

SEMANARIO ECONÓMICO EFFECTIVO

PRENSA LIBRE

GUATEMALA, 11 DE SEPTIEMBRE DE 2012
No.45

INDICADORES

Pequeños avances

Paso a paso, el país avanza en el Índice de Competitividad Global.

PÁG. 4



PYMES

Plantas con sabor

Santa Ana produce y distribuye productos para elaborar bebidas.

PÁG. 8



NEGOCIOS

Mejore su mercadeo

La Universidad del Istmo ofrece un diplomado en márketing estratégico.

PÁG. 9



LIMPIE, RECICLE Y GANE

REUTILIZAR LA BASURA NO SOLO MEJORA EL AMBIENTE, TAMBIÉN GENERA BENEFICIOS

Foto Prensa Libre: ERIC ÁVILA

TEMA CENTRAL

EMPRESARIALIDAD

Herramienta estratégica

El protocolo en las empresas no describe únicamente un comportamiento de empleados y colaboradores, sino es un factor fundamental que integra toda la cultura de imagen de una organización.

PÁGS. 6 Y 7

ENTREVISTA

SANTIAGO DODERO

Herencia trascendente



Empresas familiares son los emprendimientos más abundantes en el mundo de los negocios.

PÁG. 9

EMPRESARIALES

HOSPITALIDAD

Turismo de primer nivel

Hotel Mil Flores, situado en el barrio Santo Domingo, Antigua Guatemala, fue diseñado para atraer al segmento turístico de mayor consumo, por lo que cuenta con servicios personalizados de alta calidad.

PÁG. 11



DESECHOS PRODUCTIVOS

MEJOR AMBIENTE, MÁS DINERO

RECICLAR PARECE BUENA IDEA, AHORA QUE LOS PRECIOS DE LAS MATERIAS PRIMAS SE HAN TRIPLICADO.

POR GUILLERMO I. RAMÍREZ

giramirez@prensa Libre.com.gt

La industria del reciclaje genera y provee de ingresos y ganancias a familias y empresas, por lo que el manejo adecuado de los materiales reusables representa ahorros y probable inversión.

Si los humanos crean buenos productos, los recursos naturales podrían ser mejor aprovechados.

El 80% de los hogares de la capital utiliza el servicio de recolección de residuos, mientras que el 20% restante los quema, entierra o tira en cualquier parte.

La cantidad de basura generada depende de los ingresos de la población. Los ciudadanos con menos ingresos producen más desechos de tipo biodegradable. Los de alto poder adquisitivo, en cambio, generan más desperdicios no degradables.

Un estudio del 2007 del Centro de Estudios Urbanos y Regionales (Ceur), de la Universidad de San Carlos de Guatemala, detalla que cada guatemalteco producía 434 libras de basura al año, o 1.18 diarias. Los ciudadanos con altos ingresos generaban 1.69 libras al día y los estratos bajos, 1.21. Solo el vertedero municipal de la zona 3 recibía en ese año entre mil y mil 500 toneladas diarias de basura, la mayor cantidad generada en el municipio de Guatemala.

Es importante resaltar que muchos de los residuos se pueden valorizar. La recolección conlleva beneficios monetarios a familias y empresas, con la añadidura de contribuir a un mejor ambiente.

PRÁCTICAS SENCILLAS

“Reduzca”

Genere la menor cantidad posible de desechos sólidos.

Evite utilizar las bolsas plásticas.

Compre productos de envases retornables.

Evite utilizar platos desechables, use plásticos.

No use duropor, este material no se recicla y es altamente contaminante.

“Reutilice”

Alargue la vida de los objetos y dele otros usos antes de tirarlos.

Arregle los electrodomésticos, no los deseche a la primera falla.

Compre baterías (pilas) recargables y nunca las tire a la basura.

No tire la ropa usada a la basura, dónela a alguien que la necesita, o úsela como trapo de limpieza.

“Recicle”

Hay que organizarse un poco más para reciclar en el hogar.

Al reciclar papel y cartón se puede ahorrar mucha agua y energía.

Si se recicla el plástico se puede reducir el consumo de petróleo.

