado.

8 de cada 10 usuarios considera suficiente la disponibilidad de productos de autocuidado.

- 70% Compra sus productos en tienda fisica.
- 30% Compró en tienda en línea (10x en 2021 vs. 2019).

El uso de productos de autocuidado es una de las 3 principales actividades para el cuidado de la salud.

- 73% Buena alimentación y actividad fisica.
- 49% La posibilidad de utilizar MVL.
- 37% Uso de remedios caseros.

Productos de autocuidado incluyen: Medicamentos de Venta Libre (MVL), suplementos alimenticios y dispositivos médicos de uso personal.

El valor del autocuidado para la salud y productividad en América Latina.

Este año la Global Self-Care Federation (GSCF) presentó el primer Estudio Global "El Valor Social y Económico del Autocuidado" con datos que cuantifican el impacto del autocuidado a nivel global y regional.

"Los resultados del estudio global demuestran claramente los beneficios del autocuidado para las personas, los profesionales de salud y servicios de salud pública. El hacerlo una parte integral de los sistemas nacionales constituye una valiosa contribución para alcanzar la Cobertura Universal de Salud y el acceso a servicios de calidad, dos objetivos fundamentales definidos como parte de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas" dijo Judy Stenmark, directora general de la GSCF

Principales ahorros que habilita el autocuidado

Servicios de Salud

$7,200 millones en ahorros para los sistemas de salud, por el tratamiento de condiciones no graves.

122 millones de horas productivas para los profesionales de salud economizadas para que puedan enfocarse en condiciones más graves.

Personas (pacientes)

869 millones de horas economizadas al disminuir horas en traslado y esperas para consultas.

2,552 millones de días productivos ganados al disminuir la duración o severidad de síntomas por enfermedades simples y no graves.

3 enfoques del autocuidado

Se identificaron 3 enfoques en la implementación del autocuidado según las diferencias globales en los estándares económicos, la infraestructura de atención de salud y las necesidades de las personas:

01 **Autocuidado como primera opción de tratamiento.** El uso de productos de autocuidado como como primera línea de acción de tratamiento.

02 **Autocuidado como única opción tratamiento.** Los productos de autocuidado como única opción de tratamiento y en lugar de no hacer nada, generalmente por la falta de acceso o disponibilidad de servicios de salud.

03 **Autocuidado como medida de prevención.** La promoción y práctica de comportamientos proactivos y buenos hábitos para cuidar de la salud y prevenir enfermedades.

Aparte del control médico, las personas deben comprometerse con hábitos saludables para protegerse a sí mismos y a sus familias.

4 recomedaciones para desarrrollar todo el potencial del autocuidado en latinoamerica

01

Contar con el apoyo de los profesionales de la salud (médicos, farmacéuticos, enfermeros y nutricionistas, entre otros) para ampliar el conocimiento y la responsabilidad de todo el equipo de atención sobre las prácticas de autocuidado.

02

Empoderar a los individuos sobre su propia salud a través de: **a-** Fomentar una sólida alfabetización en salud **b-** Mayor disponibilidad y acceso a la información de los productos de autocuidado.

La integración de tecnologías y herramientas de comunicación, como los códigos de respuesta rápida (QR por sus siglas en inglés), pueden ser útiles para cerrar las brechas de información y empoderar a la población.

03

Hacer del autocuidado una estrategia esencial de salud. Las agendas gubernamentales y de políticas públicas en América Latina deben resaltar la importancia que los productos de autocuidado tienen para los sistemas de salud.

04

Crear un entorno regulatorio que favorezca la adopción del autocuidado en América Latina. La cooperación técnica y científica entre las agencias reguladoras, como la aplicación de procesos de reliance y estandarización de requisitos para ampliar el acceso seguro a productos de autocuidado.

CEO
EL ORBE

Somos lo que las
empresas buscan
en tecnología
empresarial

Somos su primera opción por nuestro excelente talento humano, nuestra trayectoria y calidad en tecnología.

www.elorbe.la

VISIÓN 2022

Las exportaciones de café de octubre de 2021 al 1 de julio del 2022 dejaron a Honduras

US$1.241,5

millones, un 35% más comparado con la temporada anterior, revelan las estadísticas del Instituto Hondureño del Café (Ihcafé).

El comercio conversacional (*c-commerce*) alcanzará los

US$290.000

millones en 2025, devela el Juniper Research 2021.

A

84,4%

se eleva la deportación de migrantes hondureños en primer semestre de 2022, indican los datos del Observatorio Consular y Migratorio de Honduras.

Costa Rica tiene el objetivo de bajar el arancel del arroz pilado de

36% A 5%

y subir de 0% a 4,5% el arroz en granza, según el gobierno.

La economía de República Dominicana creció

5,8%

entre enero y abril de este año, informa el Banco Central.

Los activos del Centro Bancario Internacional (CBI) de Panamá, compuesto por 67 instituciones, crecieron un

6,13%

y las utilidades se dispararon un 54,7% en los primeros cinco meses de este año, en comparación con el mismo período de 2021, registra la Superintendencia de Bancos de Panamá (SBP).

Honduras disminuyó de

7,5% A 5,8%

el índice de subalimentación, según Naciones Unidas.

Unos

US$7.000

millones por año ahorra el autocuidado a los servicios de salud de Latinoamérica, asegura la Asociación Latinoamericana de Autocuidado Responsable (ILAR).

El gobierno de El Salvador compró bitcoins por

US$1,5

millones, en momentos en los que el valor del criptoactivo ha caído cerca del 60% este 2022.

La pandemia de COVID-19 disparó el uso de pagos por vía digital. Un

15%

de los latinoamericanos los usó por primera vez, lo que supone una de las cifras más altas a nivel mundial y más del doble con respecto al promedio en países en desarrollo, publicó en un estudio el Banco Mundial.

Los nicaragüenses recibieron

US$1.132,5

millones por concepto de remesas familiares entre enero y mayo de este año, un 31,9% más que en el mismo período de 2021, de acuerdo con el Banco Central de Nicaragua.

El precio de la canasta básica alimentaria en El Salvador creció un

13,1%

en la zona urbana y un 12,6% en la zona rural en mayo pasado, en comparación con el mismo mes de 2021, revela la gubernamental Dirección General de Estadísticas y Censos (Digestyc).

CURSO
ANALÍTICA DE DATOS CON POWER BI y RStudio

Online-Sincrónico
6 semanas
viernes 5 agosto
6pm a 9pm

ESNEIN

www.esnein.com
asesoriaeducativa@esnein.com
whatsapp (+506) 6240 1000

75 AÑOS DE VALOR COMPARTIDO

LA COOPERATIVA DE PRODUCTORES DE LECHE DOS PINOS R.L. ES UN ÍCONO DE COSTA RICA QUE NUTRE A LA REGIÓN CON PRODUCTOS DE MUY ALTA CALIDAD Y SE MANTIENE EN CONSTANTE EVOLUCIÓN, MARCANDO TENDENCIAS NO SOLO EN LA INDUSTRIA LÁCTEA.

POR *Rocío Ballestero*

Nació en 1947, por la unión de fuerzas de 25 pequeños productores de leche en torno a tres objetivos: mejorar las condiciones para vender sus productos, acceder a alimentos balanceados para sus animales e insumos para sus fincas y generar desarrollo social para el país. Pronto, se convirtió en la primera pasteurizadora de leche a gran escala de Costa Rica, cambiando la ecuación del consumo al permitir acceso masivo al producto para satisfacer las necesidades nutricionales de la población, en especial de los niños. Desde entonces, no ha parado de crecer, al amparo de una cultura de trabajo, innovación y solidaridad, con constantes inversiones en investigación y transferencia tecnológica.

Ahora cuenta con 1.292 productores asociados, fabrica más de 900 productos, es la marca predilecta de los costarricenses y la mayor productora y distribuidora de leche pasteurizada en América Central, con una promesa comercial que se ha vuelto una verdad indiscutible: sorprende a los consumidores "siempre con algo mejor".

"Somos una cooperativa por los cuatro costados que no se ha apartado de sus valores; grande, pero propiedad de muchos pequeños productores, que son la base de nuestro éxito. Impulsamos el desarrollo sostenible, la transformación del sector primario, la salud y nutrición de la población, mientras generamos valor, bienestar y riqueza en el campo", sostiene Gonzalo Chaves, su gerente general corporativo desde hace 8 años y parte de la organización desde hace 15 años.

Él es el artífice de la expansión regional de Dos Pinos, hoy con plantas en Costa Rica, Guate-

"Nuestra cultura empresarial potencia oportunidades de mejora a nivel de procesos, gestión del talento y facilitación del cambio. También tenemos un fuerte lado social y ambiental, realizamos voluntariado y donamos productos a instituciones de bien social", afirma Gonzalo Chaves, gerente general corporativo.

Perfil profesional de Gonzalo Chaves

Sus allegados lo definen como un líder cercano, transformador y fiel defensor del modelo cooperativo, el trabajo en equipo y la capacitación, con don para anticipar tendencias y superar metas. ¿Qué más nos dice él?

Mayor contribución: "Empujar con fuerza la diversificación y los crecimientos en el exterior, de manera rentable, para defender, en paralelo, nuestro liderazgo en el mercado doméstico".

5 principales habilidades: "Entendimiento de la industria y los consumidores, disciplina en la ejecución, visión, compromiso con la innovación e impulsor del valor compartido".

Retos que avizora: "Hay que prestar atención a los impactos de la desgravación arancelaria por el CAFTA, las posibles negociaciones de la Alianza del Pacífico y el Acuerdo Transpacífico. También a la importación de materias primas y productos lácteos de manera irregular; hay mucho comercio desleal y engaños al consumidor con leches que sin ser 100% de vaca se venden como si lo fueran, demeritando su nutrición".

13 MARCAS

- DOS PINOS
- CORONADO
- LA GRANJA
- NEVADA
- CHIRICANA
- LA COMPLETA
- CAMBIO
- GALLITO
- FOODIE
- COTUBA
- MUNDIVET
- AV
- LACTOGREEN

En San Carlos, zona norte del país, se produce la mejor leche por lo que ahí se concentra la fabricación de queso.

mala, Panamá, Nicaragua y República Dominicana, y exportaciones a 11 países, donde compite con reconocidas marcas mundiales, al más alto nivel. También ha impulsado su evolución de una empresa 100% láctea a una de leche y alimentos con alcance transnacional, mediante la incursión en negocios de bebidas frutales, chocolates, mariscos, carnes, embutidos y agroveterinarios.

Trabajar con una visión de largo plazo suma a sus conquistas, propiciando alianzas estratégicas, inversión directa y adquisiciones para hacer crecer a la cooperativa, local e internacionalmente. Todo sin cesar en la adopción de procesos de punta a lo largo de la cadena.

"En todas las fincas el ordeño es mecanizado, nadie toca la leche, que es 99,7% grado Premium, una de las mejores del mundo. Es algo loable teniendo en cuenta que la mayoría son pymes prácticamente artesanales. De ahí sale directo a un sistema de frío, la recogen nuestros camiones, la tratamos en nuestras plantas industriales y la distribuimos a los comercios para que llegue a las mesas. Esa mezcla de extraordinaria materia prima e inversión en procesos de punta es lo que permite que Dos Pinos sea sinónimo de calidad", destaca el líder.

Y no se detiene ahí: "La fórmula se completa con el esfuerzo de casi 5.500 colaboradores que también tienen un compromiso permanente con su función. Aunque llueva, truene o relampagueé, nunca dejamos de recoger ni un solo litro de leche ni de producir y entregar al mercado. Lo hemos demostrado en esta pandemia y durante otras emergencias nacionales".

Acostumbrada a la fuerte competencia

La firma en 2004 del Tratado de Libre Comercio entre Estados Unidos y Centroamérica, los procesos de apertura comercial y la globalización llevaron a Dos Pinos a preparar "una ofensiva" para cruzar fronteras, con el propósito de aprovechar oportunidades que se estaban abriendo.

"¡No podíamos quedarnos con los brazos cruzados! Teníamos que evolucionar para salir a competir en el exterior, de tú a tú con marcas muy consolidadas. Así que fortalecimos nuestras capacidades, nos diversificamos e ingresamos en nuevos negocios. Entre ellos, adquirimos en 2016 a Gallito, con lo que logramos salvar una marca centenaria muy emblemática de confites y chocolates y más de 100 empleos, así como hacer sinergias importantes para lanzar líneas de helados que hoy son un gran acierto en nuestro portafolio", relata Chaves.

Esa operación demandó una inversión de US$45 millones. A ella se sumó otro movimiento estratégico del momento: la compra de una planta de jugos y néctares; un año más tarde, la puesta en operación del Centro de Servicios Compartidos, plataforma de alta tecnología que centraliza servicios financieros, administrativos y centro de contactos, entre otros, para optimizar el manejo de toda la organización; y más recientemente, la par-

La adquisición de la fábrica de chocolates Gallito le ha permitido crear sinergias importantes para ampliar su portafolio de productos.

+90%
DE LOS ASOCIADOS SON PEQUEÑOS Y MEDIANOS PRODUCTORES QUE MANEJAN FINCAS CON UN TAMAÑO PROMEDIO DE 22 HECTÁREAS Y UNAS 50 VACAS.

1,6
MILLONES DE LITROS DE LECHE PRODUCE A DIARIO EN LA REGIÓN.

48%
DE LA PRODUCCIÓN DE LECHE PROVIENE DE LA ZONA NORTE DEL PAÍS.

+3.000
PRODUCTOS ESPECIALIZADOS COMPONEN EL PORTAFOLIO DE LA DIVISIÓN AGROCOMERCIAL.

ticipación en la industria de carnes, embutidos y mariscos, bajo la marca La Granja.
Su cultura, la alta diversificación y el dinamismo en todos sus giros, algunos de ellos con hasta más de 100 participantes, la hacen estar lista para lo que viene en el 2025, con la programada desgravación arancelaria del sector para el comercio con Estados Unidos.
"Producimos leche, lácteos, carnes, chocolates y confites que, aunque representan menos del 10% de nuestro negocio, nos brinda muchísimas posibilidades de acción. En la región comerciamos exitosamente con cero aranceles desde hace tiempo y debería ocurrir lo mismo frente a Estados Unidos. Además, en la línea de consolidar nuestra posición de mercado y competir al más alto nivel con empresas nacionales y extranjeras, por los últimos 10 años hemos mantenido un plan anual de inversiones cercano a los US$40 millones. Nos enfocamos en el desarrollo de tecnologías de avanzada, nuevos productos, seguridad alimentaria, optimización de costos, renovación de la infraestructura de la cadena de frío, diferenciación, empaques y acciones que impactan favorablemente el medio ambiente. Por ello, somos eficientes, responsables y tenemos el músculo para operar en las condiciones que se establezcan", afirma el CEO.

Desafíos en el panorama
Dos Pinos coloca el 30% de la producción en mercados naturales: los demás países de América Central y el Caribe y considera que aún hay espacio para penetrar más en ellos con productos novedosos, sobre todo en Guatemala y Panamá.
"Ahí el consumo anual de lácteos ronda apenas los 64,5 kg por persona cuando el mínimo recomendado por la FAO es de 150 kg por persona. En Costa Rica, por ejemplo, lo hemos logrado elevar a un promedio de 200 kg per cápita, comparable con el de naciones desarrolladas. Eso incide en un mejor desarrollo integral y en la capacidad cognitiva de los niños, a través de una nutrición más balanceada", sostiene.
No obstante, desde el 2020, por un diferendo comercial, tuvo que paralizar sus exportaciones a Panamá, lo que implica dejar de vender 50.000 litros diarios

La planta El Coyol es un referente en América Latina por su alta tecnología y prácticas operativas.

Desafíos a vencer

- Creciente apertura de los mercados domésticos.
- Requisitos ambientales, sanitarios y reglamentaciones técnicas cada vez más complejas.
- Costos de producción crecientes.
- Sistemas de producción altamente dependientes de las importaciones de insumos.
- Distorsiones en los mercados de insumos agropecuarios.
- Volatilidad de los precios de los *commodities*, como el petróleo, los granos y los fertilizantes, que provocan precios al consumidor crecientes y un efecto de sustitución por otras proteínas o productos que dicen ser leches cuando en realidad no lo son.

de lácteos y dejar de percibir US$50 millones al año, sin que se vislumbre una pronta solución.

"No es por incumplimientos sino por una decisión intempestiva del gobierno panameño de cerrar fronteras que afecta a muchas otras compañías, no solo a la nuestra. Lo lamentable es que teníamos 20 años de colocar producto en ese mercado, habíamos hecho inversiones importantes en los últimos 10 y veníamos creciendo, incluso como líderes absolutos de ciertas categorías. ¡Todo eso se borró de un plumazo! Esperamos que se abran vías para volver a operar con normalidad porque un fallo de la Organización Mundial del Comercio puede tomar hasta cuatro años", explica.

Por otra parte, enfatiza que la cooperativa, lejos de separarse de ese mercado mantiene firme su interés en él, a través de las operaciones locales de la planta Nevada.

"Todos los días acopiamos leche de productores panameños, seguimos siendo líderes con la marca La Chiricana y los mayores industrializadores de lácteos del país canalero. Sinergizar las operaciones era importante en nuestra estrategia, pero en este impase estamos honrando con creces nuestro compromiso con los productores, los consumidores y la economía de Panamá".

5.436

EMPLEOS GENERADOS EN CENTROAMÉRICA (4.752 SON EN COSTA RICA).

US$250

MILLONES EN VENTAS INTERNACIONALES EN 2021, MONTO QUE SE HA DUPLICADO EN LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS.

±US$40

MILLONES ES EL MONTO DE SU PLAN ANUAL DE INVERSIONES.

600

MILLONES DE LITROS DE LECHE COMPRA POR AÑO A ASOCIADOS PRODUCTORES DE LECHE POR LOS QUE PAGA CERCA DE US$240 MILLONES.

Claridad estratégica

En el ámbito de los lácteos, las marcas locales suelen tener grandes fortalezas. Sin duda, una de las mayores de Dos Pinos es su capacidad de actualizarse para satisfacer las necesidades, exigencias y los más variados gustos de los consumidores. Sus grandes líneas de investigación e innovación están enfocadas en las tendencias de consumo, la salud y el bienestar, acordes con la demanda de alimentos que beneficien el organismo humano. De ahí su solidez y el auge de propuestas con cacao orgánico, productos fortificados, deslactosados o bajos en calorías, por ejemplo.

"Nuestra meta es mantener el liderazgo en toda la región, sobre todo en productos con alto valor agregado, y ver la posibilidad de incursionar en otros giros de alimentos y bebidas. Vamos por 75 años más, gracias al espíritu emprendedor y de mejora continua de nuestros asociados y a que comprendemos a detalle las necesidades y expectativas de los consumidores para ofrecerles experiencias de excelencia a cada grupo etario y la leche con mejor calidad de toda América Latina", enfatiza Chaves.

Pasos contundentes del proceso de regionalización

2000

Construye la planta El Coyol, uno de los complejos lácteos industriales más modernos de América Central y el Caribe, que le permite abastecer de forma consistente el mercado local y empezar a exportar a varios países del mundo.

2005

Inicia la operación de la subsidiaria en Nicaragua.

2007

Adquiere el derecho para iniciar la distribución de productos en Guatemala.

2013

Compra la planta Nevada, en Chiriquí, Panamá, que maneja un portafolio de 250 productos de las marcas Nevada, La Chiricana, Dos Pinos y Tutti Frutti.

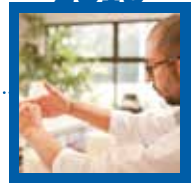
2015

Adquiere la planta La Completa, en Chontales, Nicaragua.

2018

Como parte del Grupo Lácteo del Caribe, inaugura la planta en República Dominicana, la cual elabora productos bajo las marcas Dos Pinos y La Granja.

2019



Pone en operación la planta de Guatemala.

¡GANE CON UN CLIMA ORGANIZACIONAL POSITIVO!

IMPULSAR AMBIENTES LABORALES QUE POTENCIEN LA FELICIDAD, EL BIENESTAR Y LA SALUD DE LOS COLABORADORES, ASÍ COMO EL TRABAJO EN EQUIPO, EL RESPETO Y LA CREATIVIDAD ES UNA PRIORIDAD RENTABLE EN ESTA ERA.

POR *Rocío Ballestero y María Renée Barillas*

La mayoría de las personas pasan entre un cuarto y una tercera parte de su vida en el trabajo. Cuanto mejor se sientan y más felices sean durante su jornada, más productivos serán y estarán más dispuestos a dar lo mejor sí a diario. De ahí la importancia de ofrecer mejores condiciones laborales, en entornos agradables y estimulantes, bien iluminados, ventilados y limpios. Además, debe regir una cultura que promueva una forma de trabajo más empática, horizontal y humana.

"Retrocedamos dos años. No cabe duda que el 2020 fue el año de la pandemia que cambió la forma como interactuamos, trabajamos y socializamos; el 2021 fue el de la vacunación y este 2022 es el de la recuperación incipiente, con aprendizajes y daños colaterales que impactan la cultura laboral. Ahora más que nunca es necesario considerar tanto la sostenibilidad del negocio como las necesidades de los empleados", sostiene Héctor Ochomogo, psiquiatra y *coach* empresarial.

La creación de lugares de trabajo sostenibles y saludables empieza por la escucha activa de las expectativas de los colaboradores para que todos, en cualquier nivel, se sientan cómodos y libres de mostrarse como son, motivados a desarrollar en pleno sus habilidades y empoderados para cumplir con eficacia su función. Aplica tanto para los formatos 100% presenciales como para los híbridos y remotos.

Las tendencias indican que las personas cada día valoran más que sus organizaciones tengan un propósito con el que se puedan identificar, integración tecnológica y políticas holísticas que garanticen desde respeto a los derechos básicos, la desconexión, la diversidad y relaciones satisfactorias entre compañeros hasta flexibilidad, gestión del estrés, formación complementaria y opciones de ascenso. Todo esto con salvaguarda de la salud física y mental y del equilibrio vida-trabajo.

Esto es especialmente cierto para atraer y retener a las generaciones de *millennials* y *centennials* para las que el dinero no lo es todo y para competir en un mundo en transformación, marcado por la innovación tecnológica, otras formas de conexión, mayor peso del trabajo remoto o híbrido y horarios no convencionales.

"En el proceso, las auditorías internas se vuelven herramientas

8 DE CADA 10 TRABAJADORES ASEGURAN QUE LAS EMPRESAS DEBEN CUMPLIR CON EL REQUISITO DE MEJORAR EL BALANCE ENTRE VIDA PERSONAL Y LABORAL. (MANPOWER)

"LA FLEXIBILIDAD ESTA ENTRE LAS 3 PRINCIPALES PRIORIDADES PARA LOS TRABAJADORES DE TODAS LAS EDADES, GÉNEROS Y GEOGRAFÍAS; Y ES EL 2º FACTOR DE ATRACCIÓN MÁS IMPORTANTE PARA LOS TRABAJADORES DE 25 A 44 AÑOS". (MANPOWER)

muy enriquecedoras para tener noción del nivel real de conformidad del talento. Si conocemos nuestros puntos débiles, los podemos evaluar y enfocar los esfuerzos para lograr mejoras", afirma Carolina González, consultora asociada de TAMA Adv.

El peso del bienestar integral

Cifras de la Organización Mundial de la Salud estiman que 264 millones de personas en el planeta padecen de depresión, convertida en la principal causa de discapacidad laboral y social. Las pérdidas en productividad por el deterioro de la salud mental de los empleados también son significativas: US$1 billón, aproximadamente.