Al reunir metales como el acero o aluminio se puede llegar a ahorrar entre 30% y 70% de energía.

CICLO PRODUCTIVO

Existen muchas interrogantes sobre la basura: ¿qué tiramos y cuánto? ¿Dónde se tira?

¿Quiénes ganan o pierden? Los artículos generan un ciclo de producción, distribución, consumo, basura, reciclaje y nueva producción. La basura, al transformarse, se puede convertir en mercancía. En los procesos de recolección, selección, reciclaje y disposición final, participan miles

de personas, por lo que se ha convertido en una fuente de ingresos.

La quema y la disposición no controlada de residuos aumentan cuando disminuye la frecuencia de recolección.

La basura doméstica, industrial y agroindustrial, que produce el país, comparada con otras naciones, es baja.

César Barrientos, consultor independiente en ciencias ambientales, señaló que actualmente cada habitante del área metro-

politana produce un promedio de 1.5 libras de basura al día.

Barrientos expresó que los guatemaltecos generan más material biodegradable, material que se debe aprovechar para convertirlo en acondicionador de suelos, como abono orgánico. “En Guatemala no hay un verdadero relleno sanitario; al vertedero de la zona 3 le falta para ser un auténtico relleno sanitario”, explicó Barrientos.



Foto Prensa Libre:

CADA TONELADA de plástico reciclado ahorra 11 barriles de petróleo y evita 3.5 toneladas de CO2.

EL 80% de los hogares de la capital guatemalteca utiliza el servicio de recolección de residuos.



Existen vertederos a cielo abierto —basureros—, vertederos controlados y rellenos sanitarios. “Este último debe tener un control de gases y cobertura de materiales constante, con impermeabilizantes”, manifestó.

Florentín Martínez, investigador del Ceur, cree que los desechos sólidos son un elemento consustancial al crecimiento de la población y de la actividad económica: “Los desechos crecen al ritmo

de la economía”.

Martínez explicó que hay maneras de aprovecharlos mejor, porque el país genera un 18% de desechos provenientes de papel y cartón, 4% de metales, 5% de vidrio, 13% de plástico y 44% de materiales biodegradables. “En el reciclaje se mueve mucho dinero, porque muchos materiales se convierten en nuevos productos”, expuso el investigador del Ceur.

Jaime Carranza, direc-

20

AÑOS

lleva de estar formalmente establecida la industria del reciclaje en Guatemala.



Foto Prensa Libre: ERICK AVILA

tor de la Comisión Nacional de Desechos Sólidos (Conades), afirmó que no valorizar, reusar y reciclar los desechos afecta los recursos naturales del país y el mundo. “Le quitamos valor a la madera y el agua que se necesita para hacer papel, la energía, petróleo y divisas que se gastan; todos estos costos se podrían reducir si se reciclara adecuadamente”, apuntó.

Carranza consideró que un país en vías de desa-



Foto Prensa Libre: ESBIN GARCIA

EL COSTO anual por daño ambiental y la mala gestión de residuos domiciliarios es de US\$2.2 millones.

400

PLANTAS

hay en Europa para producir energía eléctrica a partir de la basura, y 80 en Estados Unidos.

rollo no puede darse el lujo de desperdiciar recursos tan importantes. Aunque todavía no pagamos por el uso de los recursos naturales, tampoco se deben derrochar.

“Guatemala paga divisas en dólares por traer petróleo. El plástico se hace con este hidrocarburo y si no se recicla se debe importar más petróleo, y eso repercute en nuestra economía”, aseguró.

El director del Instituto de Agricultura, Recursos

Naturales y Ambiente (Iarna), de la Universidad Rafael Landívar, Juventino Gálvez, indicó que, en el 2011, el conjunto de actividades económicas del país producía 115 millones de toneladas de desechos sólidos anuales, 10 mil millones de metros cúbicos de aguas residuales y 50 millones de toneladas de gases de efecto invernadero.

Según Gálvez, se reutilizan no más de un 20% de los desechos, por lo

que el 80% restante se arroja al ambiente, lo que contamina agua y suelos.