La pandemia ha agudizado el problema, debido a situaciones que añaden al estrés en el hogar y en el ámbito laboral. Una muestra: 66% de los participantes en un estudio llevado a cabo en Estados Unidos por Mind Share Partners reportaron por lo menos un síntoma de alguna condición psíquica o emocional en este periodo. La cifra no sorprende y se considera representativa para la región, debido a los micro disparadores que se vislumbraron del 2020 al 2022 y apoya la noción de que ese tipo de patologías nos afectan a todos con regularidad.

Por eso, dicha organización no lucrativa y los especialistas hacen un llamado a cambiar la narrativa de salud mental en espacios laborales para que tanto las empresas como sus empleados puedan sobresalir, reconociendo que es hora de derribar estigmas y de crear nuevos abordajes que eviten el síndrome de *burnout* (agotamiento físico y emocional), hacia el que peligrosamente camina buena parte del talento y que suele terminar en deserciones o despidos.

APENAS 3 DE CADA 10 TRABAJADORES VEN CUBIERTAS SUS NECESIDADES DE SALUD Y BIENESTAR A TRAVÉS DE LOS PROGRAMAS DE SUS COMPAÑÍAS. (WILLIS TOWERS WATSON)

Consejos para mejorar el ambiente laboral

1. **Hacer de la ergonomía una prioridad.** Ya sea en la oficina o en las casas, los empleados necesitan espacios con buena iluminación, sillas que brinden una buena postura y un ambiente tranquilo para concentrarse.
2. **Crear metas para "dejar de hacer".** ¿Qué pasaría si cada empleado tuviera que establecer un objetivo sobre algo que deseara dejar de hacer? Es muy útil para cambiar la actitud y el comportamiento.
3. **Planear comidas más saludables patrocinadas por la compañía.** A todos les encantan las pizzas y las donas en las reuniones de oficina, pero una ensalada o un *lunch* saludable enviaría un mejor mensaje nutricional.
4. **Promover el sueño.** Un galopante porcentaje de personas sufren trastornos de sueño o no puede dormir lo suficiente, a lo cual se asocian accidentes de conducción, obesidad y malas conductas que se podrían evitar.
5. **Ofrecer cursos de manejo de estrés y gestión del tiempo.** Incluso se puede accesar a clases gratuitas que se ofrecen en redes sobre cómo crear una rutina perfecta.
6. **Practicar *mindfulness* (conciencia plena).** Gastar 10 minutos al día en meditaciones cambia sutilmente la forma en que se reacciona a todo.
7. **Reconocer a los colaboradores por su trabajo y logros.** En general, a las personas les gusta saber lo que hacen bien. Es reconfortante y afirmativo.
8. **Tener reuniones de "caminar".** En lugar de tener una conversación con un colega en una sala de conferencias, pueden hablar mientras realizan una caminata. Así la reunión es más rápida y se hace un poco de ejercicio.
9. **Proporcionar horarios de trabajo flexibles.** Cuando ocurren emergencias, los empleados quieren saber que la compañía puede sentir empatía y darles espacio para que administren su tiempo a conveniencia.
10. **Demostrar el uso efectivo de la tecnología y empoderar con ella al equipo.** Los gerentes deben modelar la etiqueta tecnológica que quieren ver de los demás y facilitar que cada quien experimente, explore y mejore sus procesos con las soluciones emergentes y los datos.

FUENTE: WORKFORCE INSTITUTE

En Banco Ficensa

Nos esforzamos día a día por fomentar ambientes colaborativos de trabajo que promuevan la confianza, creatividad y pasión por nuestros clientes.

Call Center: 2276-9100

www.ficensa.com

Prioridades en gestión del talento y el clima laboral

63% SALUD Y BIENESTAR DEL EMPLEADO.

30% MÁS *UPSKILLING*, APRENDIZAJE Y DESARROLLO.

16% DESARROLLO DIRECTIVO Y DE LIDERAZGO.

37% NUEVOS MODELOS DE EMPLEO (MEDIA JORNADA, FLEXIBLE).

18% MAYOR ENFOQUE EN LOS DATOS.

13% DIVERSIDAD, EQUIDAD E INCLUSIÓN.

FUENTE: "SKILLS REVOLUTION REBOOT", DE MANPOWERGROUP.

AL MENOS **1 DE CADA 5** TRABAJADORES HA SUFRIDO DE ESTRÉS LABORAL EN ESTA ETAPA DE PANDEMIA, CON SÍNTOMAS COMO ANGUSTIA, IRRITABILIDAD, ANSIEDAD, INSOMNIO Y FALTA DE MOTIVACIÓN, ENTRE OTROS. (ASOCIACIÓN DE INTERNET MX)

5 cualidades que diferencian un ambiente laboral ordinario de uno extraordinario

1. Confianza
2. Respeto
3. Adaptabilidad
4. Excelente comunicación
5. Oportunidades de aprendizaje y crecimiento.

FUENTE: HARVARD BUSINESS REVIEW.

"Es importante entender que la inversión en el cuidado de la salud mental del trabajador se autopaga con creces. Se calcula que por cada US$1 asignado al abordaje de las condiciones mentales comunes, se obtiene un retorno de US$4 en salud general y productividad de los empleados", enfatiza Ochomogo.

Así, en medio de la disrupción y el trauma, nace un resquicio de esperanza: la sensibilización ante este tipo de temas y el redoblado compromiso de los empleadores por mantener a su personal motivado y sano, con miras al sostén mismo de los negocios y al aumento de la rentabilidad.

El mejor **aliado financiero** en **todo momento.**

Banco **Aliado**

servicioalcliente@bancoaliado.com

@bancoaliado | bancoaliado.com | (507) 302-1555

3 acciones claves que desbloquean valor para las personas y las empresas

- **Fomentar un liderazgo moderno:** Liderar escuchando primero y actuando después, con apoyo de una comunicación regular y transparente que genere confianza e incentive la participación, haciendo que las personas sepan que sus aportes serán recibidos con empatía y respeto.
- **Desarrollar una cultura de crecimiento:** Quienes ven una línea clara entre su trabajo y el propósito corporativo, con opciones de ascenso, se sienten más conectados y satisfechos con sus compañías.
- **Permitir una organización ágil:** Los y las líderes necesitan expandir la noción de flexibilidad para considerar también dónde y cómo los individuos trabajan mejor. Desde ahí pueden construir marcos capaces de adaptarse a las necesidades cambiantes de un ambiente fluido.

FUENTE: ACCENTURE

Brinde experiencias omnicanal porque...

Impulsa las ganancias. Las empresas cuyo personal goza de ellas obtienen una prima de crecimiento de los ingresos del 7,4% anual.
Construye confianza. 29% de los trabajadores omniconectados mencionan que experimentan un alto nivel de seguridad en su organización y se sienten tranquilos.
Incide en la retención de talento. Lleva a que el 59% de los colaboradores manifieste intención de quedarse en su puesto y a que arriba del 90% de las personas omniconectadas se consideren más productivas al trabajar donde mejor les funcione, sea donde sea que estén.

FUENTE: ACCENTURE

EL BIENESTAR DE LAS PERSONAS ES PRIORIDAD PARA

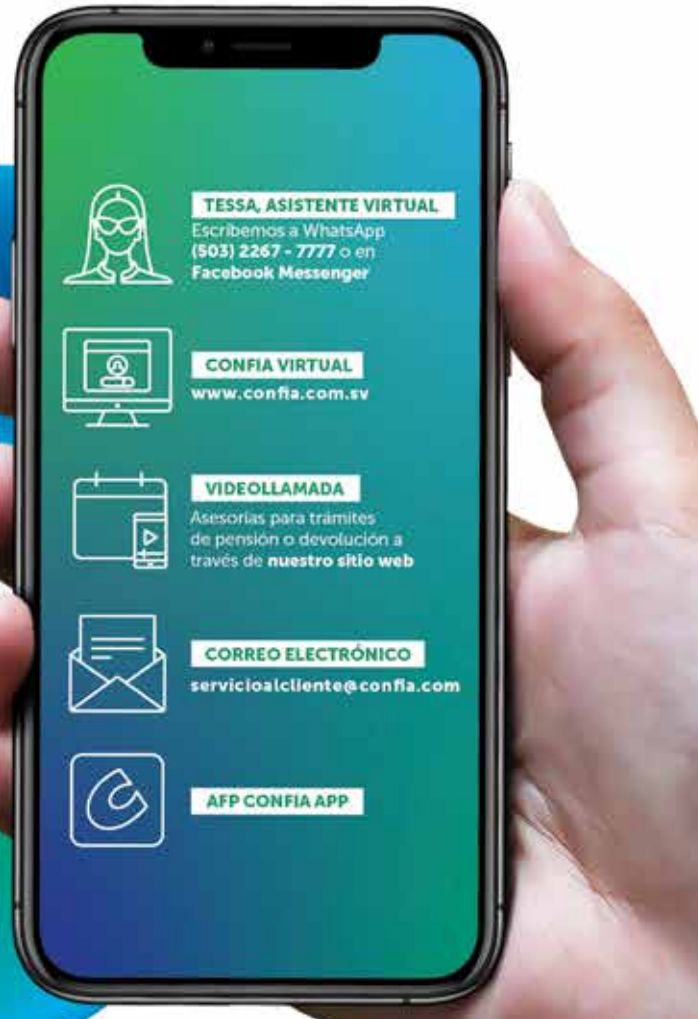
8 DE CADA 10

ORGANIZACIONES DEL MUNDO. (DELOITTE)

77% DE LOS EMPLEADOS DE TODO EL MUNDO ESPERAN QUE SUS COMPAÑÍAS SEAN MÁS ACTIVAS EN EL FOMENTO DE SU BIENESTAR. (WILLIS TOWERS WATSON)

e-CONFIA ES NUESTRO MUNDO DIGITAL

Realiza trámites y consultas de forma virtual. Conéctate con nosotros desde cualquier lugar a través de e-CONFIA:



Cada vez más cerca y a tu alcance.

e-CONFIA | CONFIA

RANKING DE LAS EMPRESAS CON **MEJOR CLIMA ORGANIZACIONAL DE LA REGIÓN**

LOS TRABAJADORES FELICES SON HASTA UN **13%** MÁS PRODUCTIVOS. (OXFORD UNIVERSITY'S SAÏD BUSINESS SCHOOL)

TOP 20 GUATEMALA

01	Progreso
02	CMI
03	Banco Industrial
04	Banco G&T Continental
05	Allied Global
06	EEGSA
07	Grupo Salinas
08	Avon
09	Cervecería Centro Americana
10	Tigo
11	Gupo Misol
12	Cofiño Stahl
13	Corpoación AG
14	Visanet
15	Bam
16	Enel Green Power
17	Coca-Cola FEMSA
18	Multigroup
19	Universidad Galileo
20	Grupo Sega
21	Alta QIL+4 Abogados

TOP 20 EL SALVADOR

01	Applaudo
02	Grupo Solaire
03	DELSUR
04	Grupo Unicomer
05	ASESUISA
06	AES El Salvador
07	AFP Confía
08	SISA
09	Teleperformance
10	Ternova
11	Fedecrédito
12	Hugo
13	Grupo Q
14	Arias
15	AFP Crecer
16	Holcim
17	BAC Credomatic
18	Tigo
19	Banco Promerica
20	Grupo San Nicolás

TOP 20 HONDURAS

01	Diunsa
02	UNITEC
03	Banco Ficensa
04	Banco Atlántida
05	Grupo Inversiones La Paz
06	Banpaís
07	Cargill
08	Argos
09	Grupo Ficohsa
10	Espresso Americano
11	BCIE
12	Grupo Karim´s
13	Lacthosa Sula
14	BAC Credomatic
15	Tigo
16	Terra Inversiones
17	BATCA
18	Claro
19	Banco de Occidente
20	Corporación Dinant

METODOLOGÍA

Resultados con base en un sondeo propio, realizado entre el 1 y el 18 de marzo del 2022.

- **Muestra:** 1.000 empresarios, ejecutivos y profesionales de la región.
- **Género:** 54% mujeres, 48% hombres
- País de procedencia: GT: 28%, SV: 17%, HN: 10%, NI: 6%, CR: 20%, PA: 15%, DO: 4%
- **Sector:** 66% servicios, 18% comercio, 16% industria
- **Edades:** 18% 18-30 años, 61% 30-49 años, 21% 50 años y más

Características de un ambiente laboral positivo

1. Atiende el *wellbeing.*
2. Da importancia al logro de resultados.
3. Enfatiza en la felicidad y satisfacción de los colaboradores.
4. Promueve las conexiones humanas, la colaboración y el trabajo en equipo.
5. Asegura la estabilidad profesional.
6. Es consecuente con los valores sociales.
7. Entiende que la salud de los empleados depende tanto de lo físico como de lo psicológico y lo emocional.
8. Corrige los riesgos en el trabajo.

FUENTE: HARVARD BUSINESS REVIEW.

TOP 20 NICARAGUA

01	BAC Credomatic
02	Banco Lafise
03	Cargill
04	Consortium
05	Deloitte
06	Nestlé
07	Unicomer
08	Walmart
09	Alvarado y Asociados
10	ASSA
11	Grupo Lala
12	Claro
13	Coca-Cola Femsa
14	Grupo Promerica
15	Seguros América
16	Seguros Lafise
17	Tigo
18	McDonald´s
19	Concentrix
20	Grupo Coen

TOP 20 COSTA RICA

01	Dos Pinos
02	Grupo Mutual
03	Grupo Montecristo
04	Ultrapark
05	AERIS
06	Scotiabank
07	Coca-Cola FEMSA
08	Grupo Purdy
09	HP
10	Componentes El Orbe
11	GBM
12	ICC
13	Walmart
14	Centenario Internacional
15	Kimberly-Clark
16	Boston Scientific
17	Telecable
18	Garnier & Garnier
19	Florex
20	Matra

TOP 20 PANAMÁ

01	Copa Airlines
02	Autoridad del Canal de Panamá
03	Cable & Wireless
04	Banco General
05	Grupo Calesa
06	Tetra Pak
07	3M
08	Banco Aliado
09	Terpel
10	Celsia
11	KPMG
12	Bladex
13	Internacional de Seguros
14	Ricardo Perez
15	Telered
16	Capital Bank
17	PwC
18	EPA
19	Banco Nacional
20	Metro de Panamá

TOP 20 REP. DOMINICANA

01	Seguros Universal
02	Banco Popular Dominicano
03	Ege Haina
04	Grupo Corripio
05	Banco Banreservas
06	Banco BHD León
07	Grupo Eulen
08	INDOTEL
09	Banco Promerica
10	DMK Abogados
11	MercaSid
12	Pellerano Nadal Law & Consulting
13	Mapfre BHD Seguros
14	Scotiabank
15	Cervecería Nacional Dominicana
16	Ambev Dominicana
17	Centro Cuesta Nacional
18	Grupo Puntacana
19	Grupo Ramos
20	AFP Siembra

CLIMAS ORGANIZACIONALES EJEMPLARES

Hay empresas enfocadas en que sus colaboradores se sientan a gusto en ellas. Reconocen que pasan muchas horas en sus labores y que brindarles las mejores herramientas y beneficios se traduce en un mayor compromiso y lealtad, que a su vez lleva al logro eficiente de las metas.
Aquí le presentamos los casos de algunas de ellas, que han invertido fuertemente para crear ambientes inigualables para su gente.

RECETA PARA EL ÉXITO

Consciente de que tener un buen clima organizacional es clave en el éxito de todas sus áreas, para esta multinacional es indispensable que los líderes estén comprometidos en este tema.
La escucha activa forma parte de su ADN. Cuenta con canales y mecanismos para conectar y escuchar asertivamente a su gente y, con su retroalimentación, implementar iniciativas que satisfagan sus necesidades y eleven su grado de motivación e identificación con la empresa.
Eliminar las barreras sistémicas y potenciar la defensa de la diversidad y la inclusión es otro aspecto clave de la estrategia. Por ello, fomenta una cultura inclusiva que apoya y aprecia las diferencias, que además ofrece oportunidades justas e iguales para todos.

Contar con un equipo diverso es una de las claves del éxito de la empresa.

96.000

COLABORADORES A NIVEL MUNDIAL.

ACCIONES DIFERENCIADORAS

- **Fun Fridays.** Un viernes al mes dedican una o dos horas a actividades de integración.
- **Work Your Way.** Es un programa que permite a sus colaboradores escoger la modalidad de trabajo: remoto, híbrido o presencial, con el objetivo de que cada quien pueda ajustarse a la manera en que se sienta más cómodos y logre tener un mejor balance vida-trabajo.
- **Apoyo al Empleado.** Programa que brinda ayuda psicológica, financiera y legal gratuita a los colaboradores.
- **Yam Jam Recognition.** Iniciativa donde separan un espacio una vez al trimestre que le da la oportunidad a todas las personas de reconocer a los compañeros que los hayan apoyado, de una u otra manera, a cumplir con sus objetivos. Estos reconocimientos son públicos y se hacen a través de la herramienta de Yammer.
- **3M Learn.** Es un portal de desarrollo que alberga más de 10.000 recursos de aprendizaje, en más de 15 idiomas.

EVALUACIÓN

Los líderes de 3M creen de suma importancia determinar el impacto de las acciones que realizan, por eso cuentan con varias mediciones anuales para validar que sus iniciativas son las correctas. Utilizan las de Great Place to Work para compararse con las demás empresas y, adicionalmente, una encuesta interna que llaman Voice of Employee. Aunque tienen algunas similitudes, les dan dos puntos de vista distintos.

AERIS

SU MAYOR ACTIVO ES LA CONFIANZA

Poner en el centro de la operación a los colaboradores ha sido el punto clave del éxito para el operador del Aeropuerto Internacional Juan Santamaría, en Costa Rica.

Ricardo Hernández, director general de la empresa, señala que muchas personas pueden pensar que lo más importante para la compañía es la infraestructura, "pero nuestro recurso más valorado es la confianza que nos depositan los colaboradores y pasajeros que transitan por el aeropuerto".

Agrega que cada trabajador es una pieza clave para el éxito de la operación, por lo que se esfuerzan por fomentar el desarrollo profesional, aumentar el compañerismo y romper las barreras entre departamentos. De esa forma logran ofrecer un servicio excepcional, para que cada usuario tenga una experiencia maravillosa durante sus viajes y su paso por la terminal.

206

COLABORADORES.

PROGRAMAS INNOVADORES

- **Combatiendo la pobreza.** Teniendo en cuenta el Índice de Medición de Pobreza Multidimensional Empresarial, ofrece paquetes salariales competitivos para ayudar a los colaboradores.
- **Formación.** Brinda becas educativas a quienes lo requieren para que logren alcanzar sus metas.
- **Apoyo emocional.** Cuenta con diversos programas de salud que abarcan desde medicina preventiva hasta consultas psicológicas.
- **Horarios flexibles.** El objetivo es favorecer el balance vida-trabajo, sin sacrificar el cumplimiento de metas.

ESTUDIOS

La empresa contrata varias consultorías para medir el clima organizacional. Ricardo Hernández, director general de AERIS, señala que un buen ambiente laboral no nace de la nada, sino que es fruto de un esfuerzo que se realiza durante varios años para lograrlo.

"Esos estudios nos ubican para saber si la cultura empresarial que estamos creando es lo que nos habíamos trazado y si vamos cumpliendo los objetivos", comenta.

El talento se identifica con los valores de la empresa y dan ejemplo del buen servicio y calidez que caracterizan a Costa Rica a nivel internacional.

13° ANIVERSARIO

AERIS fortalece la competitividad del ***principal aeropuerto de Costa Rica***

La experiencia al pasajero es nuestra prioridad

El *Aeropuerto Internacional Juan Santamaría* es reconocido a nivel regional por brindar la mejor experiencia al pasajero. Nuestro servicio se rige por el compromiso, la calidad y la excelencia.

Precursor en ahorro de energía

La *terminal aérea* es pionera al contar con la certificación internacional de eficiencia energética, que le ha permitido reducir el consumo en un 250% durante este 2022.

Recuperación activa del tráfico aéreo y de pasajeros

Conectamos a *Costa Rica.*

Avances en el desarrollo aeroportuario

Trabajamos en la *ampliación de nuestras instalaciones* como parte del plan de modernización y en atención a los requerimientos de nuestros clientes.

Uno de los mejores lugares para trabajar en Latinoamérica

Estamos orgullosos de contar con un equipo de talentosos colaboradores, quienes destacan *por su pasión, entrega y dedicación.* Impulsamos un liderazgo basado en la confianza.

APPLAUDO

CULTIVA UN ENTORNO LABORAL POSITIVO

Applaudo se caracteriza por estar centrada en las personas, lo cual le ha permitido construir un clima organizacional positivo que propicia el alto desempeño de todo su talento humano. Como parte de la estrategia, creó el departamento Applaudo People, enfocado en el bienestar de los colaboradores, entendiendo las necesidades de cada uno, de manera individual.

Bajo esta perspectiva nació también People Experience, una subdivisión encargada de impulsar iniciativas para que las personas tengan el mejor desempeño dentro de la empresa y se sientan cómodas, satisfechas y realizadas con los logros obtenidos. El trabajo remoto es una de ella, acción que le ha permitido expandir operaciones y tener presencia en más de 18 países de Latinoamérica.

Adicionalmente, promueve la política de balance vida personal y laboral, con horarios flexibles para que sus colaboradores dediquen el tiempo necesario a su familia, amigos y a actividades de su entorno personal.

Applaudo vela por el bienestar integral de su gente.

6 PROGRAMAS CLAVES

1 **Applaudo Academy**. Ha llevado a cabo más de 15 tipos de capacitaciones a diferentes equipos que incluyen programas internos **(Leadership Fundamentals, Leaders As Coaches, Management 3.0, Lean Change Management y Growth Mindset)**, capacitaciones en habilidades blandas y certificaciones avaladas por el Instituto Salvadoreño de Formación Profesional (INSAFORP).

2 **Coaching Program.** Diseñado para tener una cercanía directa con los equipos, sin importar el país donde se encuentren. Establece un canal por medio del cual los colaboradores tienen libertad para compartir sus opiniones, en un ambiente de respeto para que se sientan seguros y cómodos al hacerlo. Además, los apoya para el desarrollo de habilidades blandas y los motivan a fortalecer sus capacidades para que sigan creciendo dentro de la empresa.

3 **Recognition Program.** Cada año, otorga reconocimientos para destacar los logros de los colaboradores.

4 **Performance Review.** Cada semestre, se visualiza el rendimiento de cada colaborador, se reconocen los logros pasados y se establecen metas claras para el futuro.

5 **Team buildings.** Cada departamento lleva a cabo actividades integradoras y se crean espacios dedicados a entablar lazos, reconocer el trabajo y compartir tiempo con todo el equipo.

6 **Offsites.** Se llevan a cabo actividades fuera del entorno habitual para que las personas hagan algo distinto. Son espacios que permiten revisar el trabajo ejecutado y celebrar los objetivos alcanzados.

+800
COLABORADORES

165
PERSONAS PROMOVIDAS EL ÚLTIMO AÑO

98%
ES LA TASA DE RETENCIÓN

EL COLABORADOR EN EL CENTRO

Un equipo diverso es uno de los puntos claves para el éxito de la empresa.

Ofrecer herramientas para la buena relación entre los equipos es uno de los objetivos del departamento de Recursos Humanos de esta referente de la industria licorera costarricense.

"En la actualidad, las estructuras jerárquicas abren paso a diferentes estilos de trabajo donde las personas están en el centro y tienen objetivos basados en ser más ágiles en cada uno de los niveles de la cadena de tareas. Estamos aplicando metodologías "agile", surgidas para dar respuesta a las necesidades de este nuevo entorno cambiante, donde el primer requisito para operar con éxito es la capacidad de adaptarse, fomentando la cooperación y la toma decisiones de manera conjunta", comenta Andrea Arias, gerente de Recursos Humanos de la compañía.