FALTAN POLÍTICAS

“No existe una política de manejo de los desechos”, reconoció Gálvez. Pero la basura se clasifica porque hay empresas que la compran. En muchos hogares, especialmente de zonas urbanas, se clasifica la basura, pero el camión que la recoge la junta y la tira en el vertedero municipal. “No

hay un buen sistema de tratamiento de desechos”, expuso Gálvez.

Los expertos concluyeron en que el manejo inadecuado de residuos sólidos y líquidos es un problema para el país, porque cada día se incrementan las cantidades de basura. Conforme crecen la economía y la población aumenta la cantidad de desechos, por lo que se debe incrementar su reutilización, para que se reduzca el desperdicio de basura a toda escala.



Foto Prensa Libre: ÉRICK ÁVILA

EL PLÁSTICO se clasifica en siete grupos: PET, PEAD, PVC, PEBD, PP, PS y otros.

RECOLECCIÓN EFECTIVA

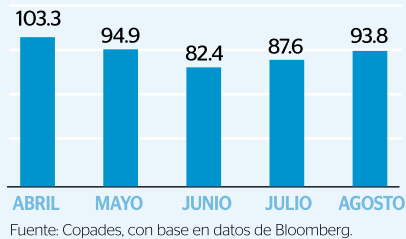
Datos de la región

El informe de la Evaluación Regional del Manejo de Residuos Sólidos Urbanos en América Latina y El Caribe 2010 muestra que el número de habitantes de ciudades de la Latinoamérica aumentó en casi 63 millones del 2004 al 2010. El documento estima que la cobertura de recolección de basura en la región también aumentó 10%, hasta alcanzar el 93.4%. La frecuencia de recolección es diaria para poco más del 45% de los casi 600 millones de latinoamericanos; un 53% de la población del subcontinente recibe el servicio entre dos y cinco veces por semana, y el 2%, semanalmente. El equipamiento rodante para recolección asciende a 1.31 vehículos por cada 10 mil habitantes, de los que la tercera parte tiene más de 10 años de antigüedad. El 57.8% de los automotores cuenta con equipos de compactación de desechos.



Precio internacional del barril de petróleo, 2012.

(WTI) US\$ por barril

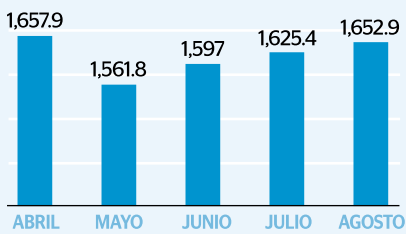


Fuente: Copades, con base en datos de Bloomberg.



Precio internacional del oro, 2012.

US\$/OZ

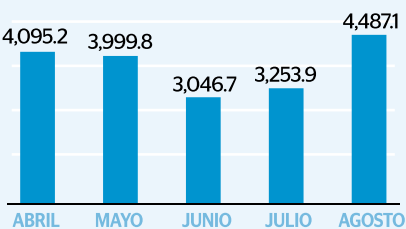


Fuente: Copades, con base en datos de Bloomberg.



Ingresos tributarios

MILLONES DE QUETZALES



Fuente: Copades, con base en datos del Minfin.

Un paso en la ruta correcta

POR CARLOS TÁRANO

ctarano@prens Libre.com.gt

GUATEMALA MEJORA EN COMPETITIVIDAD, PERO LA VIOLENCIA Y LA INSEGURIDAD CONTINÚAN SIENDO LOS GRANDES RETOS.

Aunque se avanzó solo un puesto, estamos mejor que el año pasado, asegura Juan Carlos Zapata, director ejecutivo de la Fundación para el Desarrollo de Guatemala (Fundesa), al comentar el Índice de Competitividad Global 2012-2013.

El año pasado Guatemala ocupó el puesto 84, y este año se situó en el 83.

Sin embargo, la inseguridad y la delincuencia continúan siendo los principales valladares al desarrollo económico guatemalteco.

En Centroamérica, dos

países hicieron mejor la tarea. Panamá avanzó nueve posiciones y se ubica en el lugar 40, mientras que Costa Rica mejoró cuatro puestos y queda en el 57. Detrás de Guatemala quedaron Honduras (90), El Salvador (101) y Nicaragua (108).

Preocupa el caso salvadoreño, por ser uno de los principales socios comerciales de Guatemala. Es el país de la región que más competitividad ha perdido, debido al deterioro de sus instituciones, un clima macroeconómico más complicado y pérdida de



Foto Prensa Libre:

LAS PÉRDIDAS por inseguridad en Guatemala ascienden a casi el 8% del PIB, según el Banco Mundial.

eficiencia en su mercado laboral, señala el estudio.

Las ventajas competitivas de Guatemala son telefonía móvil, solvencia del sistema bancario, derechos legales, cooperación patrono-trabajadores y precios de servicios financieros.

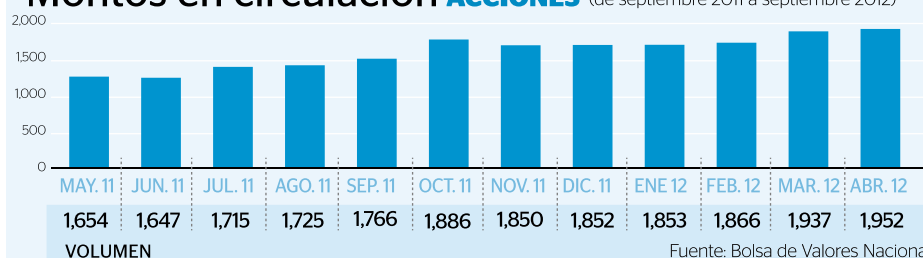
Los principales barreras son delincuencia, corrupción, infraestructura, burocracia, escaso nivel educativo y normativas fiscales.

Disponibilidad para inversión

ACCIONES (del 1 al 5 de septiembre del 2012)

EMISOR	MONEDA	TASA MÍN.	TASA MÁX.	PLAZO MIN.	PLAZO MAX.
Contécnica, S.A.	Quetzal	6.00	6.75	179	425
Comercial Administradora, S.A.	Quetzal	5.50	8.00	351	1095
Arrendadora Centroamericana, S.A.	Quetzal	6.00	8.00	365	499
G&T Conticredit, S.A.	Quetzal	6.00	7.75	180	365

Montos en circulación **ACCIONES** (de septiembre 2011 a septiembre 2012)



Fuente: Bolsa de Valores Nacional

Infografía Prensa Libre: ITZA FRANCO

SHUKONOMICS

Legado en infraestructura



Lisardo Bolaños
lbolanos@cien.org.gt

El gobierno de Otto Pérez puede legarnos la institucionalidad para generar infraestructura en el futuro.

El Gobierno actual tiene una opción clara si está interesado en generar un legado en el tema de infraestructura. No se confundan. No es el de llenar baches generados por el invierno y la mala construcción de carreteras. No es terminar de construir los proyectos que hoy están en proceso. El legado que puede generar debiera estar en crear la institucionalidad que definirá las inversiones en infraestructura del país para las próximas tres décadas.

Seamos sinceros respecto de un tema: el Gobierno no tiene la capacidad de generar la infraestructura del siglo XXI. Doy tres razones.

Primera, y más importante, no

sabemos qué se necesita hacer. Hoy, Guatemala no cuenta con los estudios técnicos sobre las alternativas de transporte, las vías, las formas de interconexión, los mecanismos de financiamiento. Claro, algo ha hecho el Proyecto Mesoamérica al impulsar la idea de los corredores logísticos, pero necesitamos más.

Segundo, no contamos con capacidad para obtener recursos en el corto plazo. Llevamos 20 años de endeudamiento continuo y sin capacidad de generar ahorro para invertir. Además, se ha mostrado muy lento para poner en funcionamiento una opción que ha permitido financiar

proyectos de infraestructura a nivel mundial: las Alianzas para el Desarrollo o *Public Private Partnerships*.