La meta de Centenario Internacional es obtener resultados con base en la formación de equipos de alto rendimiento, priorizando los objetivos e identificando los aspectos de mejora. En esa ruta, colaboradores altamente capacitados, motivados y con aptitudes para el trabajo en equipo, participan proactivamente en toma e implementación de decisiones. Eso facilita las sinergias, la mayor fluidez en todos departamentos y el intercambio de ideas entre las áreas, lo que a la vez se traduce en mayor resiliencia y capacidad para sobrevivir al ritmo de la evolución de la industria, los consumidores y el mercado.

Dianne Medrano, CEO de Centenario Internacional.

SU PASO A PASO PARA FOMENTAR LA AGILIDAD

1 El departamento de Recursos Humanos debe conocer las carencias existentes en la empresa y establecer el procedimiento que se llevará a cabo para solucionarlas.

2 Compromiso con la formación continua para facilitar la mejora de las habilidades personales y profesionales, junto con la capacidad de comunicación entre equipos.

3 Pone a disposición espacios adaptados para el diálogo y el fomento de la fluidez comunicativa, clave para que los equipos logren conseguir los objetivos y cuenten con oportunidades para ser partícipes del cambio.

4 Introducción de la metodología "agile" en la cultura empresarial, propiciando que los empleados entiendan qué significa el nuevo sistema y poder elevar su fidelidad hacia la organización.

5 Realización de mediciones y evaluaciones de clima organizacional para luego ejecutar planes de acción para la mejora.

+100

COLABORADORES

BENEFICIOS DE SU BUEN CLIMA LABORAL

1 Baja rotación.

2 Cumplimiento de los objetivos y resultados de la compañía más fácilmente.

3 Colaboradores motivados que aportan ideas nuevas y colaboran más.

4 Mejoras en la reputación e imagen corporativa.

5 Mayor cohesión de los equipos de trabajo.

Bam

OFERTA DE VALOR CENTRADA EN LAS PERSONAS

Bam alcanza niveles de satisfacción laboral ejemplares.

La fórmula de éxito de esta institución financiera guatemalteca se fundamenta en su gente. El capital humano es prioridad y con el decidido respaldo de Federico Bolaños Coloma, gerente general, los líderes de la organización conducen su energía y trabajan por el bienestar colectivo, tomando decisiones acertadas que generan un clima organizacional genuino, cercano y empático.

Este año, lanzó nuevas estrategias para elevar los niveles de satisfacción del personal y fortalecer ese buen ambiente laboral, que a la vez fomenta y promueve el desarrollo sostenible del talento, influye de manera significativa en un mejor desempeño e impacta en la atracción y retención de los clientes.

PRESENTE EN LA VIDA DE SUS COLABORADORES

Ante los cambios organizacionales que se han dado durante la pandemia, Bam ha asumido conductas importantes:

- Desarrolla actividades para crear cercanía con sus colaboradores y sus familias
- Respeta y celebra de manera genuina el éxito personal y laboral de su gente
- Establece canales para garantizar una comunicación transparente y empática

Valores tangibles que trascienden

El respeto es clave para esta empresa inclusiva y equitativa, que además vela por capacitar y motivar a su gente.

Bajo el entendimiento de que las prácticas corporativas deben adaptarse a la realidad pospandemia, también amplió su estatuto de beneficios, con metas firmes: equilibrio entre la vida laboral y personal y elevar la salud física, mental, emocional y financiera de los colaboradores. Las iniciativas contemplan tiempo para el esparcimiento y el descanso, así como trabajo seguro.

La empresa no deja nada al azar. Cuenta con una metodología que le permite medir y monitorear el clima organizacional, así como analizar el impacto de sus estrategias, las áreas de mejora y la integración de nuevos sistemas que permitan el logro de las metas establecidas.

Frente a los retos que deja la pandemia, su bandera será seguir fortaleciendo los esquemas flexibles de trabajo que permiten a los colaboradores conciliar la productividad con otros planes para cosechar éxito en todos los ámbitos de su vida. Es un gana-gana, con impactos positivos muy evidentes en la sostenibilidad, crecimiento y rentabilidad de la institución y en el estado de felicidad y realización de las personas.

+3.000

COLABORADORES

+90%

DE LOS COLABORADORES CALIFICAN SU SATISFACCIÓN CON ENTRE 9 Y 10 PUNTOS, SIENDO 10 LA NOTA MÁXIMA, SEGÚN LA ENCUESTA DE COMPROMISO LABORAL MÁS RECIENTE.

FÓRMULA GANADORA

El ejemplar modelo que Bam adopta para obtener un clima laboral positivo está fundamentado en 3 objetivos estratégicos, enfocados es el desarrollo integral de los colaboradores:

1 **Evolución de la cultura organizacional.** Los líderes procuran motivar a los colaboradores y promover su progreso dentro de la empresa, factores de gran impacto en los procesos de atracción, desarrollo y retención del talento.

2 **Bienestar de todos los colaboradores.** Los líderes son conscientes de que el bienestar integral de sus colaboradores se traduce en motivación, creatividad, innovación, mayor rendimiento y productividad. Por eso lo promueven con ahínco.

3 **Nuevas formas de trabajo.** Con un enfoque transformador del sistema laboral, los líderes han adoptado nuevas herramientas que permiten un cambio de concepto en las relaciones entre el talento humano y la empresa.

Más de 200 promociones ha realizado en el transcurso del año, reflejo de su creencia en las personas.

La organización vela porque su personal se desarrolle en ambientes adecuados, aún cuando trabajan desde casa.

CMI

SÓLIDOS VALORES Y SENTIDO DE PERTENENCIA

Los nuevos talentos reciben capacitación para que vivan los valores REIR desde el primer día.

Con más de 100 años de historia, esta multilatina conserva la calidez de una empresa familiar, valora a los colaboradores y ofrece condiciones que los anima a ser productivos, a dar lo mejor de sí y a sentirse parte fundamental de su éxito.

Ser un "Ciudadano CMI" es un principio básico y ello implica adoptar los valores "REIR" que guían las operaciones de la empresa: responsabilidad, excelencia, integridad y respeto, tanto en el entorno laboral como en la vida personal.

Los impactos positivos de la estrategia y el alto sentido de pertenencia se evidencian en las mediciones de clima organizacional, donde el orgullo a ser parte de CMI es uno de los elementos que alcanza los índices más altos.

Acciones en favor del desarrollo y el crecimiento de las personas

Con el apoyo de más de 750 facilitadores, la empresa suele llevar a cabo talleres de valores y dos veces al año reúne a todo el equipo en un espacio de reflexión para analizar las oportunidades de mejora de cada quien en su día a día. Ese encuentro también permite identificar las conductas que no están en consonancia con los principios organizacionales, con el propósito de aprender, enmendar y cambiar para fortalecerse y seguir adelante.

+40.000

COLABORADORES

2

AGRUPACIONES DE NEGOCIO

CMI ALIMENTOS Y CMI CAPITAL

+29.000

COLABORADORES DE DISTINTOS NIVELES SE HAN BENEFICIADO CON LOS PROGRAMAS DE FORMACIÓN DE LA UCMI, EN CENTROAMÉRICA, ESTADOS UNIDOS Y EL CARIBE.

Otro pilar importante de la gestión del talento humano es la formación continua, gestionada por la Universidad Corporativa (UCMI). Se enfoca en desarrollar las capacidades necesarias para impulsar la estrategia de cada negocio y las habilidades profesionales y personales de sus equipos de trabajo.

CMI desarrolla diferentes métodos para impulsar el aprendizaje y el desarrollo del talento.

ABRAZAR EL CAMBIO

Para esta gigante hondureña del *retail* lograr un buen clima organizacional y mantenerlo en el tiempo depende de mezclar varios elementos. Es indispensable tener la buena disposición de escuchar y comprender cuáles son las necesidades, intereses y expectativas de su gente; reconocer la diversidad que existe dentro de la organización; además, es fundamental la participación de los líderes de área, para generar compromisos y dar continuidad a las acciones que emprenden, entre otras.

"A través de nuestra herramienta de medición del clima organizacional Climómetro (mide mensualmente la satisfacción de los colaboradores de cada área con las acciones tomadas para mejorar el clima organizacional), damos seguimiento y evaluamos constantemente las acciones que desarrollamos. Ha sido muy importante para tomar acciones inmediatas y orientar mejor nuestra labor", señala Luis Alejandro Caballero, director de Recursos Humanos de Diunsa.

La integración de equipos diversos, en los que todos y todas puedan participar, es fundamental en el desarrollo de Diunsa.

BENEFICIOS A LOS COLABORADORES

Asistenciales: Seguro de vida, seguro de gastos médicos por accidentes personales, Clínicas Diunsa, ferias de la salud, bono por nacimiento de hijos, ayuda por muerte de familiar, entre otros.

Desarrollo humano: Programa de becas estudiantiles para colaboradores y sus hijos, permisos por estudio, Plan de Carrera CRECE, premiación de colaboradores del mes y del año, Universidad Virtual Diunsa y Programa de Formación en Valores.

Recreativos: Celebraciones especiales, noches deportivas y el "Día D", que congrega a los colaboradores más destacados del año.

1.123

COLABORADORES

EQUILIBRIO LABORAL Y PERSONAL

Flexibilidad de tiempo: Con cupones de tiempo libre, que se administran por medio de la aplicación web Mundo Diunsa, el personal puede gozar de seis medios días libres, de acuerdo con una política establecida y socializada.

Voluntariado Corporativo: Es parte fundamental de su estrategia de RSE y sostenibilidad, que brinda a sus colaboradores la posibilidad de realizar acciones por la comunidad, propuestas por la empresa, en su horario de trabajo.

Salud mental: Talleres y charlas informativas sobre manejo de crisis, afrontamiento de enfermedades, apoyo emocional y empatía.

Salud física: Involucramiento de colaboradores en actividades deportivas coordinadas por la empresa.

Diunsa familiar: Participación de las familias de sus colaboradores en diversas actividades recreativas realizadas durante el año (celebraciones especiales, ferias de la salud).

DELSUR

LIDERAZGO CONSCIENTE

Esta empresa del sector eléctrico salvadoreño considera que el buen clima laboral es el resultado de una sumatoria de factores que tienen que ver con la estrategia, las personas y los procesos de la organización, así como con el liderazgo, las capacidades y los recursos necesarios para que las personas logren estar en un ambiente de desarrollo profesional y personal sano y agradable.

"Una de las acciones es el desarrollo del liderazgo consciente, entendiendo el liderazgo no como un cargo de autoridad sino como una capacidad que cada persona tiene al servicio de otros. Todos tenemos talentos particulares que, si potenciamos y compartimos, suman al desarrollo de nuestro propósito corporativo, con el cual nos identificamos", señala Luz Dary Alvarez, gerente de Gestión Humana y Organizacional de Delsur. Igualmente, trabaja en fortalecer la gestión ética, de modo que todos los colaboradores se sientan en un ambiente seguro. Para ello tiene políticas como las de "Cero tolerancia al acoso sexual y laboral" y "Cero tolerancia al fraude, la corrupción y el soborno".

RESULTADOS

Realiza una medición de clima organizacional cada dos años, la cual contratan con un tercero. En los últimos resultados crecieron un punto porcentual, siempre ubicados en un nivel "verde" que les genera mucha satisfacción y los reta a mantener y a mejorar cada día las condiciones para propiciar un mejor clima laboral.

81%

DE LOS COLABORADORES SON HOMBRES Y EL 19% SON MUJERES.

DIVERSIDAD Y FAMILIA

Delsur está fortaleciendo sus políticas sobre diversidad e inclusión. Busca ser una compañía donde cada ser humano pueda potenciar sus capacidades sin ser objeto de discriminación, el respeto por las diferencias y el entendimiento de que éstas le permiten aprovechar capacidades diversas. Eso los impulsa a trabajar en armonía.

También implementa estrategias para el balance familia-trabajo-actividad personal, programas de bienestar y de reconocimiento a la gestión y a los valores, tanto de forma individual como colectiva.

Luz Dary Alvarez, gerente de Gestión Humana y Organizacional de Delsur.

CONTRIBUIMOS A LA ARMONÍA DE LA VIDA PARA UN MUNDO MEJOR

En DELSUR estamos orgullosos por haber sido seleccionados como **una de las empresas con mejor clima organizacional a nivel nacional.**

Una de nuestras prioridades más grandes siempre será velar por el bienestar de nuestros colaboradores. Implementamos el programa **VIVE DELSUR,** que promueve la salud física, mental y el balance vida-trabajo en la organización.

¡TRABAJANDO JUNTOS HACEMOS LA DIFERENCIA!

DELSUR

Grupo·epm®

GRUPO CALESA

BUEN CLIMA LABORAL COMO PLUS

Calesa apoya la cultura y desarrolla las múltiples habilidades de su personal, además de cumplir con altos estándares de eficiencia y calidad, con miras de ser una compañía de clase mundial.

¡El capital humano es el principal activo! Con base en esa premisa se trabaja en las ocho compañías que conforman el Grupo Calesa. En ellas se dan oportunidades a los colaboradores para aprender, hacer carrera y adquirir competencias interpersonales, con el objetivo de que se conviertan en profesionales integrales que aporten a los diversos proyectos que desarrollan.

Priorizar en su gente ha sido la clave para que la organización se haya podido mantener vigente por más de 100 años en la agroindustria panameña.. Es un principio que emana desde la alta dirección y permea hacia todo el equipo de directores, quienes diseñan sus estrategias con base en los valores corporativos y altos estándares éticos. Esto resulta en políticas de procedimiento y manejo transparente.

El buen clima organizacional imprime sentido de pertenencia a los colaboradores, se nutre con la retroalimentación y propicia la escucha activa, para lo cual han diversificado los canales de comunicación. Además se mide, incluso con indicadores de desarrollo humano y de rotación voluntaria e involuntaria.

Los colaboradores se desafían por incorporar iniciativas innovadoras, empalmadas con estrategias de integración y motivación, buscando siempre llegar a todos los niveles de la organización. Ese nivel de compromiso y lealtad con la compañía se refleja en los resultados de las evaluaciones anuales de desempeño por competencias.

Altos estándares de seguridad

La compañía también vela por la integridad física y mental de su personal, cumpliendo con políticas de seguridad industrial y salud ocupacional avaladas por organismos internacionales, como la Organización Internacional del Trabajo, así como con las leyes vigentes en Panamá.

1.700
COLABORADORES, EN PROMEDIO

2.500
COLABORADORES EN PERIODOS DE ZAFRA

28%
ES PERSONAL FEMENINO

4 FACTORES DE SU ÉXITO

1. Oportunidades de desarrollo y crecimiento profesional, en condiciones de igualdad y equidad.
2. Estrategia de clima organizacional centrada en el colaborador.
3. Plan atractivo de beneficios.
4. Programas de motivación, culturales y sociales.

Los esfuerzos por mejorar las condiciones del entorno laboral contemplan la realización de actividades deportivas, recreativas y culturales.

PROTEGER EL CAPITAL HUMANO

El próximo año, esta institución financiera costarricense cumple 50 años. Su éxito radica en varios factores, pero uno de los que destaca es que siempre se ha preocupado por sus colaboradores.

"Mantener un ambiente laboral sano, donde las personas se sientan queridas y valoradas, nos ha permitido ser referencia por tantos años en el mercado costarricense. Desde los inicios, nuestra Junta Directiva apostó por ofrecer a nuestra gente lo mejor. Eso ha impactado positivamente nuestras actividades porque si el personal es feliz, se lo transmite directamente a los clientes, generando un círculo virtuoso alrededor de la empresa", señala Lorena Marín, directora de Desarrollo Humano.

Por su parte, Clarissa López, subdirectora de esa misma área, comenta que uno de los beneficios de tener un excelente clima organizacional es que crea lealtad en los distintos niveles y áreas. También permite desarrollar y aprovechar al máximo las capacidades de cada persona.

La apuesta por la paridad de género e inclusión son otras características sobresalientes. Desde los inicios, en 1973, Grupo Mutual cuenta con mujeres en la Junta Directiva y posee una política de igualdad de oportunidades que promueve la equidad de género entre todas las posiciones de la empresa, incluyendo la alta dirección.

4,48

EN UNA ESCALA DE 1 A 5 EN PUNTUACIÓN DE COLABORADOR COMPROMETIDO, SEGÚN CID GALLUP

0,60%

DE ROTACIÓN MENSUAL DE PERSONAL

865

COLABORADORES

Según los últimos estudios sobre compromiso laboral del personal, desarrollados por la consultora CID Gallup, Grupo Mutual muestra algunos de los resultados más altos del sector a nivel regional.

BENEFICIOS AL COLABORADOR:

Bienestar físico y mental: Promueven diferentes disciplinas deportivas en los colaboradores como atletismo, fútbol, ciclismo, triatlón, baile, entre otras; se ofrece atención médica, licencias con goce de salario, licencias de Paternidad, servicio de psicología laboral y personal, entre otras.

Bienestar social: Oportunidades de realizar voluntariado, flexibilidad de horario y teletrabajo, vacaciones adicionales a las de la ley, salarios competitivos, se brinda procesos de formación que promueven el crecimiento y desarrollo de talento humano a nivel personal.

Bienestar financiero: Se ofrece programa de finanzas saludables el cual promueve el equilibrio en la calidad de vida de los colaboradores, beneficios al personal para adquirir préstamos con menores tasas de interés, se cuenta con programa de Vivienda Digna para Colaboradores, programa de Preparación para la Jubilación, entre otros.

El enfoque de sostenibilidad de Grupo Mutual es fundamental para la atracción y retención del talento humano.

SOLAIRE

65 AÑOS DE ÉXITOS

Esta empresa salvadoreña, parte del Grupo Poma, provee soluciones arquitectónicas y tecnológicas para fachadas, techos y eficiencia energética para la construcción, desde hace 65 años. Considera que mantenerse fuerte en el mercado por tanto tiempo es fruto de tener una visión clara, una fuerte pasión por lo que se hace y la por calidad de su equipo humano, integrado por personas apasionadas por el servicio al cliente, comprometidas con la calidad y expertas en los productos y soluciones que se brindan.

En esta empresa, parte del Grupo Poma, se valora y motiva al talento, el motor con el que impulsa el desarrollo de América Central.

Está enfocada en ayudar a construir un mundo mejor y ha evolucionado de ser un simple proveedor de materiales de construcción a ser un socio estratégico en soluciones para la construcción, con un alto enfoque en la eficiencia y confort de las edificaciones. En ella se valora y motiva al talento humano, que es el motor con el que impulsa el desarrollo de América Central.

Durante su historia, con la meta de atraer a los mejores talentos, ha implementando una política de puertas abiertas, amparada en una cultura horizontal, donde se reducen las brechas y se toma en cuenta las opiniones de los colaboradores, haciéndolos sentir importantes. Además, ofrece paquetes de prestaciones atractivos, tanto en calidad como en cantidad, que no solo benefician al personal, sino también a sus familias.

El buen clima organizacional de Solaire favorece la retención del talento y la antigüedad. Un alto porcentaje finaliza su vida laboral con el grupo, lo cual llena de orgullo a la compañía y transmite un buen mensaje a las nuevas generaciones, ya que saben que entrar a Solaire es sinónimo de estabilidad en el trabajo y oportunidades de crecimiento, tanto a nivel personal como a nivel profesional.

ACCIONES DIFERENCIADORAS

1. Basa los pilares de su estrategia en las personas.
2. Una cultura de alto desempeño, excelencia y mejora continua.
3. Alto enfoque en la salud y la seguridad ocupacional.
4. Paquete de beneficios muy extenso y atractivo.
5. En el tema salud, ofrece seguros médicos, coberturas en farmacias, seguros por accidentes y atenciones médicas ilimitadas.
6. Aporta mucho en el tema de educación con programas propios que apuestan al desarrollo de habilidades y competencia de los jóvenes, con carreras afines al diseño y construcción. También apoya con diferentes iniciativas de la Fundación Poma.

230

COLABORADORES EN LA REGIÓN.

LOS PILARES ESTRATÉGICOS DE SU POSICIONAMIENTO

1. Las personas. Son lo principal y están comprometidas con la excelencia, la innovación y los valores corporativos.
2. El crecimiento geográfico. Tiene las oficinas principales y plantas de producción en El Salvador, pero cuenta con presencia en Centroamérica, a través de oficinas comerciales en Panamá, Costa Rica, Honduras y próximamente en Guatemala, y atención a proyectos en Nicaragua, Belice y Republica Dominicana.
3. La experiencia de sus clientes.
4. Una cultura de alto desempeño. Posee también un alto enfoque en la salud, la seguridad ocupacional y el buen servicio al cliente.
5. La fortaleza de su marca.
6. La responsabilidad social.

Solaire®

Construyamos un mundo mejor

contigo construyendo un mundo mejor

Descubre más en:

solaire.com.sv atencionalcliente@gruposolaire.com

Síguenos en nuestras redes:

gruposolaire solaireoficial grupo-solaire

GUATEMALA • EL SALVADOR • HONDURAS • NICARAGUA • COSTA RICA • PANAMÁ

PROGRESO

LIDERAZGO QUE INSPIRA Y MOTIVA AL TALENTO

Con más de 3.500 empleados en la región (incluyendo sus operaciones en Panamá, Belice y Colombia), Progreso hace del mercado regional su hogar. La confianza en el trabajo en equipo, un fuerte enfoque en el cliente, la creatividad y la voluntad de innovar moldean su cultura organizacional, sin dejar a un lado los principios corporativos establecidos en su Código de Valores, Ética y Conducta (COVEC) y sus ejes de servicio.

Se ha esforzado por crear un ambiente laboral familiar, inclusivo y libre de discriminación, en el que colaboradores se sienten valorados y reconocidos por los líderes de las diversas áreas que son dotados de las herramientas necesarias para direccionar la fuerza de trabajo hacia objetivos sostenibles. Esto significa que los colaboradores tienen excelentes oportunidades para asumir responsabilidades y libertad de acción para vivir el propósito heredado de su fundador Carlos F. Novella: "Construir juntos el país donde queremos vivir".

Cuenta con una Agenda de Liderazgo que contempla el bienestar, el desarrollo y el reconocimiento del talento humano, con logros evidentes en sus resultados financieros. En 2021, por ejemplo, superó las metas y los principales indicadores establecidos, demostrando la validez de su filosofía en la que las utilidades no son el objetivo per se, sino el fruto de una serie de acciones que permiten hacer sostenible sus operaciones.

8

AÑOS CONSECUTIVOS RECONOCIDOS POR ETHISPHERE CON EL PREMIO "MOST ETHICAL COMPANIES"

11

AÑOS SEGUIDOS HA RECIBIDO EL RECONOCIMIENTO GREAT PLACE TO WORK.

La seguridad impera en las modernas plantas de Progreso.

Para fortalecer su capacidad de respuesta a las demandas del mercado, la empresa planea ampliar su fuerza laboral e incorporar equipos de trabajo en El Salvador y Costa Rica.

4 UNIDADES DE NEGOCIO RECIBIERON, POR PRIMERA VEZ, EN UNA MISMA EDICIÓN EL "INTERNATIONAL SAFETY AWARD" DE BRITISH SAFETY COUNCIL.

EL CLIMA LABORAL SE MIDE

Continuar alcanzando metas pasa por continuar elevando la satisfacción de los empleados, aspecto que evalúan cada año, a través de encuestas de opinión respaldadas por el Instituto Great Place To Work. Los resultados se analizan para identificar las fortalezas, oportunidades de mejora y decidir estrategias. Las métricas recientes han sido sumamente favorables y evidencian que los colaboradores se sienten orgullosos de pertenecer a una empresa cuyo liderazgo inspira credibilidad e integridad.