Tercero, es necesario resolver los problemas de impunidad en el sector. Es fácil suponer que las carreteras y puentes en mal estado no son producto solo de mala planificación, sino de potenciales problemas de corrupción. También es fácil suponer que las carreteras y puentes que no se construyen, pese a ser necesarios, es porque alguien podría estar deteniendo su construcción si no obtiene una parte más grande del botín.

Por todo eso, este Gobierno necesita generar una institucionalidad fuerte en infraestructura.

Cómo comportarse en el mundo de los negocios:

✱ El protocolo empresarial es de gran importancia en el mundo de los negocios. Es por ello, que deben establecerse elementos clave para facilitar el diálogo entre las personas, instituciones y empresas. Los cuales permiten alcanzar eficacia al frente de una empresa.

Fuente: Elaboración Propia.



PROTOCOLO

REGLAS DEL ÉXITO

LAS EMPRESAS HAN DESCUBIERTO QUE INTEGRAR JERARQUÍAS Y RESPETO, QUE CUMPLAN TODOS LOS REQUISITOS PARA A GENERAR VALOR Y PRODUCIR

POR CLAUDIA MARÍA GALÁN
cgalan@prensa Libre.com.gt

El protocolo es algo más que normas de conducta. En la práctica, constituye una herramienta eficaz al servicio de la estrategia empresarial.

Las relaciones personales y profesionales, así como las formas protocolarias que estas asumen, son condiciones esenciales que mejoran la comunicación, las relaciones comerciales y la productividad dentro de una empresa.

El politólogo Pedro Trujillo define al protocolo en la empresa como “el conjunto de normas, hábitos y formas que entornan la actividad empresarial”.

Para la especialista en protocolo empresarial, Liliana Bosque, el protocolo empresarial incluye desde las normas de etiqueta y cortesía, hasta la manera como se regula la presencia y el comportamiento de los miembros de la empresa.

Por lo tanto, el protocolo empresarial permite establecer

una relación empresarial adecuada, dentro y fuera de la organización.

Para que una empresa se proyecte hacia afuera y se consolide hacia adentro es preciso establecer algunos elementos esenciales.

“Con una visión de la empresa y una estrategia, el protocolo es la autopista por la cual se circulará para contactar a otras empresas, proveedores, clientes y empleados”, agregó Trujillo, profesor de la Universidad Francisco Marroquín.

Es por ello que se da mayor importancia a las funciones propias del protocolo en temas de mensajes, planteamientos y puestas en escena, en armonía con los objetivos empresariales.

“Cualquier empresa debe regirse por normas establecidas por un orden lógico de línea de acción”, afirmó Brenda Sanchinelli, autora del libro *Etiqueta en la mesa* y especialista en imagen pública.

Para esta asesora empresarial, es vital crear un manual de imagen y normas de conducta y protocolo, que a la larga serán

una guía y una herramienta indispensables para el buen funcionamiento de la empresa o institución.

Las compañías que consi-



Foto Prensa Libre: ARCHIVO

LAS NORMAS de protocolo deben establecerse dentro de las empresas para eficientizar los resultados a nivel global.

una guía y una herramienta indispensables para el buen funcionamiento de la empresa o institución.

DIFERENCIACIÓN

El protocolo facilita la repetición de una serie de actuaciones, que permiten grabar un estilo propio de la empresa en la mente de sus consumidores y empleados.

Las compañías que consi-

guen diferenciarse de su competencia allanan su camino al éxito.

“Se deben encontrar ventajas que diferencien, porque estas son las que brindan valor agregado y reconocimiento ante la competencia”, señaló Bosque.

Es por ello que el tener un estilo propio, relacionarse de una forma adecuada y cuidar todos los detalles de la imagen

de la organización se integran como un todo en el protocolo empresarial.

Este sistema de reglas y comportamientos, a fin de cuentas, será la herramienta clave para incidir en los resultados de la empresa y crear una diferenciación frente a sus competidores.

UTILIDAD

“La seriedad y la puntuali-



EMPRESARIAL

S PARA
XITO

R NORMAS DE CONDUCTA, SALUDOS, VESTUARIO,
LOS MIEMBROS DE LA ORGANIZACIÓN, AYUDA
CE UN MEJOR RENDIMIENTO.

TIPOS DE PROTOCOLO

Institucional: este tipo de comportamiento se rige por normas fundamentales expresadas en diferentes decretos y reglamentos que regulan la conducta de las personas durante actos públicos oficiales.

Social: se define por acuerdos tácitos que se convierten en convencionalismos con el uso.

Deportivo: se forma de manera más libre que el social o el oficial.

Eclesiástico: es el comportamiento en el que se contemplan ritos, ceremonias, liturgias y celebraciones de las distintas iglesias.

Asesoramiento personal: desarrollo de acciones de atención completa a las personas que se asesora.

dad, la calidad y la certeza jurídica, representan los secretos del protocolo empresarial, porque permiten eficiencia en la empresa", afirmó Trujillo.

Hasta ahora, tanto hombres como mujeres dentro del mundo de los negocios mantienen contacto con clientes, proveedores y otros miembros de la empresa en el ámbito social, además del puramente laboral. Según Sanchinelli, todas es-

tas reuniones deben estar regidas por "códigos comunes aceptados internacionalmente, que regulen y faciliten la interrelación entre las personas y los ejecutivos".

Las relaciones interpersonales eficientes son la mejor carta de presentación para generar valor a una empresa.

"Los seminarios en etiqueta y protocolo son elementos importantes que permiten a las

empresas tener acceso a información completa y capacitación, para que todos los empleados y dirigentes proyecten valor para la organización", aseguró el chef internacional, especialista en etiqueta en la mesa, Jaime Puente.

Entre otros objetivos que debe cumplir el protocolo empresarial, como herramienta facilitadora de rendimiento y valor, está la relación de la empresa con los demás actores de su entorno.

Como resultado, el protocolo desempeña una labor importante como parte de la interacción de la empresa con los actores sociales.

El protocolo no solo establece y jerarquiza las pautas en los actos y las personas, sino supone crear estrategias.

"En un país donde se critica la puntualidad, donde el cliente no es tratado de la misma manera y la certeza jurídica es incierta, las empresas que quieran ser exitosas deben apostar sobre las debilidades que la ciudadanía percibe", comentó Trujillo.

El protocolo es una oportunidad de desarrollar fortalezas sobre las debilidades existentes en el interior de la empresa.

Infografía Prensa Libre: BILLY MELGAR

El protocolo, generador de valor

Empresas exitosas

Según un estudio hecho por empresas de recursos humanos en internet, publicado en "La web de los recursos humanos y el empleo", sobre la cortesía a la hora de hacer negocios, los empresarios coincidieron en que el protocolo empresarial tiene una importancia crucial a la hora de actuar en el mundo de los negocios. El 50% de los encuestados aseguró que la falta de cortesía lleva a la pérdida de un trato. Asimismo, el estudio reveló que la debilidad en temas de protocolo empresarial pone en riesgo la imagen de la organización y de los propios ejecutivos. De igual forma, los entrevistados destacaron la importancia del protocolo y los buenos modales, ya que permiten diferenciarse en un mercado competitivo, contribuyen al liderazgo y ratifican el compromiso con la calidad y la excelencia de la em-

presa. Además, permiten generar confianza en la organización, tanto interna como externamente. Por otro lado, según un artículo publicado por la Cámara de Comercio Guatemalteca Americana (Amcham), acerca de protocolo para eventos, escrito por la especialista internacional en Protocolo Empresarial, Liliana Bosque, se explica que, con la globalización, la especialización del trabajo y el desarrollo de la tecnología han conducido a la creación de actividades relacionadas con el conocimiento humano en todas sus facetas. Tal es el caso del mundo del protocolo, "donde se han experimentado importantes cambios y adaptaciones, que los empresarios no pueden pasar por alto".

SUSTENTABILIDAD CORPORATIVA**Vivir en un condominio**

Karen Wantland
kwantland@consultarsecom

Hacen falta proveedores locales alrededor de los condominios habitacionales.