Oportunidad de transformación

Ante el acelerado crecimiento de su actividad en los últimos años y los impactos de la crisis sanitaria por el COVID-19, los responsables de la gestión efectiva del talento humano apostaron por incorporar mayor flexibilidad en los esquemas de trabajo y habilitar cambios en distintos procesos mediante la implementación de herramientas digitales, algo que se hizo en tiempo *record*. Además, diversificaron los canales de comunicación y pusieron en marcha en 2021 programas como "Inspira", que promueve el desarrollo del liderazgo femenino, el "Plan Escalada", un modelo de trabajo que considera las nuevas necesidades y el bienestar del colaborador, e iniciativas destinadas a mejorar las condiciones de vivienda, salud, nutrición, finanzas y educación de colaboradores y sus familias.

Todos estos cambios han generado una experiencia positiva que motiva a cada quien a mantener un espíritu de colaboración y a vivir el valor de la solidaridad, elementos que cimientan una actitud de fuerza y resiliencia dentro de la fuerza laboral de Progreso, independientemente del negocio, país o área laboral en la que se encuentren.

La felicidad y el bienestar integral de los colaboradores son ejes centrales de la gestión del talento y clima laboral de Progreso.

WALMART

BASA SU CULTURA ORGANIZACIONAL EN INCLUSIÓN, DESARROLLO Y BIENESTAR

Walmart apuesta fuertemente por la inclusión laboral.

Para Walmart de México y Centroamérica sus asociados(as) están en el centro de sus decisiones. La empresa está comprometida en contribuir a que la industria del retail sea un lugar que genere igualdad de oportunidades, una plataforma para que las personas adquieran las habilidades y experiencia necesarias para avanzar en su trabajo.

Por esta razón se mantiene en constante transformación e innovación, enfocada en generar la mejor experiencia para su gente a través de cinco diferentes promesas: Propósito (cuidar la calidad de vida de las familias centroamericanas), Reto (estar en constante reinvención), Oportunidad (ser un lugar en donde existen grandes oportunidades), Disfrute (se disfruta lo que se hace) e Inclusión (es el lugar en donde cada quien puede ser realmente quien es).

Walmart siempre trabaja para propiciar un ambiente seguro, inclusivo, respetuoso, con oportunidades de crecimiento y un balance de vida trabajo, ofreciéndole a sus asociados(as) un lugar donde puedan ser, crecer y pertenecer.

4 de cada 10

PUESTOS EJECUTIVOS TIENEN EL ROSTRO DE UNA MUJER.

50%

DE LAS POSICIONES DE LIDERAZGO ESTÁN OCUPADAS POR TALENTO FEMENINO.

Las mujeres tienen una participación importante en Walmart.

LAS 5 PROMESAS

Inclusión: Uno de los valores bandera de la organización es el respeto por el individuo. La diversidad, equidad e inclusión son parte esencial y en la empresa se esfuerzan por crear un ambiente de trabajo donde se aprecian las diferencias, generando espacios seguros, libres de acoso y discriminación. Así, garantizan la igualdad de oportunidades a todos. Su fuerza laboral está conformada por personas con diferentes creencias, ideas, experiencias y capacidades, promoviendo el respeto y el valor por las diferencias, incluyendo orientación sexual, identidad y expresión de género. De esa forma garantiza el cumplimiento de los derechos humanos y que se puedan desarrollar personal y profesionalmente en un entorno seguro y diverso, un lugar que acoge sin diferencias. En Centroamérica, Walmart es uno de los empleadores más grandes, pues brinda empleo a más de 36.600 asociados(as), donde las mujeres representan más del 46% del talento humano. En los supermercados y oficinas, la presencia femenina es altamente notoria: 5 de cada 10 colaboradores son mujeres.El 4,3% del talento son asociados(as), con alguna discapacidad motriz, auditiva, de lenguaje, visual e intelectual, los cuales demuestran su pasión y compromiso todos los días, por lo que la empresa impulsa iniciativas que les brinden la oportunidad de laborar y desarrollarse profesionalmente.

Oportunidad y Reto: La compañía brinda a sus asociados(as) la posibilidad de crecer y ser exitosos dentro de la misma. Con base en la detección de necesidades, grupales e individuales, ofrece diversos programas de capacitación para que desarrollen las habilidades necesarias para potenciar su talento, impulsando habilidades como el liderazgo, trabajo en equipo, negociación, conocimientos técnicos, entre otros. Los asociados(as) pueden acceder a programas de capacitación y hasta carreras universitarias con el fin de proporcionarles las herramientas necesarias para su desarrollo profesional y personal. Como parte de ese esfuerzo, Walmart lanzó la plataforma ULearn, que ofrece cursos, programas y certificaciones al talento humano que desee ampliar sus conocimientos académicos. También pueden ampliar sus conocimientos y mejorar su perfil profesional a través de la plataforma LinkedIn Learning o por medio de las capacitaciones y programas de desarrollo profesional brindados por las compañías Mindset Consultor RH, Getting Things Done, Building Information Modelling. Además, tiene convenios con diferentes universidades en Centroamérica para que sus asociados(as) tengan acceso a educación superior a través de carreras y técnicos universitarios, como Administración de Empresas con Especialización en Retail, Mercadotecnia y Recursos Humanos.

Disfrute: La minorista pone a disposición de sus asociados(as) y sus familias el Programa de Asistencia Integral (PAI), que se trata de un programa de consultas sobre temas de salud física y emocional y asuntos financieros, legales y de otra índole. Ofrece opciones para tener un mejor balance de vida. Por ejemplo, a las mujeres y los hombres se les otorga una licencia postnatal, un período adicional para compartir más tiempo con sus hijos recién nacidos o adoptados. En el caso de la maternidad, una vez finalizada la licencia otorgada por la seguridad social, las asociadas de Walmart pueden laborar con jornadas reducidas durante 4 meses o, en su lugar, pueden cambiar ese tiempo por días libres. Con respecto a la paternidad, además de los días libres otorgados por la ley en algunos países de la región, los padres pueden gozar de días adicionales para compartir más tiempo con sus hijos. La compañía otorga otros beneficios como un descuento en las compras que realicen en alguno de los cuatro formatos de supermercados de la empresa los asociados (as) y algún beneficiario.

Propósito: Los asociados(as) están comprometidos con las comunidades en donde están presentes por la razón de ser de la empresa, que es velar por la calidad de vida de las familias centroamericanas, asegurando el precio bajo todos los días, e impulsar el desarrollo de pequeños y medianos productores agrícolas y pymes manufactureras a través de sus programas Tierra Fértil y Una Mano para Crecer, los cuales benefician a más de 24.300 familias en la región.Además, realizan voluntariados relacionados con la donación de alimentos, en apego a su política de la empresa de cero desperdicio.

UNITEC

UN ENTORNO DONDE EL TALENTO AFLORA

Para mantener el buen clima organizacional que la caracteriza, esta institución educativa de Honduras se ocupa, en primera instancia, de establecer metas claras, orientadas al cumplimiento de objetivos estratégicos, y propicia una cultura de mérito por desempeño. Mediante el reconocimiento por logros, le hace saber a los colaboradores que son valiosos para la universidad por quienes son y por lo que aportan como personas y como profesionales, los motiva para que crezcan en el ámbito laboral y los compensa por su buen trabajo.

Por otra parte, cuenta con una política de teletrabajo que brinda al personal autonomía para la realización de sus deberes, priorizando la responsabilidad en sus funciones y el logro de resultados. La positiva valoración de flexibilidad entre el trabajo presencial y virtual propicia resultados positivos en la eficiencia y rendimiento de los equipos.

Políticas de puertas abiertas

Gracias a un liderazgo creyente en la escucha activa y la buena comunicación, los colaboradores tienen la confianza de externar sus dudas e inquietudes, así como sus quejas y denuncias por medio de una línea de ayuda.

Asimismo, se esfuerza por el cumplimiento del Código de Ética Institucional y la Política Anticorrupción y Acoso, ofrece un plan de beneficios competitivos y estabilidad en el trabajo. Todo esto contribuye a su prestigio y alta competitividad y facilita la atracción y retención del mejor talento.

100% DE LOS COLABORADORES PARTICIPAN EN GRUPOS FOCALES Y EN ENCUESTAS DE PROVEEDORES INDEPENDIENTES PARA MEDIR EL CLIMA LABORAL.

Modernas instalaciones y un gran ambiente de trabajo son parte de las ventajas competitivas de Unitec.

Unitec se ufana de contar con un bajo índice de rotación y de lograr al 100% el cumplimiento de las metas organizacionales.

ACCIONES DIFERENCIADORAS EN PRO DEL BIENESTAR Y LA FELICIDAD DEL PERSONAL

- Descuentos para estudios dentro de la institución para colaboradores y sus familiares
- Bonificación anual por desempeño
- Reconocimientos por antigüedad
- Fondo de administración de pensiones
- Transporte
- Préstamo de libros y acceso a las bases de datos de prestigio internacional
- Gimnasio
- Licencias especiales: Por maternidad, paternidad y matrimonio, por enfermedad crítica de un familiar directo (hijos, cónyuges o padres); por muerte de familiar; por el día de cumpleaños y por el día del aniversario laboral.

+Beneficios para sus colaboradores

Área Protegida
+ ₡2.000 adicionales
por colaborador

Beneficios	Cantidad
• Médico a Domicilio	3 eventos
• Telemedicina	Sin límite
• Descuentos en la red odontológica	Sin límite
• Referencias de clínicas y especialistas en Odontología	Sin límite

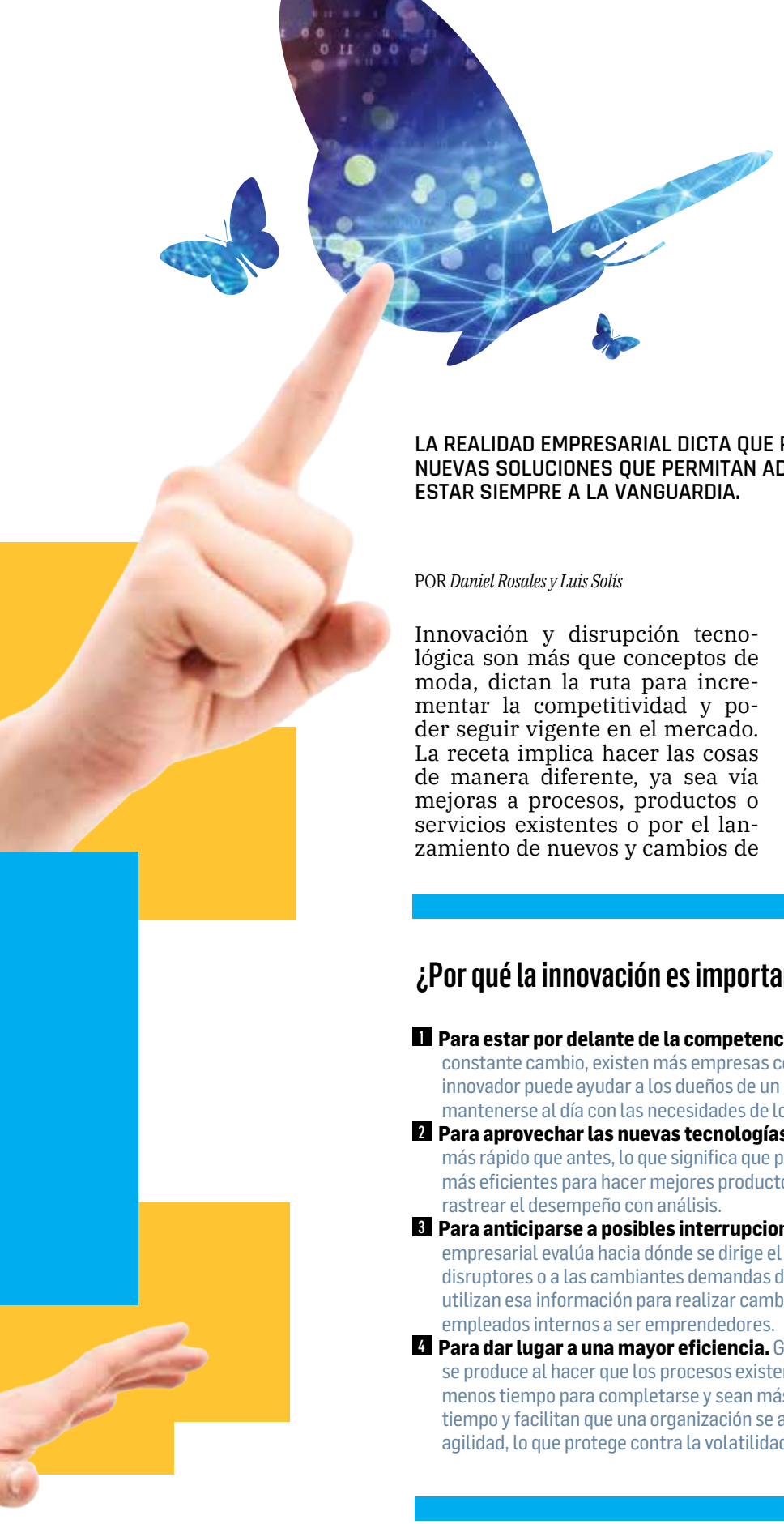
*Eventos por año.

EMERGENCIAS MÉDICAS
Un médico a tu lado

2290·4444
www.emergenciasmédicas.com

INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA

SINERGIA CLAVE PARA LOS NEGOCIOS



LA REALIDAD EMPRESARIAL DICTA QUE PARA EL ÉXITO ES VITAL BUSCAR NUEVAS SOLUCIONES QUE PERMITAN ADAPTARSE A CAMBIOS DEL ENTORNO Y ESTAR SIEMPRE A LA VANGUARDIA.

POR *Daniel Rosales y Luis Solís*

Innovación y disrupción tecnológica son más que conceptos de moda, dictan la ruta para incrementar la competitividad y poder seguir vigente en el mercado. La receta implica hacer las cosas de manera diferente, ya sea vía mejoras a procesos, productos o servicios existentes o por el lanzamiento de nuevos y cambios de estrategia, a fin de revitalizar la empresa y agregar valor para potenciar el crecimiento.

En estas páginas conoceremos el panorama de las organizaciones en torno al tema, las que marcan la pauta y cuáles países son referencia, así como inventos que cambian el mundo y otros que fallan en su misión.

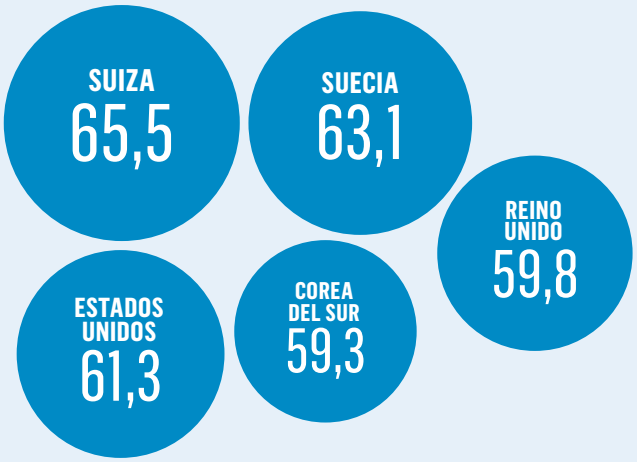
¿Por qué la innovación es importante en los negocios?

1. **Para estar por delante de la competencia.** Con la globalización y el mercado en constante cambio, existen más empresas competidoras que antes. El pensamiento innovador puede ayudar a los dueños de un negocio a predecir el mercado y mantenerse al día con las necesidades de los clientes.
2. **Para aprovechar las nuevas tecnologías.** La tecnología está evolucionando más rápido que antes, lo que significa que pueden haber herramientas nuevas y más eficientes para hacer mejores productos, ofrecer los servicios, comercializar o rastrear el desempeño con análisis.
3. **Para anticiparse a posibles interrupciones.** Cuando se hace bien, la innovación empresarial evalúa hacia dónde se dirige el mercado, debido a los posibles disruptores o a las cambiantes demandas de los consumidores. Las empresas utilizan esa información para realizar cambios estratégicos e incitar a los empleados internos a ser emprendedores.
4. **Para dar lugar a una mayor eficiencia.** Gran parte de la innovación empresarial se produce al hacer que los procesos existentes sean menos costosos, requieran menos tiempo para completarse y sean más sostenibles. Esos cambios ahorran tiempo y facilitan que una organización se adapte a la evolución de la industria con agilidad, lo que protege contra la volatilidad y el riesgo.

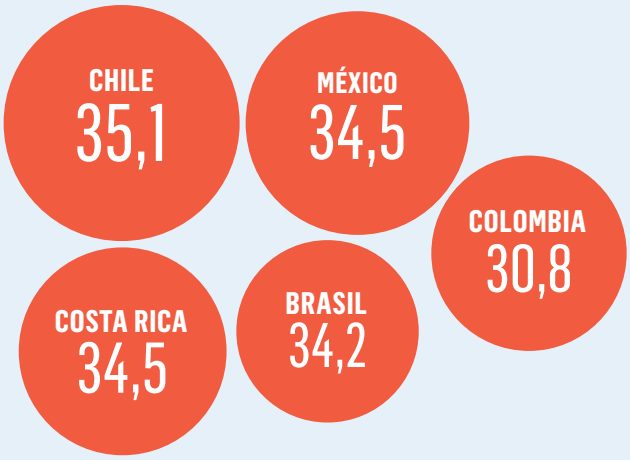
LOS PAÍSES MÁS INNOVADORES DEL MUNDO EN 2021

ESCALA 1-100

TOP 5 GLOBAL



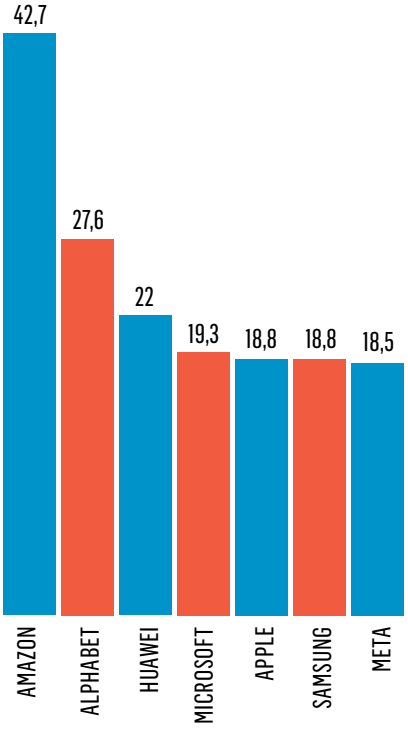
TOP 5 DE AMÉRICA LATINA



FUENTE: STATISTA, CON BASE EN DATOS DE LA ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

LAS EMPRESAS QUE MÁS INVIERTEN EN I+D

EN MILES DE MILLONES DE US$



FUENTE: STATISTA

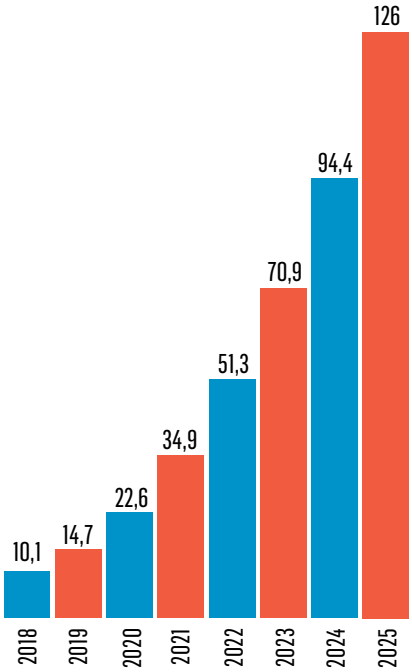
PAÍSES LATINOAMERICANOS MÁS PREPARADOS PARA LAS TECNOLOGÍAS DE VANGUARDIA

1: MÁS PREPARADOS

FUENTE: STATISTA

TAMAÑO DEL MERCADO DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL A NIVEL MUNDIAL HACIA EL 2025

EN MILES DE MILLONES DE US$



FUENTE: STATISTA

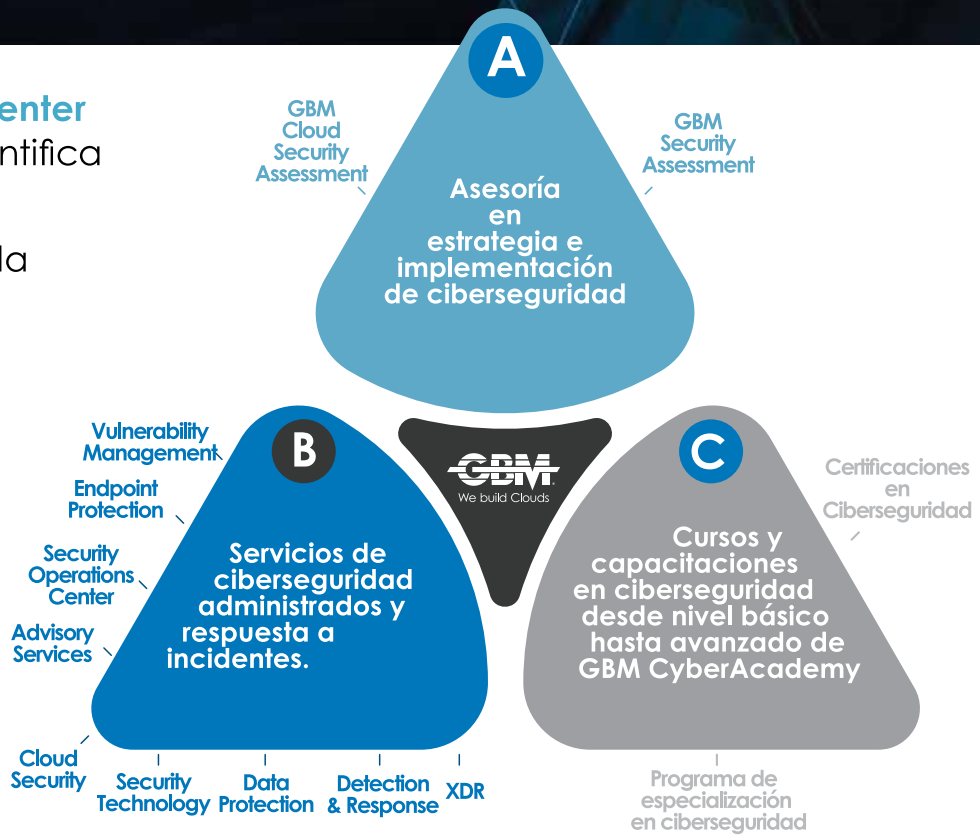
Protéjase contra el **RAMSOMWARE** o ataque cibernético

RESGUARDE LA INFORMACIÓN DE SU EMPRESA

DESDE UN CENTRO DE SEGURIDAD MODERNO

El **GBM** Cybersecurity Center monitorea, detecta, identifica y valida las amenazas.

Cubrimos el ciclo de vida completo de la gestión de riesgos cibernéticos, que abarca desde asesoría, hasta servicios de seguridad administrados y respuesta a incidentes.



VER MÁS gbm.net/es/**ciberseguridad**

www.gbm.net

mercadeo@gbm.net | GBMCorp Contacte a GBM en su país y marque 3840

GBM We build Clouds

ACIERTOS Y DESACIERTOS DEL MUNDO TECNOLÓGICO

LA INNOVACIÓN Y EL CAMBIO EMPUJAN LA EVOLUCIÓN DE NUESTRAS VIDAS. CADA AÑO SE LANZAN PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE ECLIPSAN AL MERCADO Y REVOLUCIONAN LA FORMA DE HACER LAS COSAS, MIENTRAS QUE OTROS DE LOS PRESENTADOS CON BOMBOS Y PLATILLOS NO LOGRAN SU COMETIDO.