Cuando era pequeña, recuerdo que cerca de mi casa la familia podía buscar a proveedores locales para comprar alimentos, útiles escolares y otros insumos necesarios. Hoy en día, vivo en un condominio cerrado sin esa idiosincrasia de barrio. Aunque la residencia de nuestra familia está en un lugar que se autodenomina integral, la verdad es que en las cercanías solo encontramos grandes negocios que acaban muchas veces con las tiendas y las librerías locales. Además, la falta de seguridad pública en el país ocasiona que la mayoría de los vecinos siga prefiriendo el carro a caminar.

Las empresas que urbanizan podrían procurar, como parte de su estrategia de Responsabilidad Social Empresarial, desarrollar proyectos de vivienda en los que se incorpore a pequeños empresarios como proveedores de bienes y servicios, en lugar de incentivar que haya un gran supermercado y una megafarmacia por todos lados.

La mayoría de los condominios "modernos" de hoy están diseñados para eliminar la convivencia con el vecino, con el señor de la farmacia, la señora de la librería o la familia de la tienda de la esquina. En mi sector, por ejemplo, es prohibido instalar cualquier negocio, por lo que si queremos comprar algo beneficiamos siempre a las mismas empresas. Qué bonito fuera que alrededor de las urbanizaciones se generaran mercados con productos frescos y saludables, que apoyaran a los pequeños productores y se fomentara la vida de barrio que algunos de nosotros todavía recordamos.

Le apuesto al empresario urbanizador que esta clase de proyectos inmobiliarios tiene ya un nicho de mercado, y que a la vez existen pequeñas y medianas empresas que podrían incorporarse en esta clase de iniciativas de Responsabilidad Social Empresarial, que beneficiarían a muchísimos guatemaltecos.

EMPRENDEDORES

Un negocio de dulces sabores

La Productora y Distribuidora Santa Ana comercializa rosa de Jamaica, tamarindo y flor de tilo.

POR CLAUDIA MARÍA GALÁN
cgalan@prensa libre.com.gt

La empresa, situada en Granados, Baja Verapaz, se dedica a la producción y distribución de rosa de Jamaica, tamarindo y flor de tilo.

El fundador, Alfonso Arévalo Ruiz, comenzó el negocio hace 30 años. Lo que hoy se ha convertido en una empresa familiar, con cuatro beneficiarios directos y 20 indirectos.

"El negocio lo emprendió mi papá, que vendía en el mercado de La Terminal", en la Ciudad de Guatemala, expresó Álvaro Arévalo, actual gerente general de la Productora y Distribuidora Santa Ana.

"Al inicio se comercializaban entre 20 y 30 libras. El tamarindo se vendía en cantidades cercanas a las 10 o 15 libras", agregó Arévalo.

Al principio del negocio se alcanzaron volúmenes de cinco a 10 libras a granel por producto, que se vendía sin marca.

ESFUERZO

Se requirió de un largo camino para alcanzar lo que hoy es la empresa Santa Ana, que dirige Arévalo.

Según comentó el empresario, la lucha para abrirse paso fue grande, ya que debía recorrer cerca de tres horas de camino de terracería para acarrear agua, y transbordar la carga en el río Grande o Motagua, porque no había puente.

"Entre nosotros, le digo



Foto Prensa Libre: CORTESÍA

ÁLVARO ARÉVALO es el gerente general de la Distribuidora Santa Ana.

que nos ha costado muchísimo, sobre todo por la distancia y la débil infraestructura", enfatizó el empresario.

La motivación por levantar el negocio fue el impulso para seguir adelante y trabajar día a día como familia, luchando por un mañana mejor en cada jornada, aseguró Arévalo.

"Yo fui a vender al mercado de La Terminal con mi papá. No era agradable ir, pero había que hacerle frente a la necesidad y seguir adelante", manifestó el gerente.

CRECIMIENTO

Al comienzo, Santa Ana producía entre 20 y 40 quintales de las flores, pero paulatinamente las cosechas se incrementaron.

Fue hace alrededor de 34 años, gracias a la primera oferta a Supermercados Paiz, actualmente Walmart, que los esfuerzos de toda la familia Arévalo comenzaron a dar frutos.