Todos los años apreciamos en diferentes ferias el mundo del mañana. Las empresas sacan a relucir las propuestas de vanguardia con las que proyectan darle un giro de 180º a nuestra sociedad. Una buena parte se convierten en éxitos rotundos, otras se quedan en el papel o fracasan porque no impactan como sus desarrolladores esperaban o resultan poco competitivas por precio y logística.

En este especial hacemos un repaso de cinco innovaciones que han marcado la historia para bien y cinco promesas fallidas lanzadas en el Consumer Electronics Show (CES), una de las más grandes del mundo en su género, que se realiza anualmente en Las Vegas, Estados Unidos.

10 consejos de ciberseguridad que deben seguir los colaboradores

En los últimos dos años, la dependencia de los sistemas digitales ha alterado a las sociedades. Las industrias han vivido una acelerada digitalización, los colaboradores migraron hacia esquemas de trabajo remoto o híbrido, y la cantidad de plataformas y dispositivos que facilitan esa transición han proliferado.

A nivel de seguridad, una creciente dependencia digital supone mayor vulnerabilidad a los ataques cibernéticos. De acuerdo con el Foro Económico Mundial, los ataques de malware y ransomware incrementaron en 358% y 435% respectivamente desde el 2020.

El esquema de trabajo remoto o híbrido implica colaboradores conectándose a las redes de la empresa desde múltiples ubicaciones, dispositivos y momentos, lo cual los hace más vulnerables de sufrir un ataque. Por esto, los expertos de seguridad de Datasys recomiendan que las organizaciones incentiven en sus colaboradores las siguientes prácticas:

- Utilizar Autenticación Multi-Factor (MFA), como método de control de acceso. Así, se puede verificar que la persona que intenta ingresar a la red es quien dice ser.
- Respaldar constantemente los datos en distintas fuentes de almacenamiento para que, en caso de ser atacado, la información pueda ser restaurada fácilmente.
- Evitar abrir archivos, hacer clic en links, o llamar a números desde mensajes no solicitados.
- Cambiar las credenciales predeterminadas de los equipos.
- Deshabilitar las opciones de los equipos que no esté utilizando, como Bluetooth o Wi-Fi, para que los atacantes no establezcan una comunicación inalámbrica con el dispositivo.
- Encriptar los datos más importantes y los caminos de comunicación.
- Seguir las políticas sobre el manejo de datos de la empresa.
- Mantener softwares y sistemas operativos actualizados, con los protocolos de seguridad y vigilancia optimizados.
- Activar el Bluetooth en modo incógnito para evitar que el dispositivo sea rastreado por los atacantes.
- Apagar las conexiones automáticas cuando no esté utilizando el equipo.

Los tiempos actuales requieren que las organizaciones opten por un abordaje de ciberseguridad más completo, que defienda tanto las redes, como los usuarios y sus dispositivos. Para apoyar la transformación digital segura de las organizaciones, Datasys Group ha creado los paquetes especializados Ciberseguridad360, que ofrecen las soluciones necesarias para cubrir cada uno de esos flancos.

Para más información, visite
https://datasys.la/portafolio/ciberseguridad/

DATASYS GROUP

LANZAMIENTOS QUE DIERON JUSTO EN EL BLANCO

01

LA ALMOHADA INTELIGENTE

Detectar la posición en que la persona duerme, el sonido de ronquidos y la posición de la cabeza está entre las tareas de Motion Pillow 3, una almohada que en su interior cuenta con bolsas de aire que se inflan para optimizar la postura durante el descanso, mejorar el confort y evitar perturbaciones en el sueño. El dispositivo, cuya meta es cuidar la salud de los consumidores, fue uno de los galardonados en la edición del CES de este 2022.

02

WIFI SIN ROUTER

En el 2018, la llegada de MyLiFi marcó un antes y un después en la industria. Esta lámpara ofrece una conexión inalámbrica de calidad, sin depender de ningún tipo de cable ni onda de radio, algo muy útil en cualquier parte del mundo. Envía la información necesaria a través de los LEDs para conectar dispositivos a internet y navegar sin inconvenientes. Eso sí, aún requiere de mejoras porque la velocidad no es la esperada. Lo más curioso de esta tecnología pionera es que no necesita que la lámpara esté encendida para disponer de conexión.

03

SLEEP NUMBER 360

La marca Nokia se ganó un espacio notable en el CES 2018, con una contribución para del descanso total. Lanzó un colchón inteligente que permite conocer nuestros hábitos nocturnos a través de una aplicación que monitorea movimientos, ronquidos, ritmo cardíaco y calidad del sueño, entre otros aspectos, con el fin de mejorar las horas de descanso. Además, con la *app* y un sistema inteligente que se conecta en la habitación permite apagar luces, bajar persianas y controlar temperaturas ambientes, sin tener que salir de la cama.

04

IMPRESORAS 3D

En 2014, Bre Pettis, el CEO de Makerbot, revolucionó el mercado con el invento de las impresiones 3D. A partir de entonces, han madurado con sorprendentes y muy variadas formas de uso, aunque compiten especialmente por la que haga más a un menor precio, ya que continúan siendo costosas. Algunas de las más destacadas son la XYZprinting Food 3D, que imprime objetos comestibles y sorpresas; la Picarv, de la empresa coreana Farmer's Farm, que genera impresiones 3D a partir de fotos 2D; y la Phoenix Touch 1080PDLP, que ofrece una precisión de 50 micras y hace uso de proyectores digitales 1080P para abaratar el costo y realizar productos de la salud, entre otros. Lo cierto es que llegaron para quedarse y van ganando espacio en la historia tecnológica.

05

PULSERAS CON ADN Y TECNOLOGÍA APLICADA A LA SALUD

Usar las instrucciones genéticas de nuestro organismo para personalizar la lista de las compras en el supermercado y llevar una dieta saludable ya es posible. Aunque generó un poco de incertidumbre al inicio, la empresa DnaNudge creó una cápsula digital con ADN de la persona que se lleva siempre encima, en una pulsera. Los interesados adquieren también un *kit* y una *app* les brinda datos que los guían a la hora de comprar y comer más sano. Lo divertido es que también pueden comparar su ADN con el de sus amigos para ver qué tanto tienen en común.

TECNOLOGÍA QUE FALLA EN LLEGAR A LA META

01

LA MASCARILLA MÁS INTELIGENTE DEL MUNDO DE RAZER

La compañía presentó el prototipo a inicios del 2021, con un diseño *gaming* y filtros reemplazables que supuestamente eran de grado N95 para evitar el COVID-19, sin embargo, nunca obtuvo las aprobaciones ni las certificaciones necesarias para avalar que las mascarillas fueran realmente eficaces y seguras. En octubre de ese mismo año, retomó el concepto con ciertas modificaciones y un nuevo nombre: Razer Zephyr. Tienen un *look* tipo Darth Vader, con proyección de voz, gracias a una combinación de micrófono y amplificador integrados, luces RGB que ofrecen 16,8 millones de colores y un conjunto de efectos icónicos. Sin embargo, la tecnología sigue pendiente de patente y tampoco ha logrado probar que protege contra el virus. Por el contrario, la empresa enfrenta una acusación por fraude, interpuesto por la youtuber Naomi Wu, quien afirma que contrajo la enfermedad por la ineficacia del producto.

02

EL SAMSUNG BOT CARE

La marca surcoreana prometió al público en 2021 un asistente personal capaz de identificar hábitos, aprender de ellos y tomar decisiones para encausar a los dueños en un estilo de vida más saludable. Por ejemplo, si pasan mucho tiempo frente a la computadora avisará para que se tome un descanso, memoriza los horarios y procesa toda la información personal con inteligencia artificial para no dejar pasar nada por alto y ayudar a sacar las tareas de una forma más cómoda. Lo cierto es que aún no se sabe cuándo saldrá este robot al mercado ni hay pistas sobre su precio. Además, si nos detenemos a pensar, ya existen *apps* como Siri, Alexa y Google Assistant que pueden realizar ese tipo de tareas, sin la necesidad de tener un robot que quita espacio y que puede costar cuantiosas sumas de dinero. Hasta el momento, la compañía sigue sin develar si al final saldrá o no, pero es algo fácilmente sustituible en este momento.

Las ventajas de la tecnología en las empresas
Fuente: SAP

- **Aumento de la productividad:** La transformación digital permite que se agilicen procesos, que se detecten con antelación posibles fallos y, por tanto, la toma temprana de decisiones eficientes y bien fundamentadas.
- **Costos más competitivos:** Tecnología actualizada y digitalizada puede suponer ahorros que elevan la competitividad con respecto al modelo tradicional.
- **Reducción de tiempo en los procesos:** La tecnología y los sistemas informáticos suponen una evolución en la gestión de procesos y salidas más rápidas al mercado, gracias a la automatización para el perfeccionamiento de tareas, la digitalización de documentos, la comunicación más efectiva y la mejora continua por el monitoreo.
- **Impulsa nuevos servicios:** La transformación digital potencia la innovación y permite que algunas empresas puedan ampliar con su oferta. Además, las numerosas herramientas digitales permiten mejorar la investigación del producto o servicio.
- **Ayuda a los empleados a aportar más valor:** El nuevo modelo digital demanda personas innovadoras y dispuestas a actualizarse en todos los rangos, tanto empleados como directivos, quienes además deben adoptar nuevas competencias para fomentar su capacidad de autoaprendizaje, comunicación y explorar el trabajo colaborativo. Ese cambio no solo retiene talento, sino que también lo atrae.
- **Apoyo para la toma de decisiones:** La desactualización o los vacíos de información dan pie a más errores o lentitud en los procesos, algo que con la digitalización se puede solventar, dando paso a la vez a tomar decisiones más rápido y con mayor precisión.

03

TABLETS CONVERTIBLES

En 2016, muchos fabricantes apostaron por crear modelos 2 en 1 de tabletas desmontables con algunas características de una computadora portátil convencional, como incentivo para la compra de nuevos dispositivos dentro de un mercado muy saturado y siempre en evolución. Aunque parece una idea inteligente, tuvo poca aceptación entre los amantes de la tecnología. Las únicas que lograron posicionarse por algún tiempo fueron la ThinkPad X1 de Lenovo y la HP Spectre x360, pero no con el alcance proyectado por los fabricantes y, aunque aún se venden, las cifras van en picada. Todo apunta a que los usuarios prefieren mantener ambos dispositivos por separado.

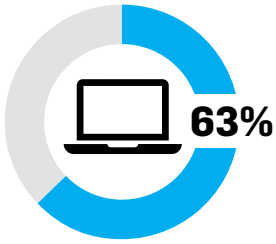
04 TV 3D

En 2009, la TV en 3D fue un invento que causó revuelo, sin embargo, el principal obstáculo para su éxito fue que casi nadie quiso utilizar gafas mientras veía la televisión desde casa, además de la carencia de canales de televisión que transmitían en esta tecnología.
Años más tarde, la marca ESPN se veía como la principal cadena de deportes en 3D en 2011, pensando que podría marcar el comienzo de estos dispositivos, pero el canal nunca despegó. La compañía cerró su cadena de 3D apenas dos años más tarde y las ventas de este tipo de televisores fue casi nula.

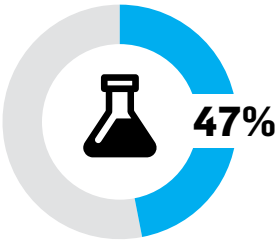
05 EL BEERMKR

Este robot para hacer cerveza artesanal de forma automática, lanzado este 2022, lejos de atraer suspiros, fue foco de críticas por su poca utilidad. No ofrece nada nuevo con respecto a conceptos presentados en años anteriores por otras marcas en esa misma línea. Sin embargo, el mayor problema radica en que únicamente funciona con el *kit* de ingredientes que vende el fabricante, restringiendo la libertad del usuario para explorar con sus propias recetas.

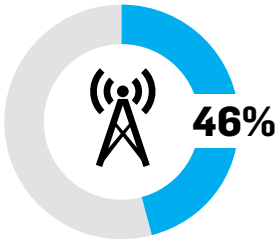
¿Cuáles son las industrias más innovadoras?



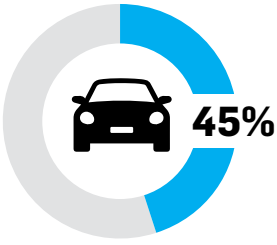
TECNOLOGÍA



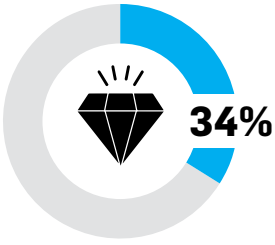
QUÍMICA Y FARMACÉUTICA



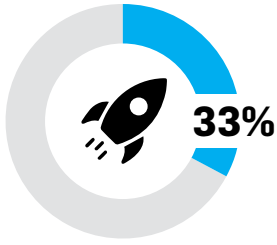
TELECOMUNICACIONES E INTERNET



AUTOMOTRIZ



LUJO



AEROESPACIAL Y DEFENSA

Fuente: Boston Consulting Group

ESTRELLAS DE LA INNOVACIÓN

Las empresas deben estar en constante movimiento. Lo que les funcionaba hace unos años puede estar obsoleto en los tiempos que vivimos. Por eso, la palabra innovación es clave para el éxito de cualquier compañía independientemente de la región y sector.
Parte de esa innovación proviene de la tecnología, que brinda nuevas soluciones. Estas empresas de las que hablaremos han entendido la dinámica.

3M

Libera el poder de las personas

La pasión por la ciencia y la innovación abarca a todos los niveles de esta multinacional para la que todo comienza con un propósito: ayudar a los clientes a encontrar soluciones, grandes o pequeñas, para mejorar diversos aspectos de su vida.
Cada uno de sus grupos de negocio se esfuerza por resolver los retos actuales y por prepararse para el futuro, con el objetivo de crear un mundo más positivo a través de la ciencia, aportando soluciones innovadoras que añadan valor. Diseñan adhesivos estructurales que son lo suficientemente fuertes para las aplicaciones más extremas y satisfacen necesidades únicas. Entre e ellas se pueden citar la protección de la salud del usuario mediante la reducción de emisiones, la resistencia a la intemperie para aumentar la vida útil y reducir el uso y la adhesión a superficies que antes se consideraban antiadherentes. En paralelo, avanza en el camino de la transformación. Acelera las capacidades digitales y amplía el uso de datos y análisis para servir mejor a los clientes y mejorar su agilidad operativa.

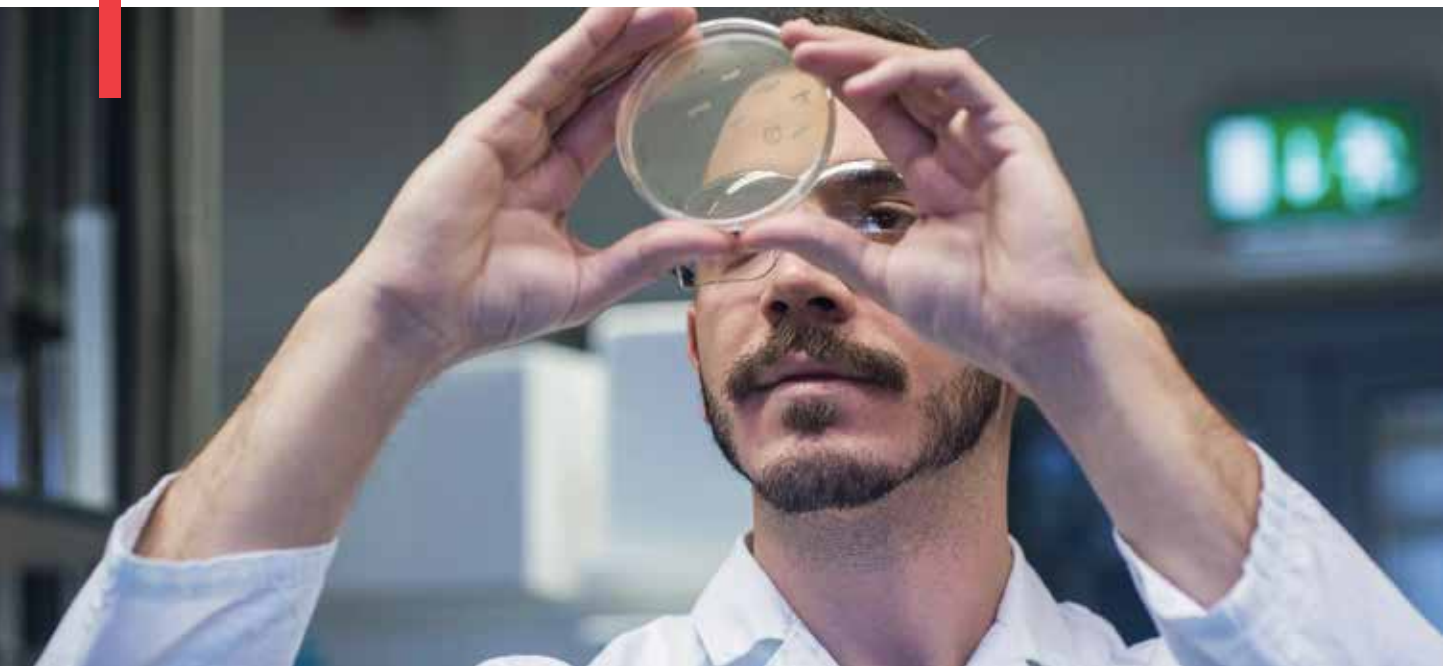
Exploración científica e innovación

La investigación y el desarrollo amparan una constante corriente de productos únicos e innovadores, los cuales impulsan el crecimiento orgánico. También son clave para sus márgenes de primer nivel y retorno a los inversionistas.

- Con operaciones en cerca de 70 países, pueden atender a sus clientes donde quiera que estén.
- En estos años, 3M ha registrado más de 110.000 patentes, muestra de la fuerza del motor innovador.
- En 2019, agregó nueve plataformas nuevas: fabricación aditiva, sistemas conectados, visualización computacional, ciencia y análisis de datos, metamateriales, robótica avanzada, materiales de liberación, diseño sostenible y gestión térmica.

30 plantas industriales a nivel mundial.

±3.000 patentes registra por año.



La ciencia de 3M nunca está lejos, abarca desde fabricación de nuevos materiales, análisis de datos y equipos de seguridad hasta los Post-it® que tienen los trabajadores en su escritorio.

CAJA DE AHORROS

Impulsa la agenda de pagos digitales de Panamá

El compromiso de esta entidad bancaria estatal panameña, con 88 años de sólida trayectoria, es liderar la inclusión financiera, el ahorro y la buena gestión de la economía familiar, con soluciones innovadoras y experiencias memorables que permitan romper las barreras de accesibilidad. En esa línea, Caja de Ahorros lanzó "Wa! Mi Wallet Nacional", la primera billetera electrónica de Panamá y la región para pagos con la cédula, una tarjeta Mastercard o un celular.

Esto es el fruto de un proyecto interinstitucional, desarrollado mediante una alianza público-privada entre Caja de Ahorros y la Autoridad Nacional para la Innovación Gubernamental (AIG), con el respaldo de Mastercard, CROEM Panamá INC. y el Instituto para la Formación y el Aprovechamiento del Recurso Humano (Ifarhu). Wa! beneficiará a miles de panameños que reciben apoyo de programas de asistencia social de las diferentes instituciones del Estado y facilitará la trazabilidad de los fondos de transferencias monetarias condicionadas.

"Actualmente, más de 1,1 millones de panameños reciben ayuda directa de más de 20 programas sociales a través de cheques o transferencias bancarias, con desafíos que hoy ya tienen una solución. Con Wa! Mi Wallet Nacional mejoraremos la experiencia de los usuarios, quienes gozarán de inmediatez para utilizar sus recursos y así, Panamá se convierte en el primer país de la región en contar con un esquema exclusivo de pago de fondos de asistencia social con tecnología de última generación y los más estrictos estándares de seguridad", destaca Juan E. Melillo, gerente general de Caja de Ahorros.

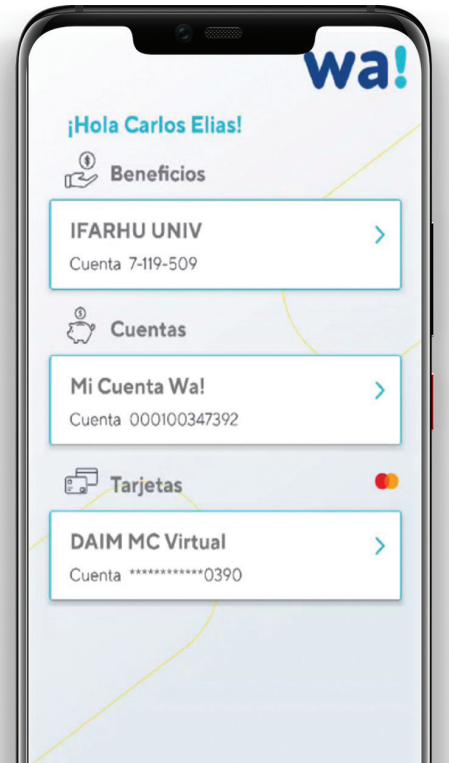
+800.000 clientes activos tendrán a disposición la aplicación de Wa!

¿Cómo funcionará Wa!?

Wa! Mi Wallet Nacional es una aplicación que le brindará al usuario nuevas posibilidades para comprar, ahorrar y manejar su dinero de forma fácil y confiable.

Con Wa! podrás crear una cuenta Wa! 100% digital, adquirir una tarjeta prepagada Mastercard virtual o física para comprar en comercios físicos y digitales del mundo y hacer pagos QR en comercios afiliados con el celular.

Juan E. Melillo, gerente general de Caja de Ahorros, destaca que la aplicación pone a Panamá a la vanguardia para la movilización digital de fondos de asistencia social.



La nueva plataforma es segura, eficiente y confiable. Los usuarios solo tienen que instalar la aplicación en su teléfono móvil u otro dispositivo y desde ella pueden administrar su dinero de forma virtual.

GBM

Cultura de servicio

La clave del éxito de esta empresa de tecnología costarricense es una combinación de factores que la hacen un referente en la región centroamericana y del Caribe, siendo los colaboradores el baluarte fundamental para lograr cada uno de sus objetivos.

"La dedicación, mejora constante y pasión de nuestro equipo es un elemento incomparable en el mercado. Somos una compañía basada en valores, los cuales están en el centro de nuestro accionar. Trabajar con confiabilidad, coraje, disciplina y transparencia es lo que nos define", señala Ramón Aguilar, CEO de GBM.

Ramón Aguilar, CEO GBM

La empresa evoluciona de la mano de grandes socios estratégicos que confían en su trabajo. Su alianza exclusiva con IBM y relaciones estratégicas con empresas de clase mundial, como Lenovo, Cisco, SAP, Microsoft, entre otras, le permite brindar a los clientes soluciones de negocio basadas en tendencias de la industria.

"Estamos empezando a promover una cultura de hacer cosas nuevas, más arriesgadas. Si nos equivocamos es una lección que sirve para hacer las cosas mejor en una próxima ocasión. Aspiramos a convertirnos en un aliado integral, donde podamos ser parte de las operaciones y estructura de los clientes", comenta Aguilar.

Portafolio

- **Infraestructura:** Servidores, networking y almacenamiento, entre otros, así como servicios de instalación, adopción, mantenimiento y asesoría técnica asociados a éstos.
- **Software:** Ciberseguridad, aplicaciones, data & analytics, administración de procesos y soluciones de negocio enfocadas en apoyar en la transformación digital.
- **Servicios:** de nube híbrida, gestión, soporte, técnico, mantenimiento, Data Centers, educación, de software, de infraestructura, entre otros.
- **Consultoría:** Soluciones SAP basadas en experiencia de mejores prácticas y en un amplio conocimiento por industria, con más de 350 proyectos implementados. GBM es el socio de SAP más grande de la región.

Dos aristas de la innovación

- **A lo interno:** La compañía procura siempre mantenerse actualizada, por eso apuesta por las certificaciones y por la capacitación constante de su recurso humano para estar siempre a la vanguardia.
- **A lo externo:** Ofrece las soluciones completas más innovadoras que existen en el mercado y tiene en su portafolio de servicios una línea de negocios exclusiva para la innovación, a través de la cual ofrece a los clientes desde asesorías hasta design thinking y creación de nuevos productos digitales.

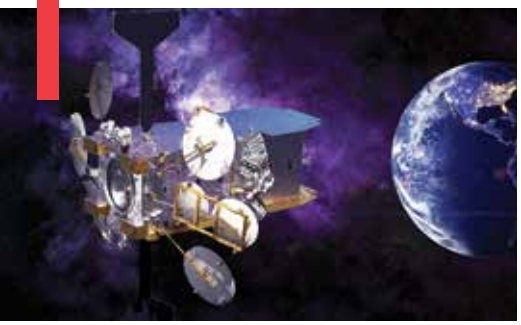
+1.800 colaboradores

3% del total de sus ingresos anuales destinados a procesos de I+D

13 AÑOS de ser líder en servicios de TI en Centroamérica y Caribe, según IDC

COMNET

Resuelve los retos más exigentes en telecomunicaciones



La empresa se distingue por ser una de las primeras del mundo en utilizar satélites de gran capacidad para ampliar sus servicios y ofrecer cobertura a nivel regional.

Con más de 20 años de experiencia en brindar servicios de telecomunicaciones de banda ancha y soluciones de tecnología integrada a empresas e instituciones regionales, COMNET no baja la guardia y siempre descubre y explora nuevas y mejores tecnologías para solucionar de manera confiable y segura las necesidades de sus clientes. El motor que la motiva es brindar prestaciones de la más alta calidad para impactar positivamente en las operaciones, productividad y crecimiento de las empresas que confían en sus servicios. Bajo la bandera de la innovación, desarrolla productos novedosos que mejoran procesos en los diversos modelos de negocios, marcando el ritmo de crecimiento de las empresas y agregando un valor intangible en la manera de ejecutar proyectos. Además, prioriza un mundo interconectado, cercano y sin fronteras, maximizado por las diversas soluciones tecnológicas que construyen progreso. Por ello se especializa en diversos segmentos e industrias y garantiza un servicio con excelencia de principio a fin, con la implementación de elementos claves que contribuyen a mantener un ciclo virtuoso de vanguardia.

Un enfoque de interconectividad

Cuenta con un equipo altamente profesional y comprometido con la calidad y la creación de relaciones cercanas y de confianza con los clientes. Sumado a eso, la organización fortalece su acceso a las tecnologías más modernas del mundo por medio de aliados regionales y mantiene una filosofía de telecomunicaciones híbridas, bajo la cual aprovecha los beneficios de los diversos medios de transmisión, entre ellos, fibra óptica, satélites y conexiones inalámbricas. El estreno constante de satélites y la utilización de las plataformas más modernas a nivel internacional suma a sus ventajas competitivas. Incluso, la hace destacar como una de las primeras del mundo en utilizar el primer satélite comercial lanzado al espacio por SpaceX y se prepara para estrenar el satélite más moderno y grande de su clase, el SES-17, un Very High Throughput Satellite (VHTS). Ese será el primero en proveer la banda Ka en América Central, lo que significa internet de más velocidad y con cobertura en todo el continente americano, incluyendo el Océano Atlántico.

Tranquilidad para las empresas.

COMNET se diferencia dentro del mercado por brindar las mejores tecnologías de seguridad para las redes de telecomunicaciones. Con su propuesta Safe Internet brinda una suite de soluciones y servicios a las empresas que buscan mejorar la seguridad de la red. "En COMNET llevamos el internet a empresas pequeñas, medianas y grandes de cualquier lugar de la región, con calidad y pasión por el servicio. Creemos en la innovación y en ser los primeros en llevar los avances tecnológicos a nuestros clientes", comenta Jorge Eskenasy, el presidente de la compañía.

El lanzamiento de esta nueva tecnología llega a fortalecer sus productos QUANTTUM, a través de los cuales se consigue mayor inclusión digital y un impacto significativo en servicios educativos y de salud, así como la ampliación de la cobertura de la tecnología 5G. Con estas acciones COMNET acelera la innovación y abre nuevas posibilidades para sus clientes.

Jorge Eskenasy, presidente de la compañía, asegura que COMNET utiliza diversas tecnologías de la forma más eficiente para resolver los retos más exigentes.

COMNET

INNOVACIÓN EN **CONECTIVIDAD EMPRESARIAL**

COMNET es la empresa de telecomunicaciones líder en Centroamérica especializada en conectividad de Internet y datos para empresas e instituciones, amplía sus capacidades en toda la región. Con las mejores tecnologías de fibra óptica, satélite y microondas ofrecemos la más alta disponibilidad, seguridad y máxima velocidad.

FIBRA OPTICA - SATELITAL - MICROONDAS

COMNET, conectando un mundo mejor.

www.comnetsa.com | info@comnetsa.com

in | f | | | |

ENERGUATE

Siempre a la vanguardia

Paralelo a la ampliación de las instalaciones de distribución, constantemente la compañía adquiere tecnología de punta para hacer más eficiente el servicio, automatizar los elementos de los circuitos y optimizar el funcionamiento de todos los equipos.

La mayor parte de la red de distribución de la empresa se ubica en áreas con dificultades de acceso o topografía compleja, por lo cual ha sido fundamental incorporar dispositivos técnicos que permiten el manejo remoto de las instalaciones eléctricas. Es usual el uso de drones para supervisar las líneas (aparatos muy eficientes al considerar también la dispersión geográfica de clientes), así como el de cámaras termográficas para identificar fuentes anómalas de calor y reconectadores automáticos que reducen la necesidad de movilizar personal.

A esto se suma que su Política de Responsabilidad Empresarial la lleva a impulsar mejoras frecuentes en la red y proyectos de ampliación de cobertura para que los guatemaltecos dispongan de un servicio eléctrico confiable.

Aldeas de Cubulco, Baja Verapaz, figuran entre las beneficiadas con los proyectos de electrificación rural que desarrolla la empresa. Las otras poblaciones contempladas son: Pasaco, Jutiapa; Chajul y San Juan Cotzal, Quiché; Todos Santos Cuchumatán, Huehuetenango; San Martín Jilotepeque, Chimaltenango; y San Pedro Carchá, Alta Verapaz.

Electrificación rural

Este 2022, ENERGUATE impulsa proyectos de electrificación para conectar a 2.500 clientes ubicados en comunidades de difícil acceso y alejadas de los centros urbanos, con una inversión directa de Q34 millones (US$4,4 millones). En Cubulco, Baja Verapaz, por ejemplo, cuatro aldeas ya cuentan con el servicio: Palá, Malena, Chisantiago y Xeyoch; mientras que avanza en los trabajos en Chuachiyac, El Jocote y El Chup. La meta es que, al finalizar el año, 739 viviendas y comercios de esas siete comunidades tengan acceso a electricidad. Los fondos destinados para lograrlo rondan los US$775.000.

"Desde hace cinco años, iniciamos un proceso de inversión en infraestructura de transporte de electricidad que nos ha permitido proyectar una red fuerte y adecuada a las necesidades de crecimiento del país", explica Lissette Barrios, gerente de Recursos Humanos y Comunicación.

US$20
millones invertirá en la puesta en funcionamiento de tres nuevas subestaciones.

Entre
US$300 y US$350
millones destinará en los próximos cinco años a la construcción de 15 instalaciones de transformación y transmisión eléctrica, siguiendo los lineamientos del Plan de Extensión del Transporte, definido por el Ministerio de Energía y Minas.

±100.000
nuevos clientes se incorporan por año a la red de distribución eléctrica de ENERGUATE.

3 plataformas de atención acordes con la nueva realidad

- Canales virtuales para facilitar la comunicación e interacción, como WhatsApp y Messenger.
- Aplicación para teléfonos móviles
- Apertura de oficinas en los municipios más alejados de los centros urbanos.

Inversiones y operaciones éticas.

Las decisiones de negocio basadas en la ética son la mejor inversión para el mediano y largo plazo. **Las buenas prácticas éticas son mandatorias en todos los niveles de nuestra organización.**

2385 2222 | www.energuate.com | APP YouTube

ENERGUATE
LUZ DE MI TIERRA

GRUPO ENX

Experiencia y respaldo para innovar

Desde Panamá, apuesta por asesorías y soluciones para empresas que buscan integrar todas las áreas de un negocio, mejorar su productividad y maximizar oportunidades de mercado.

Para mantenerse a la vanguardia, forma relaciones estrechas con sus clientes para conocer a profundidad sus operaciones y así identificar lo que requieren. Esto le permite mejorar su oferta o desarrollar nuevas soluciones. Además, proporciona a su equipo de I&D los recursos para explorar tendencias y crear soluciones capaces de atender las necesidades que anticipa a corto y mediano plazo.

Su experiencia por más de 18 años en el desarrollo de sus propias soluciones tecnológicas se traduce en total control sobre el ciclo de vida del producto. Un ejemplo es la plataforma Elconix, un ERP de grado industrial utilizada en varios puntos de Latinoamérica para conectar Ventas, Finanzas, Compras, Logística, Operaciones, Inventario y/o Recursos Humanos.

Otro caso es Komodin, un WMS para el manejo de centros de distribución que permite agilizar la cadena de abastecimiento, optimizar espacio de almacenamiento, visualizar indicadores en tiempo real y gestionar operarios, tareas y despachos.

La interconectividad es un concepto ampliamente desarrollado, ya que todas sus soluciones trabajan entre sí a través de APIs, lo que también permite operabilidad con otras herramientas en el ecosistema informático de los clientes.

¿Con qué más sorprenderá?

Este 2022 está por lanzar al mercado tres soluciones nuevas:

- **DataKubes:** Es una plataforma de datos todo-en-uno que integra ELT, Big Data, AI/ML, visualización, inteligencia de negocios y desarrollo de aplicaciones. Permite a organizaciones de toda industria crear soluciones ágiles para tomar decisiones acertadas aprovechando sus datos.
- **FeelBack:** Es una herramienta para medir la experiencia del cliente que permite predecir el nivel de satisfacción con su producto o servicio y proveer recomendaciones para su retención.
- **WorkDomo:** Es una plataforma de colaboración empresarial donde miembros pueden comunicarse, compartir información y documentos y colaborar en equipos. Responde a la nueva realidad de trabajo remoto y se distingue por la privacidad y seguridad ya que brinda a la empresa total control sobre la información y la interacción.

15% del presupuesto anual se destina a I&D.

30-50% es el rango de los aumentos en productividad que se logran con sus productos

Grandes aciertos

Entre sus fortalezas destaca el desarrollo de soluciones en la nube, tales como Elconix (ERP), Komodin (WMS) y DataKubes (Plataforma Data-Driven). Sus ventajas:

- Reducen costos de infraestructura y mantenimiento.
- Aseguran una alta disponibilidad, escalabilidad, y seguridad del servicio
- Permiten acceso a la información en cualquier momento, desde cualquier lugar y desde cualquier dispositivo.

ENX®
ENX HOLDING GROUP INC.

Komodin

Transforme la gestión de su Centro de Distribución con Komodin iWMS

Soluciones

- Gestión de Inventario
- Gestión de Ubicaciones
- Recepción de Mercancía
- 3PL
- Dashboards
- Mobile Technology

www.komodin.io

ELCONIX®

INTEGRANDO SU NEGOCIO

Integra todos tus procesos con un ERP de grado Industrial

Soluciones

- Ventas
- Finanzas
- Compras
- Inventario
- RRHH
- Manufactura
- CRM
- Logística & Transporte
- Integraciones con API

+ 507 6254-1498
+ 507 202-1234

www.elconix.com
ventas@elconix.com

GRUPO UNICOMER

La multinacional apuesta fuerte en su transformación digital.

Transforma las operaciones

Este gigante del comercio de capital salvadoreño se encuentra en un punto de inflexión: al tiempo que define, adopta y construye nuevas herramientas que le permitan mejorar la experiencia de sus clientes y colaboradores, trabaja en la transformación digital.
Su meta es que la innovación vaya más allá de la experimentación. Ha creado espacios donde se promueven nuevas ideas y las convierten en realidad, a fin de brindar los productos y soluciones que necesitan sus consumidores.

Claves de la nueva estrategia
Grupo Unicomer ha hecho avances importantes en su ruta de evolución con la apertura de hubs tecnológicos en Chile y El Salvador, donde se encuentran fábricas digitales destinadas a proveer productos innovadores en ambas regiones. A finales de este año se planifica tener 404 plazas internas y 54 outsourced. Son espacios de reunión que facilitan el networking y la comunidad, que empoderan y acercan aún más a sus equipos para que puedan crear productos de manera ágil, mediante el trabajo colaborativo, unidos por un mismo objetivo. Además, implementó una nueva infraestructura corporativa y ha fortalecido la estrategia digital del comercio electrónico.

El papel de la transformación digital

Por medio de un cambio cultural, su apuesta es ser una empresa basada en datos, con una estrategia multicloud, y orientada a los clientes.
En esa ruta ha revitalizado su negocio con el desarrollo de nuevas categorías en el portafolio que permiten aumentar el tráfico en las tiendas y la adopción de maneras más eficientes en la cadena de suministro para asegurar la disponibilidad de productos.
Adicionalmente, sigue expandiendo el negocio financiero, con lanzamientos de más servicios, apps digitales y tarjetas de créditos. Así fortalece su posicionamiento como un proveedor importante de microcréditos; de igual forma seguirá impulsando sus franquicias de negocios de gadgets tecnológicos, automotriz y óptica: RadioShack, TropiMotors y Gollo Ópticas.

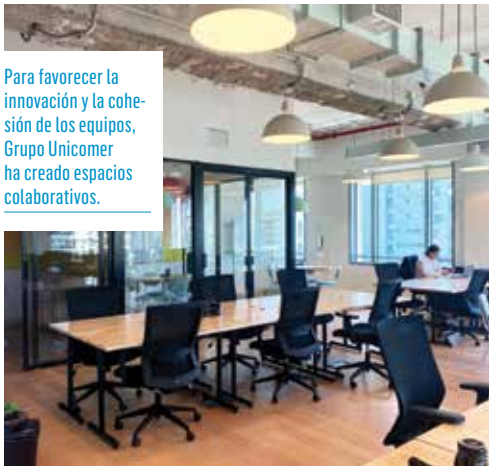
+495.000
alcanza la superficie total de sus tiendas.

Presencia en
26 países de Centroamérica, Suramérica y el Caribe.

+1.160
puntos de venta

+13.700
colaboradores

+25 marcas comerciales


Para favorecer la innovación y la cohesión de los equipos, Grupo Unicomer ha creado espacios colaborativos.

HP

Innovando con plástico reciclado

Buscarle una solución a los desechos plásticos es uno de los objetivos más importantes de la estrategia de la empresa.

La multinacional apuesta este 2021 por una robusta agenda ambiental y social en la que resalta el cumplimiento de ambiciosos objetivos de acción climática y la implementación de acciones para aumentar el uso de plástico reciclado en sus productos.

"El año pasado, utilizamos 32.000 toneladas de plástico reciclado, que representan un 13% del total de plástico empleado en la elaboración de múltiples productos. Las impresoras de gran formato, como la serie Z Pro, se fabrican con un 20-30% de plástico reciclado. Lo mismo ocurre con las impresoras HP L700, L800 Látex y HP PageWide XL, y con las HP Smart Tank 600, 6000, 700 y 7000, que incluyen alrededor de un 25% de plástico reciclado, algunos de ellos de origen marino. En el caso de la HP ENVY Inspire All-in-One, ese componente llega al 45%", señala Marianella Alvarado, directora del site de HP Inc. en Costa Rica.

Impacto en el mar

HP se propuso abastecerse de plástico reciclado extrayéndolo de sitios donde pueda tener un impacto medioambiental que fortalezca modelos de economía circular. Desde 2016, cuenta con un programa en Haití que ha ayudado a recuperar 1.298 toneladas de plásticos que podían haber llegado al mar.

Además, ha generado importantes sinergias:

- Se unió a la Trash Free Seas Alliance® para desarrollar soluciones orientadas a eliminar los desechos marinos y plásticos de los océanos
- Impulsa a la red de Ocean Plastics Leadership, una comunidad dedicada a abordar la contaminación por plásticos en los océanos.
- Mediante el Proyecto STOP, colabora con gobiernos y comunidades del sudeste asiático para crear sistemas eficaces de gestión de residuos que eliminen fugas de plástico al océano.

Toneladas absolutas de plástico reciclado usado por producto y el porcentaje que representan del plástico total por producto. (Cifras al 2021).

COMPUTADORAS

8.510 / 14,9%

IMPRESORAS DOMÉSTICAS Y COMERCIALES

12.700 / 8,6%

CARTUCHOS DE TINTA ORIGINALES DE HP

7.788 / 53%

CARTUCHOS DE TONNER SAMSUNG Y HP

2.414 / 11,7%

IMPRESORAS EN GRAN FORMATO

560 / 16,1%

INDUFOAM

Tecnología con conciencia ambiental

Desde la fabricación del producto hasta el diseño de sus empaques, esta empresa de camas y colchones innova en cada uno de sus procesos, utilizando tecnología de vanguardia para ser sostenible y proteger al medioambiente. Recientemente, en la Conferencia Europea RISI PPO 2022, que premia los esfuerzos vanguardistas del sector, quedó entre las finalistas en la categoría de Innovación de Productos y Sostenibilidad por su empaque para los productos Mattress Protector, hecho en material pre-printed por su aliada, la empresa Smurfit Kappa.
"Nos enorgullece contar con aliados como Smurfit Kappa que se comprometen con la visión responsable e innovadora de Indufoam y nos brindan empaques ecoamigables novedosos de calidad mundial que, a la vez, disminuyen el impacto en el medioambiente y satisfacen las expectativas de los clientes", expresa René Toruño, presidente de la compañía.

Otro aporte disruptor
Su línea de colchones Beautyrest de SIMMONS también marca tendencia por el uso de telas elaboradas bajo la iniciativa SEAQUAL, fabricadas a partir de materiales reciclados, como botellas de plástico y otros plásticos recuperados del mar. Desde el 2020, su planta ubicada en El Salvador, una de las más importantes de Latinoamérica, reutiliza material sobrante de la producción y lo reinserta como materia prima en los procesos. Para la base de sus camas utiliza madera certificada proveniente de bosques renovables de Canadá. Adicionalmente, tiene un modelo de cero desperdicios de agua (a través de un método de filtrado, limpia y reutiliza el vital líquido), opera totalmente con energía solar.

4 hechos que evidencian su compromiso con la sostenibilidad

1 +11.596 paneles solares instalados en el techo de su moderna planta generan casi 5 megavatios de energía. De esta cantidad, solo una quinta parte se usa en la fábrica, el resto se inyecta a la red eléctrica nacional para su comercialización.
2 La madera de las bases de las camas tiene la certificación de Sustainable Forestry Initiative (SFI).
3 Construyó un reservorio de aguas de lluvia, con una capacidad equivalente a 46 millones de litros cúbicos, como solución para enfrentar las inundaciones en el municipio donde opera, que suelen afectar a las personas, los cultivos y la infraestructura vial.
4 +US$1.000.000 suman sus aportes a la educación en El Salvador para la entrega becas que le permiten niños y jóvenes continuar sus estudios.

La empresa va al día con las tendencias, es aliada de la innovación y aplica las mejores prácticas de garantizar la calidad de sus productos y la sostenibilidad de sus operaciones.

Operación sostenible e innovadora

Más de 50 años de experiencia respaldan a esta empresa salvadoreña especializada en la fabricación de productos de plástico, empaques flexibles y artículos desechables, con los más altos estándares en inocuidad y calidad.

Su modelo de negocio de triple impacto considera lo económico, lo social y lo ambiental con el mismo rigor para su crecimiento.

A lo largo de los años, se ha convertido en un referente de innovación al ofrecer empaques flexibles amigables con el medio ambiente, elaborados con materiales biodegradables e hidrosolubles. Además, es la única dentro de la industria plástica salvadoreña que opera con energía limpia y renovable, desde el 2018.

A través de su producción responsable, mejoran la calidad del aire de la zona industrial y contribuyen a la reducción del calentamiento global.

El impacto y enorme desafío como fabricantes de empaques flexibles, les ha permitido tener una visión operativa cada vez más holística e innovadora para ofrecer a sus clientes productos de calidad.

Así, gracias a sus destacados proyectos con responsabilidad social y ambiental, la utilización de maquinarias con tecnología de punta y modernas instalaciones, construye un futuro sostenible para las nuevas generaciones.

Los paneles solares generan el 25% de la energía que necesita la planta.

Premio Emprendedor 2022

En el marco del Día Nacional de la Industria que se conmemora cada 12 de junio por decreto legislativo, la Asociación Salvadoreña de Industriales (ASI) organiza una ceremonia de gala para entregar los Premios ASI, en reconocimiento público a las empresas que sobresalen por su trayectoria y liderazgo. En 2022, otorgó a TOTO el Premio Emprendedor del Año, valorando el mucho esfuerzo, dedicación, determinación e innovación conque hace crecer su negocio, en una industria pujante y emblemática, pese a las adversidades y a los retos.

3.000
paneles solares instalados en la fábrica.

1.200
toneladas de carbono deja de emitir cada año.

En orden usual: Marco Andrés Tona, director de Operaciones de TOTO; Eduardo Cáder, presidente de ASI; y Luis Antonio Tona, director ejecutivo de TOTO recibiendo el premio Emprendedor 2022.

UNIVERSIDAD GALILEO

Una revolución educativa

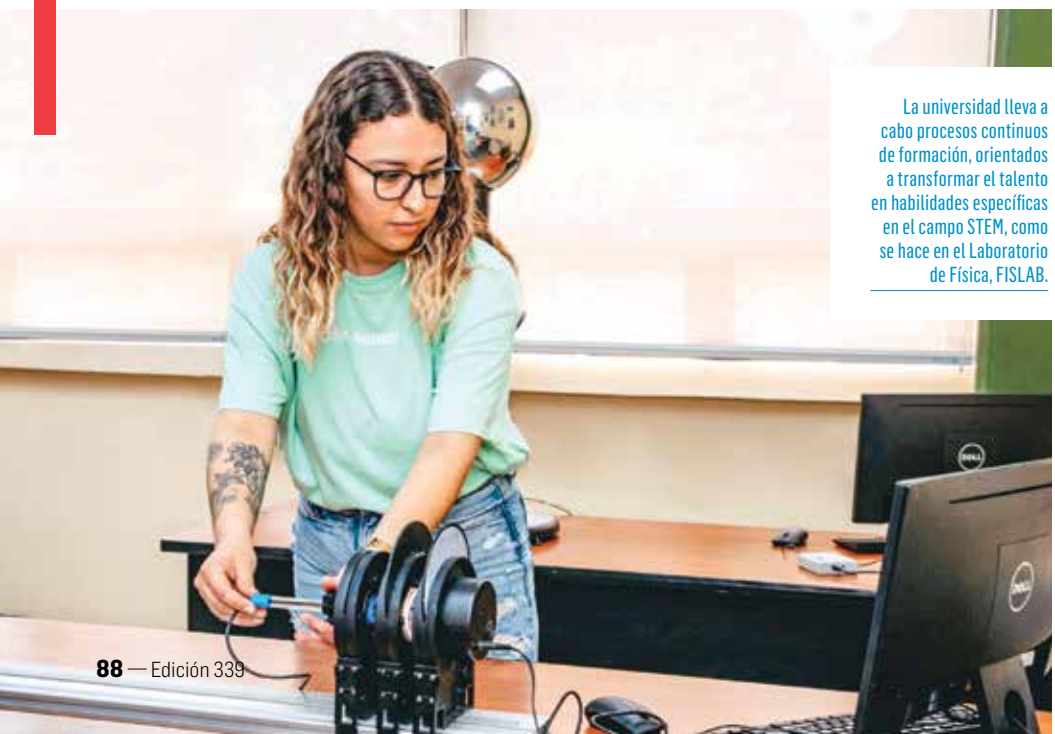
Universidad Galileo es líder en brindar una educación superior basada en la innovación y la tecnología.

La meta de esta universidad guatemalteca es revolucionar la educación superior e impulsar la evolución del pensamiento de sus catedráticos y estudiantes, dotándolos de nuevos conocimientos y habilidades, capacidad para desarrollar y explotar nuevas tecnologías y comprender cómo se complementan la ciencia y la tecnología con la sociedad.

Sus líderes académicos son conscientes de que el desarrollo y la innovación sostenible son imperativos para un futuro mejor y toman decisiones no convencionales dirigidas a apoyar la investigación continua. Una muestra de ello es el Laboratorio de Innovación, inaugurado hace una década con el fin de impulsar proyectos tecnológicos e innovadores desde diferentes áreas de emprendimiento tecnológico.

El Laboratorio Turing se convirtió en un centro de investigación y formación académica de catedráticos, quienes son motivados a asistir a conferencias de talla mundial que los coloca a la vanguardia tecnológica y académica y los orienta para participar dentro de la comunidad científica por medio de publicaciones. Además, el Laboratorio de Ingeniería Biomédica trabaja en el desarrollo de herramientas que apoyen en el diagnóstico y tratamiento de enfermedades.

"Gracias a estos laboratorios, Universidad Galileo está permanentemente en proceso de actualización, transformación digital y a la vanguardia en investigación", afirma



La universidad lleva a cabo procesos continuos de formación, orientados a transformar el talento en habilidades específicas en el campo STEM, como se hace en el Laboratorio de Física, FISLAB.

¿Qué significa para Universidad Galileo mantenerse a la vanguardia?

- Invertir en sus catedráticos.
- Formar profesionales capaces de emprender y desarrollarse con éxito en el ámbito STEM (acrónimo en inglés de Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemática).
- Apoyar la labor de investigación y desarrollo, en favor de la innovación industrial.
- Colaborar con empresas que buscan innovaciones y propuestas tangibles y aplicables en el mercado, misión que cumple a través de la Oficina de Transferencia de Tecnología.

Sin barreras ni fronteras

La Universidad ofrece cursos y carreras completas en línea en su propia plataforma: GES. Además, tiene presencia en la plataforma edX, fundada por Harvard y MIT. Sus Masive Online Open Courses (MOOC) llegan a más de 1 millón de personas de todo el mundo.

El Laboratorio Turing contribuye con la educación y también con el bienestar de la población.

el Ing. Adrián Catalán, director del Laboratorio de Innovación. La institución trabaja bajo un continuo fortalecimiento de su pensum, por lo que promueve programas educativos de "próxima generación" y prepara nuevos cursos dentro del ya extenso currículum orientados a que los egresados hagan frente a las necesidades de la sociedad moderna. "Continuamente, realizamos innovaciones en la metodología de enseñanza virtual y remota, en el tipo de equipos y en la instrumentación en las instalaciones de los laboratorios", comparte el Dr. Oscar Rodas, director del postgrado de Automatización Industrial.

Ciencia al servicio de las personas

Su capacidad de hacer uso de tecnologías emergentes, como la robótica, la automatización y la digitalización, son otra ventaja competitiva crucial para quienes ingresan al campo laboral y se enfrentan a mercados globales altamente competitivos. Bajo esa mentalidad de formación tecnológica e innovadora, Universidad Galileo se adjudica además importantes contribuciones a la sociedad, como la labor que realizan sus estudiantes en el área de prótesis biónicas que mejoran la calidad de vida de quienes las reciben.

La visión de metodologías disruptivas también le permite proporcionar un futuro más prometedor, vía la creación de proyectos que se enfocan en brindar soluciones a necesidades que tiene el país. "Actualmente, impulsa iniciativas para el diseño y construcción de electrodos de bajo costo, sensores de hidratación, simuladores para el entrenamiento médico y sistemas de diagnóstico asistido por computadora, entre otras", informa la M.Sc Andrea Lara, directora del Laboratorio de Investigación en Ingeniería Biomédica.

Completa el círculo virtuoso que los proyectos permiten a los estudiantes aprender los procesos que conlleva la investigación científica, al tiempo que los acerca a la comunidad internacional, por medio de la presentación y publicación de los trabajos desarrollados. "Tratamos de que piensen diferente, que no repitan lo que dice el libro, sino que busquen ideas y soluciones", expresa el ingeniero Alí Lemus, haciendo eco de un pensamiento inculcado por el Dr. Eduardo Suger, el rector de la institución. Asimismo, la universidad está enfocada en dar acceso a más personas a educación con excelencia académica y a que pongan en práctica sus conocimientos en ciencia, tecnología e innovación para crear soluciones que impulsen el progreso nacional y regional.

La institución procura impactar de manera positiva a la sociedad con aplicaciones de la tecnología que resuelven problemas reales.

¡UN BRINDIS POR UNA INDUSTRIA MILENARIA!

LOS LICORES HAN EVOLUCIONADO JUNTO A LA HUMANIDAD, PRIMERO CON FINES TERAPÉUTICOS Y AHORA PARTE INTEGRAL DE LA GASTRONOMÍA Y PRODUCTOS QUE SE DISFRUTAN EN UN SIN FIN DE OCASIONES, EN CASA O FUERA DE ELLA, EN EVENTOS CASUALES Y EN LAS CELEBRACIONES MÁS IMPORTANTES DE NUESTRAS VIDAS.

POR *Luis Solís y Rocío Ballestero*

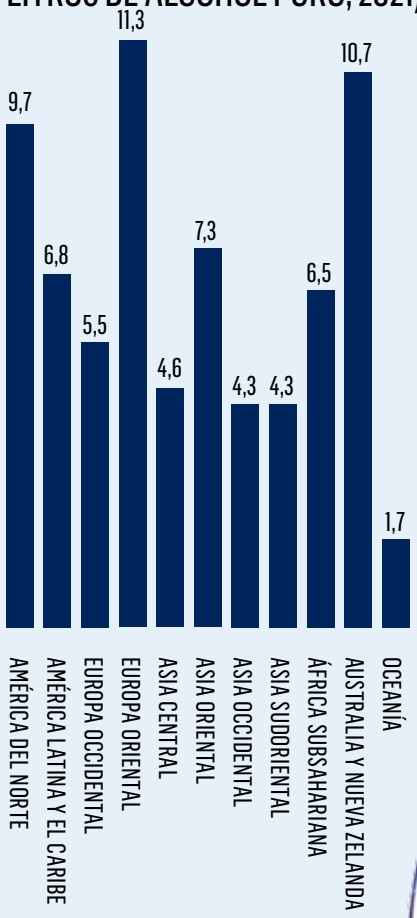
Escudriñar en la historia de los licores nos lleva hasta la antigua Grecia. Escritos revelan que Hipócrates, un prestigioso médico que vivió entre los años 460-380 AC, y los ancianos de su época, destilaban hierbas y ciertas plantas por sus propiedades curativas. Sin embargo, son los monjes, físicos y alquimistas del siglo XIII quienes se dedican verdaderamente a prepararlos como remedios medicinales y dan pie a la industria que conocemos hoy.

El amplio abanico de tipos, sabores y aromas permite que haya un licor para cada paladar y ocasión de consumo, y que se pueda seguir explorando horizontes. De ahí las tendencias como la mixología, que es el arte de mezclar bebidas y otros ingredientes para crear propuestas fuera de lo convencional, y el meridaje, práctica que lleva a la selección del vino, cerveza o destilado que realce mejor determinados platillos para una experiencia gastronómica totalmente placentera.

¿Quién es quién en el mundo licorero de América Central y República Dominicana?

Acompáñenos a conocer más sobre las empresas que mueven el negocio en esta región, mientras le contamos curiosidades y tendencias de las bebidas icónicas de cada país y las marcas referentes en el ámbito internacional.

CONSUMO TOTAL DE ALCOHOL PER CÁPITA (APC) POR REGIÓN ENTRE MAYORES DE 15 AÑOS (EN LITROS DE ALCOHOL PURO, 2021)



FUENTE: INFORME SOBRE LA SITUACIÓN DEL ALCOHOL Y LA SALUD EN LA REGIÓN DE LAS AMÉRICAS DE LA ORGANIZACIÓN PANAMERICANA DE LA SALUD.

¿QUIÉN ES QUIÉN EN EL MUNDO LICORERO?

AMÉRICA CENTRAL Y REPÚBLICA DOMINICANA

LA REGIÓN ES TIERRA FÉRTIL PARA LAS EMPRESAS QUE SE DEDICAN A LA FABRICACIÓN, EXPORTACIÓN O IMPORTACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE LICORES. ESTAS SON ALGUNAS DE LAS QUE MÁS MARCAN LA PAUTA EN CADA MERCADO.

GUATEMALA

LICORES DE GUATEMALA

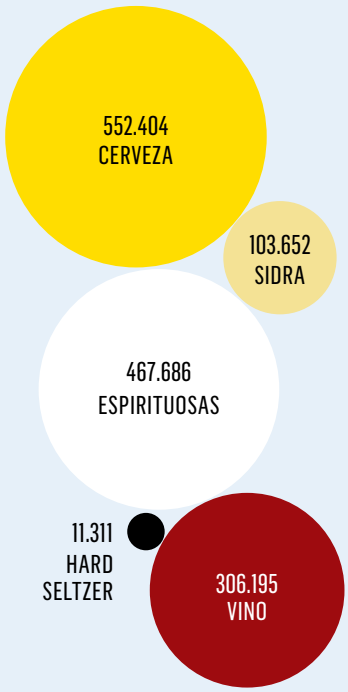
Es la casa madre de Ron Botran y Ron Zacapa, mundialmente reconocidos por su calidad y sabor. Enfocada en la innovación, también produce y distribuye otros rones, aguardientes, vodkas, ginebras y vinos de alta calidad, de marcas propias e importadas.

CERVECERÍA CENTRO AMERICANA

Con más de 100 años de historia, es una de las compañías más fuertes de Guatemala. Su cerveza Gallo ha ganado centenares de premios y es de los productos más conocidos a nivel mundial.

INGRESOS DEL MERCADO DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS A NIVEL MUNDIAL

EN MILLONES DE US$, 2021



FUENTE: STATISTA.

AMBEV

Es parte de AB-InBev, el mayor grupo cervecero del mundo, y sus líderes entienden que sobresalir en el mercado requiere de eficiencia, excelencia, calidad e innovación. Entre las marcas más famosas que maneja están las cervezas Modelo, Brahva y Michelob.

DISTRIBUIDORA MARTE

Nace en 1976 y posee una amplia participación en el mercado de vinos y licores de gran calidad. Su alianza con la multinacional Diageo le abrió puertas para afianzar su músculo, con marcas como Johnnie Walker, Concha y Toro, Moët & Chandon, Hennessy y Dom Pérignon, entre otras.

MARCAS MUNDIALES GUATEMALA

Se funda en 1994 como una inversión compartida entre Bacardí Latinoamericana y socios locales para lanzar los rones Bacardí en Guatemala. Hoy, cuenta con una división de vinos, tiene una alianza con Grupo Sensi Di Vin y representa el portafolio del grupo francés Pernod Ricard, con marcas como Tequila Milagro, Hendrick's Gin y Tequila Patrón.

CONSUMO DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS A NIVEL MUNDIAL Y PROYECCIONES HACIA EL 2025

EN MILLONES DE LITROS

EL SALVADOR

LA CONSTANCIA

Es una empresa icónica de El Salvador, desde 1906. A partir del 2016 se integra a la familia global de AB-InBev, la cervecera más grande del mundo. Sus más de 3.000 empleados trabajan para ofrecer al consumidor 12 marcas de cerveza, entre las que destacan Pilsener y Golden.

DISTRIBUIDORA SALVADOREÑA

Su amplio portafolio incluye marcas importadas de espumantes, whiskies, rones, vodkas, tequilas, vinos, cervezas, cremas y RTD (bebidas preparadas listas para beber), así como productos de elaboración propia. La multinacional Diageo es uno de sus principales socios.

CRIO

Empresa 100% salvadoreña nacida en el 2003. Distribuye afamadas marcas de licores, vinos y cervezas, entre ellas: Jack Daniel´s, Glenfiddich, Bacardí, Bombay, Tequila Herradura, Grey Goose, Ron Diplomático, Luigui Bosca, Freixenet, Carlsberg, Estrella Damm y Presidente, entre otras.

HONDURAS

CERVECERÍA HONDUREÑA

Con más de 100 años de historia, es una de las empresas referentes del país. Forma parte de AB-InBev, cuenta con 16 centros de distribución, 84.000 detallistas, 2.125 proveedores y más de 3.000 colaboradores directos. Entre sus marcas más conocidas están las cervezas Salva Vida, Imperial y Barena.

VINOS Y LICORES

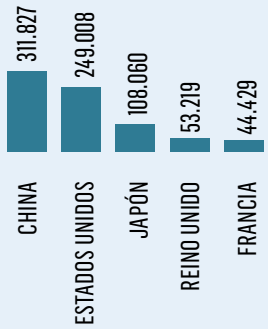
Desde el 2016, comercializa un amplio portafolio de vinos, licores, cervezas y energizantes. Representa productos de 15 casas, incluido la gigante Pernod Ricard, y es distribuidor exclusivo de más de 40 marcas.

DISTRIBUIDORA ISTMANIA Y LICORERA LOS ÁNGELES

Distribuye marcas de calidad desde 1965. En el 2005, se fusiona con dos de los grupos económicos más grandes de la región: Grupo Pellas de Nicaragua e Industrias Licoreras de Guatemala, lo que brinda un respaldo financiero único en el país. Contar con los productos de la multinacional Diageo ha sido clave en su éxito

RANKING DE LOS PAÍSES LÍDERES EN EL MERCADO DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS

POR INGRESOS GENERADOS EN MILLONES DE US$, 2021



FUENTE: STATISTA.

NICARAGUA

SER LICORERA

Desde el 2016, comercializa un amplio portafolio de vinos, licores, cervezas y energizantes. Representa productos de 15 casas, incluido la gigante Pernod Ricard, y es distribuidor exclusivo de más de 40 marcas.

COMPAÑÍA CERVECERA DE NICARAGUA (CCN)

Fundada en 1926 por un grupo de inversionistas nicaragüenses, en Managua, producido cerveza de alta calidad. En 1996, se fusionó con Industrial Cervecera, S.A. (ICSA) para formar la cervecería más grande de Nicaragua. Sus marcas estrella son Toña y Victoria.

DISTRIBUIDORA CLN

También forma parte de Grupo Pellas. Tiene en su portafolio de licores donde destacan marcas como Jack Daniels, Finlandia, Herradura, Glenfiddich y Hendricks, entre otras de fama internacional.

COSTA RICA

FLORIDA ICE AND FARM (FIFCO)

Creada por los hermanos Lindo, en 1908, en la provincia de Limón, quienes luego compran la Cervecería y Refresquería Traube, que se convierte en Cervecería Costa Rica, su operación principal. Imperial, Pilsen y Bavaria son marcas ícono. Además, es la distribuidora oficial de Diageo en el país.

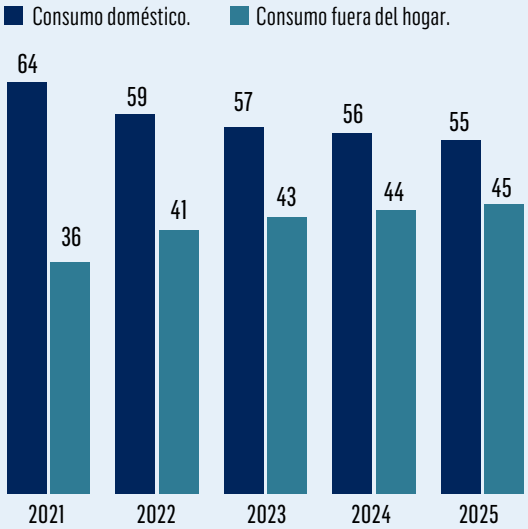
CIAMESA

Nace en 1932, como distribuidor de productos alimenticios, vinos y licores. La cerveza Budweiser y Ron Bacardi son algunas de las marcas más prestigiosas que maneja en su portafolio.

CENTENARIO INTERNACIONAL

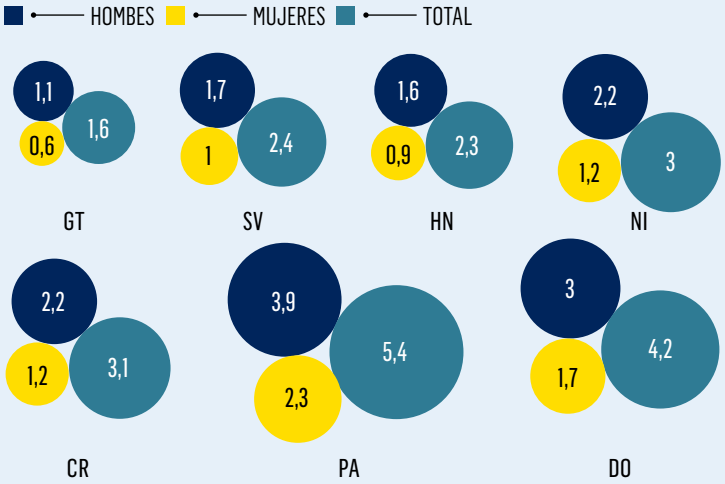
Produce el único ron de Costa Rica, Ron Centenario, marca insignia que ha sido galardonada a nivel mundial. Además, es la única empresa privada de licores del país que cuenta con bodegas de añejamiento de rones. Su portafolio se nutre con reconocidas marcas internacionales de vinos y destilados, destacando los de la casa Pernod Ricard.

DISTRIBUCIÓN DE LAS VENTAS DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS POR CANAL EN EL MUNDO (%)



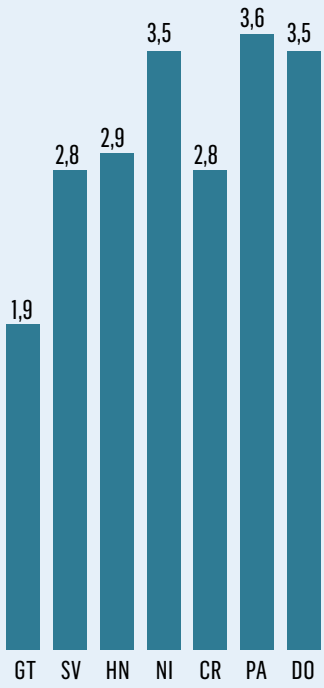
FUENTE: STATISTA.

CONSUMO TOTAL DE ALCOHOL PER CÁPITA (APC) EN JÓVENES ENTRE 15 Y 19 AÑOS, EN LITROS DE ALCOHOL PURO, 2021



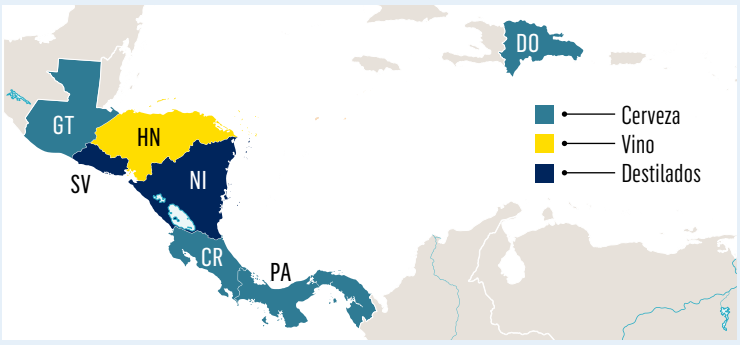
FUENTE: INFORME SOBRE LA SITUACIÓN DEL ALCOHOL Y LA SALUD EN LA REGIÓN DE LAS AMÉRICAS, OPS.

NÚMERO PROMEDIO DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS AL DÍA POR CONSUMIDOR, 2021



FUENTE: INFORME SOBRE LA SITUACIÓN DEL ALCOHOL Y LA SALUD EN LA REGIÓN DE LAS AMÉRICAS, OPS.

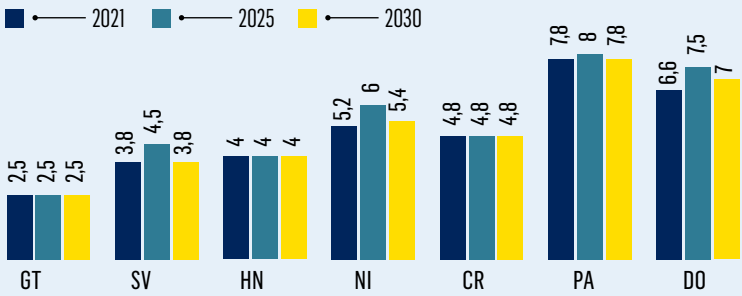
BEBIDAS PREFERIDAS POR PAÍS 2021



FUENTE: INFORME SOBRE LA SITUACIÓN DEL ALCOHOL Y LA SALUD EN LA REGIÓN DE LAS AMÉRICAS, OPS.

TENDENCIAS EN LA REGIÓN SOBRE EL CONSUMO PROYECTADO DE ALCOHOL PER CÁPITA EN ADULTOS

EN LITROS DE ALCOHOL PURO



FUENTE: INFORME SOBRE LA SITUACIÓN DEL ALCOHOL Y LA SALUD EN LA REGIÓN DE LAS AMÉRICAS, OPS.

PANAMÁ

COMPAÑÍA CERVECERA NACIONAL

Se caracteriza por su alta calidad operativa y prevalencia en el mercado panameño, bajo valores que se mantienen desde su fundación, en 1909. Es parte de la multinacional AB-Inbev. Sus marcas más famosas son las cervezas Atlas y Balboa.

VALERA HERMANOS

Compañía 100% panameña, dedicada desde hace más de 110 años a la producción, distribución y venta al por mayor de licores, ron a granel y alcohol desnaturalizado. Seco Herrerano y Ron Abuelo son sus marcas emblema, reconocidas a nivel mundial.

FELIPE MOTTA

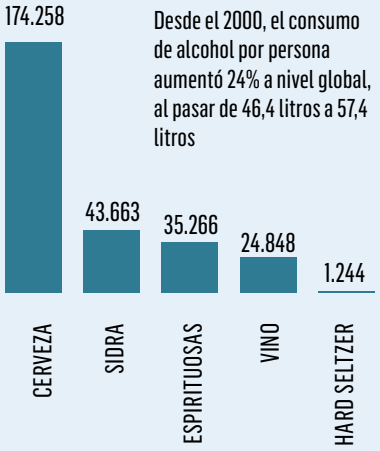
Empresa familiar 100% panameña, fundada en 1958. Distribuye las marcas Absolut, Johnnie Walker, Buchanan´s, Hendrick, Jack Daniel´s y J&B, entre otras. Pernod Ricard es uno de sus mayores proveedores.

GLOBAL BRANDS

Fundada en 1996, es una empresa del Grupo Motta. Comercializa y distribuye las mejores marcas de licores y bebidas, entre las que destacan las de la multinacional Diageo, como Johnnie Walker, Don Julio y Smirnoff. También tiene operaciones en Nicaragua.

¿CUÁLES SON LAS BEBIDAS ALCOHÓLICAS DE MAYOR CONSUMO EN EL MUNDO?

EN MILLONES DE LITROS, 2021



Desde el 2000, el consumo de alcohol por persona aumentó 24% a nivel global, al pasar de 46,4 litros a 57,4 litros

FUENTE: STATISTA.

CONSUMO ANUAL DE VINO EN TODO EL MUNDO

EN MILLONES DE LITROS

Licores nacionales fabricados en los países

NOMBRE DE LA MARCA	PRODUCIDO POR
Botran, Ron Zacapa, Venado, Colonial, Ron XL, Xibal Gin, Quezalteca, Vodka Cane, Jaguar, Kuto, Guaca, Chaparrita, Gavilán	Licores de Guatemala, Guatemala
Chaparro Flor de Fuego	Sacadera, El Salvador
Vodkas Petrov, Troika y Zero; crema de licor Sonata; aguardientes La Trenzuda, Tropicaña, Caña Rica y Cuscatlán.	Distribuidora Salvadoreña, El Salvador.
Licor de Café	Timoshenko, Honduras
Ron Flor de Caña, Ron Plata, Vodkaya, Chila Morenita, Joyita, Estrellita, Cañita, Tayapan	SER Licorera, Nicaragua
Cacique	FANAL, Costa Rica
Licores Lizano	Licores Lizano, Costa Rica
Ron Centenario, Centenario Café, Ronrico y Nikolai	Centenario Internacional
Seco Herrerano y Ron Abuelo	Valera Hermanos, Panamá
Brugal	Brugal, República Dominicana

CERVECERÍA NACIONAL DOMINICANA

Produce y comercializa cervezas, maltas, bebidas carbonatadas y energizantes, agua y destilados. Desde 2012, una alianza con Ambev (Compañía de Bebidas de las Américas) la posiciona como la compañía líder del Caribe. Su marca insignia es la cerveza Presidente.

BRUGAL

La funda Andrés Brugal Montaner, en 1888. En 1920, la compañía elabora su primer ron añejo dorado, comenzando un legado de más de 100 años. En 2008, firma un acuerdo de asociación con la compañía de whisky escocés Edrington, compartiendo su pasión por los licores.

MERCASID

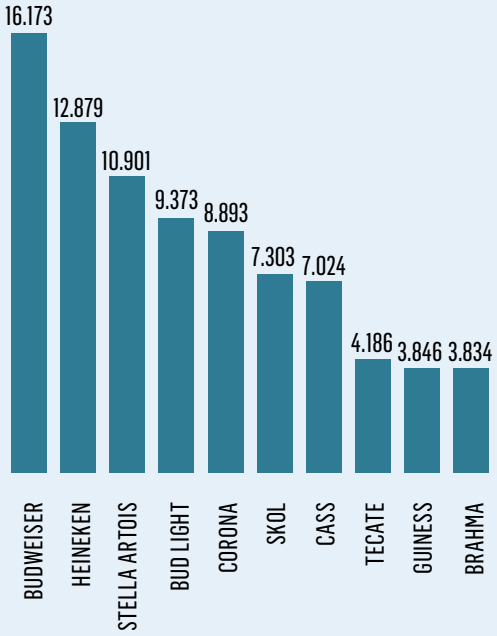
Este conglomerado local tiene la distribución exclusiva de los licores de la multinacional Diageo en República Dominicana. La precede un conocimiento excepcional del mercado y la capacidad de distribuir de forma directa a más de 20.000 puntos en el país.

PERNOD RICARD DOMINICANA

Su presencia en tierras dominicanas se extiende con Chivas Regal, Royal Salute, The Glenlivet, Ballantine's, Something Special, Jameson, Beefeater, Perrier-Jouët, Lillet, Malibu, Kahlua, Absolut, entre otras marcas.

LAS 10 MARCAS DE CERVEZA CON MÁS VALOR DE MARCA EN EL MUNDO

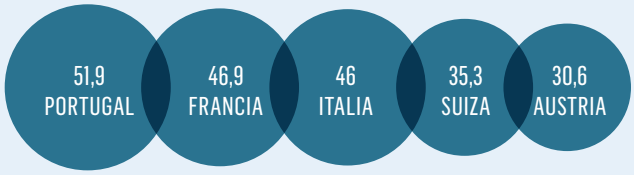
EN MILLONES DE US$, 2021



FUENTE: STATISTA.

LOS PAÍSES DONDE SE MÁS SE TOMA VINO

LITROS POR PERSONA, 2021



FUENTE: STATISTA.

CENTENARIO INTERNACIONAL

37 AÑOS DE TRAYECTORIA

Inicia operaciones en Costa Rica en 1969, convirtiéndose en la única empresa privada en el país con bodegas de añejamiento de ron. En 1985 crea la primera botella de Ron Centenario, un ron 100% costarricense, marca que desde ese momento no ha parado de crecer ni de innovar, conformando hoy en día un portafolio de 12 variedades.

"En los últimos cuatro años, las ventas a nivel local aumentaron en un 22%, mientras que las exportaciones subieron un 35%. Trabajamos para seguir llevando innovación y calidad a cada uno de nuestros consumidores", comenta Dianne Medrano, CEO de la empresa. Entre los principales mercados internacionales que atiende se encuentran Alemania, Japón, Estados Unidos, Perú e islas del Caribe.

Centenario Internacional, además de fabricante, representanta a 30 marcas internacionales, con un portafolio de 110 productos y más de 200 SKU´s, en 10 categorías: ron, whisky, bourbon, vodka, ginebra, tequila, licores, vinos, sangrías, espumantes.

Las exportaciones se han convertido en una de las fortalezas de la compañía.

Cuentan con tecnología de alta punta lo que garantiza la calidad del producto.

PREMIOS ACUÑADOS

- Más de 66 premios de calidad alrededor del mundo.
- Ron Centenario 20 años es el mayor ganador de medallas de calidad en los festivales de bebidas espirituosas en el mundo.
- Ron Centenario 25 años ha ganado dobles medallas de oro.
- Ron Centenario 30 años es el ganador absoluto de los mejores galardones, como Ron del Año en las competencias de 2011, 2014 y 2016.
- Como compañía, es reconocida por la Cámara de Exportadores de Costa Rica (Cadexco) por la manera de reinventarse para mantener el nivel de las exportaciones durante la pandemia y ganar mercado local.

ALGUNAS MARCAS EMBLEMA

Ron Centenario
Chivas Regal
Absolut
Something Special
Jameson
Ballantine´s
The Glenlivet
Malibú
Kalhua
Beefeater
Evan Williams
Gin Mare
Burnette´s
Tequila Sierra
Hpnotic
Campo Viejo
Jacob´s Creek
Luis Felipe Edwards
Bodega 4 Rayas
García Carrión
Bodega Sanviver
Jägermeister

+36
países son destino de sus exportaciones.

DESCARGÁ kash

TRANSFERENCIAS ENTRE DISTINTOS BANCOS

SIN COMISIÓN

MÁS DE ¢100.000 DIARIOS

FÁCIL Y SEGURO

BENEFICIOS

- ***Enviá dinero a otros usuarios KASH*** sin necesidad de conocer números de cuenta.
- ***Solicitud dinero a través de KASH*** para que nadie se quede sin pagar.
- ***Transferí dinero*** entre tus cuentas sin importar el banco.
- ***Hacé tus pagos y transferencias*** escaneando un código QR.
- ***Hacé tus pagos*** de servicios.
- ***Transferí más de ¢100.000 diarios*** sin comisión.

Respaldado por:

VISA | mastercard

DISPONIBLE EN Google Play | Consíguelo en App Store | EXPLÓRALO EN AppGallery

kash

BRINDAR PROSPERIDAD DESDE EL LIDERAZGO

La mayoría de las personas, sin importar cuál sea nuestra profesión, buscamos crecer, nutrir nuestro bienestar físico y emocional y construir nuestra imagen propia según nuestro ideal de éxito. Además de eso, no son pocas las personas que, con los años, han comenzado a entender que un trabajo no las define y que debemos trabajar para vivir, no al contrario.

ENTENDAMOS QUE EL MUNDO QUE CONOCIMOS HACE POCOS AÑOS ATRÁS YA NO EXISTE. NUESTRO PRESENTE EXIGE OTRAS FORMAS DE ACTUAR, DONDE LA NORMA SEA VIVIR EN BIENESTAR.

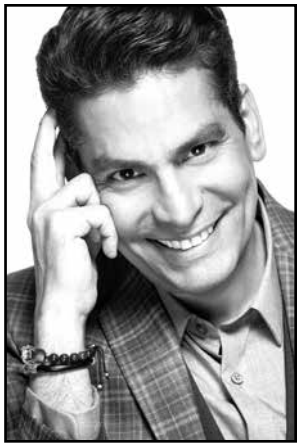
Si bien cada persona es responsable de su destino, es verdad que desde el liderazgo se deben propiciar las condiciones para que los individuos puedan lograr sus objetivos, ser más prósperos y, en general, desarrollar una buena calidad de vida.

Una de las maneras más efectivas de impulsar a los empleados y colaboradores a ser más prósperos es, por ejemplo, permitiendo que en las organizaciones exista flexibilidad laboral.

En la actualidad, diversas organizaciones a nivel mundial están probando la viabilidad de trabajar cuatro días a la semana, otras —desde muchísimos años antes de la pandemia— solo se enfocan en desarrollar proyectos en los que no toman en cuenta el tiempo de la persona o la presencialidad, sino la calidad de su trabajo y la responsabilidad de respetar las fechas límite.

A pesar de la rigidez de algunos CEO y gerentes acerca de la exigencia que están haciendo sobre estar en el sitio en ciertas industrias, investigadores de la Wharton School de la Universidad de Pensilvania hablan de la necesidad de enfocarnos corporativamente en la complejidad de las labores en sí, más que en la cantidad de horas invertidas, es decir, mirar el logro por encima de otros aspectos, porque la flexibilidad laboral es un coadyuvante de la prosperidad.

Para que esto sea posible es necesario que la confianza sea uno de los valores principales de la cultura organizacional.Conversar cotidianamente con los empleados sobre la gestión del tiempo personal es la vía más formidable para asegurarse de que las personas se sienten bien y que cuentan con las herramientas para cumplir con las demandas laborales diarias.



Sí, los líderes tenemos una responsabilidad de ayudar a quienes trabajan a nuestro lado para que puedan equilibrar sus responsabilidades laborales con sus vidas personales, porque existe una vida más allá de la oficina. Eso se llama empatía.

Ismael Cala, @cala, Instagram: ismaelcala, Facebook: Ismael Cala, www.IsmaelCala.com

UN LÍDER PARA DOS REGIONES

La Corporación Financiera Internacional (IFC, por sus siglas en inglés), del Grupo Banco Mundial, nombró a Alfonso García como nuevo vicepresidente para Europa y América Latina y el Caribe. Su función será apoyar a los gobiernos y al sector privado con proyectos de alto impacto que permitan una recuperación verde, inclusiva y sostenible, así como el cumplimiento de los objetivos de crecimiento de cada región. También será el responsable de fortalecer las alianzas con donantes en Europa, América Latina y El Caribe. "Dada la crisis de COVID-19 y ahora la guerra en Ucrania, debemos ser estratégicos para optimizar nuestro impacto en el desarrollo de estas dos regiones", afirma García.

Alfonso García es doctor en Economía Financiera por la Universidad Autónoma de Madrid, España, y ha hecho múltiples publicaciones sobre temas bancarios y del sector financiero.

Mantener prácticas seguras en línea, monitorear regularmente los movimientos financieros e informar de inmediato al equipo de fraude del banco o proveedor de la tarjeta cuando se detecta alguna transacción sospechosa es esencial.

¡UN NÚMERO ALARMANTE!

Hay un estimado de **24.000** millones de nombres de usuarios y contraseñas robados que se transan actualmente en la *dark web*, de acuerdo con ESET, compañía de detección de amenazas. Entre los más buscados se encuentran los datos de tarjetas de crédito que los estafadores compran para cometer fraude de identidad.

LAS 10 CIUDADES MÁS CONTAMINADAS DEL MUNDO ESTE 2022

1. Lahore, Pakistán (108 µg/m3).
2. Delhi, India (91 µg/m3).
3. Daca, Bangladesh (85 µg/m3).
4. Ghaziabad, India (85 µg/m3).
5. Muzaffarnagar, India (84 µg/m3).
6. Peshawar, Pakistán (84µg/m3).
7. Aguascalientes, México (80 µg/m3).
8. Hapur, India (76 µg/m3).
9. Lucknow, India (64 µg/m3).
10. Patna, India (60 µg/m3).

FUENTE: ESET.

Nota: Ranking con base en el promedio anual de partículas en suspensión de menos de 2,5 micras en microgramos por metro cúbico (µg/m3). El límite anual recomendado por la OMS es de 5 micras.

Centro de la ciudad de Lahore, en Pakistán.

INCREMENTO PROYECTADO DE PROFESIONALES EN ENFERMERÍA POR REGIÓN HACIA EL 2030

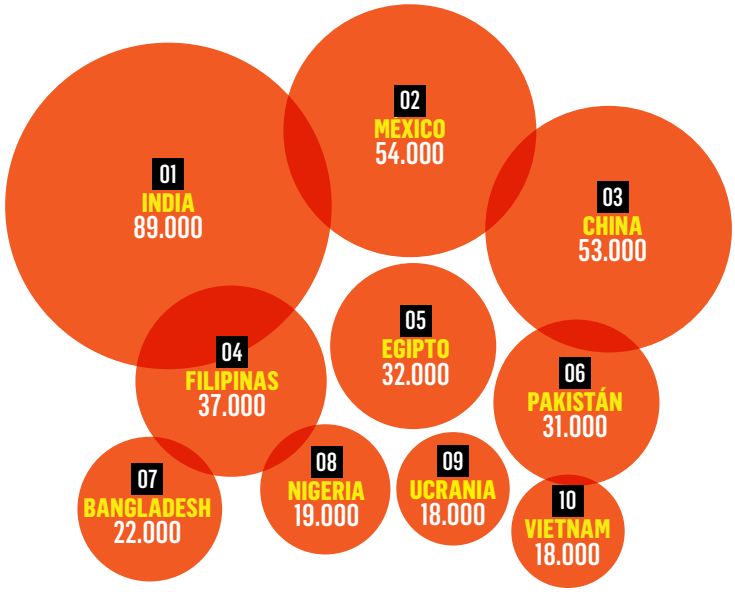
Para esa fecha, se necesitarán casi 6 millones más de especialistas en el cuidado de pacientes, a fin de poder brindar atención médica de calidad una vez que haya pasado la pandemia de COVID-19. La necesidad es más aguda en las naciones más pobres.

FUENTE: ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA SALUD (OMS)

- Mediterráneo Oriental **4%**
- África **6%**
- Europa **7%**
- Sureste de Asia **18%**
- Pacífico Oeste **22%**
- América **43%**

LOS 10 PAÍSES QUE MÁS REMESAS RECIBIERON EN 2021

CIFRAS EN MILLONES DE US$



5 HÁBITOS PARA MEJORAR LA MEMORIA Y EL LIDERAZGO

1. ***Camina hacia atrás.*** El cerebro organiza los recuerdos espacialmente, por lo que crear una experiencia rara, como caminar hacia atrás, lleva a que los recuerdos se almacenen de manera diferente.

2. ***Come frutas y verduras.*** Lo que más cuenta es hacerlo desde joven ya que no puedes vivir con alimentos poco saludables la mayor parte de tu vida y luego compensarlo triplicándolo en tus últimos años.

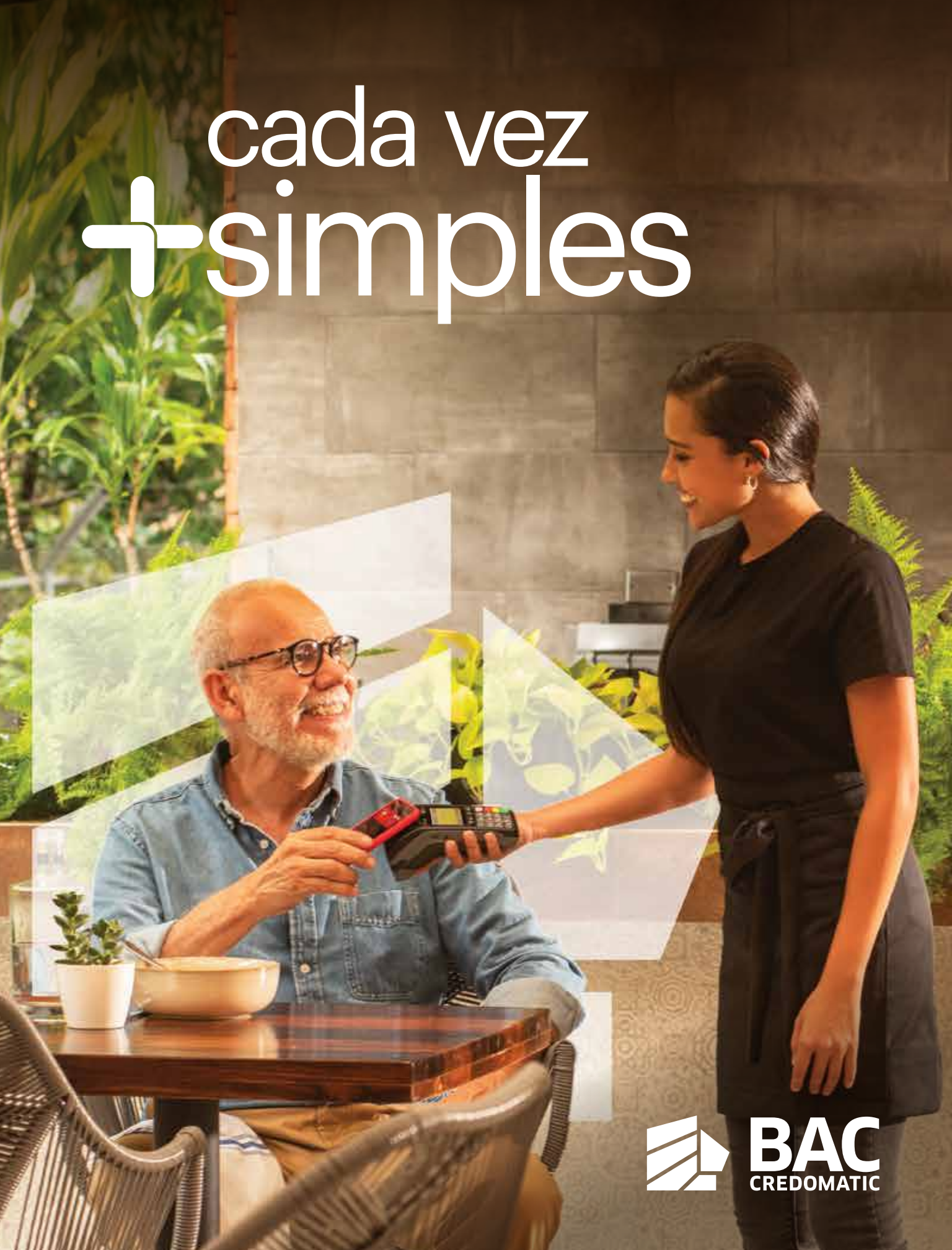
3. ***Asegúrate de tener suficiente iluminación.*** Trabajar en un entorno con poca luz puede "cambiar la estructura del cerebro y dañar la capacidad de recordar y aprender".

4. ***Prueba el ayuno intermitente.*** Estimula la neurogénesis del hipocampo (específicamente, el desarrollo de genes cerebrales conocidos como klotho) y mejora el rendimiento de la memoria.

5. ***No te preocupes por la pérdida normal de memoria.*** En lugar de ser un error, el olvido ocasional es una característica funcional del cerebro que le permite interactuar dinámicamente con el entorno y evitar la saturación. Sin embargo, vale reforzar los recuerdos importantes con listas de verificación, calendarios y otras herramientas

FUENTE: INC.COM, CON BASE EN INVESTIGACIONES DE NEUROCIENCIA Y ESTUDIOS DE LABORATORIO DE LA UNIVERSIDAD DE ROEHAMPTON (LONDRES), LA ESCUELA DE SALUD PÚBLICA DE HARVARD, LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE MICHIGAN, EL KING'S COLLEGE DE LONDRES Y EL TRINITY COLLEGE DE DUBLÍN.

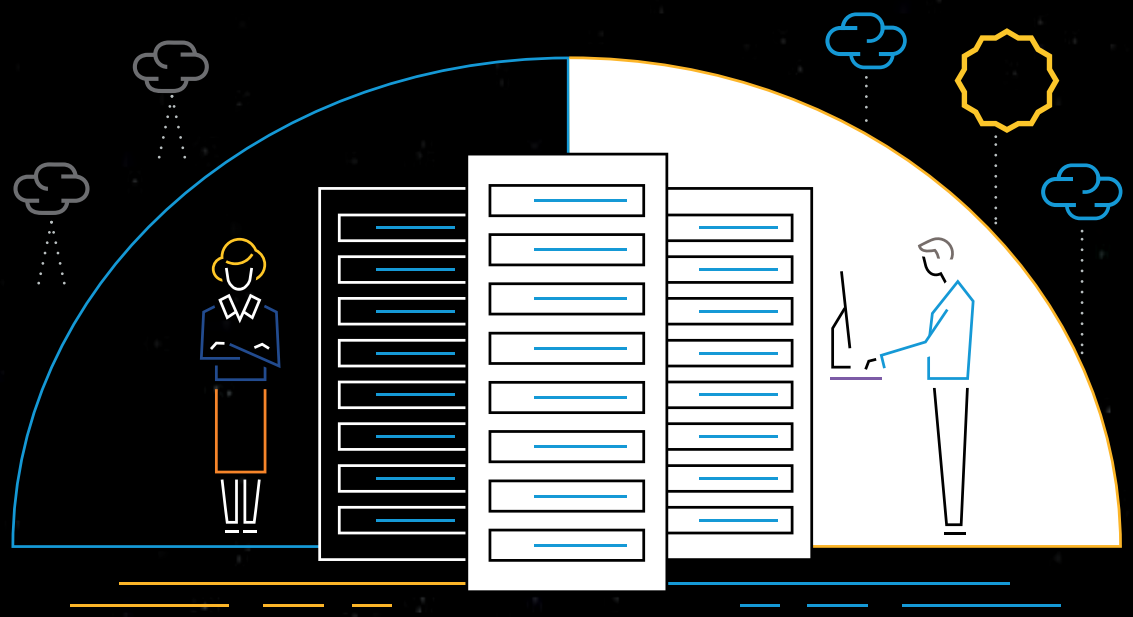
Hay un vínculo entre la dieta y la memoria.


cada vez
+simples
BAC
CREDOMATIC

tecnasa
SERVIMOS CONFIANZA

IMPULSE SUS DATOS
DESDE EL EXTREMO HASTA LA NUBE

TECNASA moderniza y simplifica el almacenamiento, brindándole una experiencia operativa y de consumo en la nube para su almacenamiento local con HPE ALLETRA.



INFRAESTRUCTURA DE DATOS NATIVA DE LA NUBE

Operaciones en la nube
Automatizadas, programables y elásticas

Construido para cualquier aplicación
Optimización para cargas de trabajo

Híbrida desde el diseño
Una experiencia consistente

Impulsada por Inteligencia Artificial

COMO SERVICIO

99% de ahorro de tiempo operativo

100% de disponibilidad garantizada

40% de ahorro en recursos de TI

MAXIMICE SU AGILIDAD

www.tecnasa.com/hpe
info@tecnasa.com

Hewlett Packard Enterprise