En tamarindo y rosa de Jamaica, Guatemala exportó a El Salvador US\$636 mil a agosto del 2012.

La oportunidad se las ofreció el entonces gerente de Supermercados Paiz, Jorge González, quien creyó en la capacidad de la pequeña

empresa bajaverapacense.

La primera oferta para los supermercados capitalinos fue de 20 a 30 libras, entre tamarindo y rosa de Jamaica.

"El negocio ha ido cambiando y hoy distribuimos en supermercados Walmart 500 libras diarias", comentó el emprendedor.

MERCADOS

Las oportunidades no quedaron allí. Distribuidora Santa Ana se lanzó a vender sus productos en el exterior.

"Exportamos a El Salvador desde hace 30 años, a través de la empresa Disvegua", indicó Arévalo.

Hasta ahora, Santa Ana exporta de 20 a 30 quintales semanales de tamarindo al vecino país centroamericano.

"Por falta de conocimiento, muchas veces no se encuentra la entrada ni la salida de un negocio", reconoció Arévalo.

Sin embargo, la persistencia es lo que destaca como elemento clave a la hora de emprender un negocio.

La mayor satisfacción para Arévalo ha sido luchar por un negocio de familia, desde la siembra hasta la cosecha.

En los últimos tiempos, la empresa de Baja Verapaz ha entregado volúmenes de ocho mil a 10 mil bolsas por mes, con marca propia y privada.

El año pasado, Santa Ana recibió la certificación de buenas prácticas de manufactura.

"Seguir adelante y perseverar" es el consejo que el comerciante bajaverapacense da a todos los emprendedores guatemaltecos.

SANTA ANA se dedica a la producción y distribución de bebidas derivadas de plantas naturales.



Foto Prensa Libre: CORTESÍA

ENTREVISTA

Familias prósperas

POR GUILLERMO I. RAMÍREZ
giramirez@prensalibre.com.gt

EL DIRECTOR DEL INSTITUTO DE LA EMPRESA FAMILIAR DE ADEN, SANTIAGO DODERO, HABLA SOBRE LAS EMPRESAS FAMILIARES.

► **¿Cuál es la importancia de las empresas familiares en la economía mundial?**

Estos negocios de familia representan el 60% del PIB de Europa Occidental. En EE. UU. generan la mitad del empleo. De las 500 empresas más grandes que están publicadas en la revista *Fortune*, las más rentables son las familiares.

► **¿Qué problemas se dan en estas compañías?**

En el recambio generacional, del fundador a los hijos, o sea, la segunda generación, el 70% de esos negocios desaparece, se pierden empleos y el aporte a los impuestos. Los gobiernos deben tomar conciencia de considerar como política de Estado el fortalecer a las empresas familiares.

► **¿En qué momento se dan los conflictos?**

El fundador, que comienza joven, ve una oportunidad y la desarrolla. Compra, vende y alcanza el éxito. La primera crisis es por falta de delegación. La segunda principia cuando un hijo viene de la universidad bien preparado e ingresa a la empresa de los padres. Lo primero que desea hacer son cambios, critica lo que se hace y ya no existe tercera crisis.

► **¿Cuántas generaciones dura, en promedio, una empresa familiar?**

El 70% desaparece en la primera. En la segunda quedan 15%, y una tercera solo la alcanza un 9%. Eso significa que en la etapa que hay que trabajar más es en el recambio generacional.

► **¿Cuáles son sus perspectivas?**

Las empresas familiares pueden expandirse a todo el mundo porque no tienen límites. La clave es preparar a los hijos para que aprendan a trabajar con los fundadores, y a los fundadores para que trabajen bien con los hijos. Que no exista confrontación, sino mejor comunicación.



SANTIAGO DODERO

Foto Prensa Libre: ERICK ÁVILA



Foto Prensa Libre: ARCHIVO

UNIVERSIDAD DEL Istmo busca capacitar a gerentes de mercadeo.

Estrategias en la publicidad

POR CLAUDIA MARÍA GALÁN
cgalan@prensalibre.com.gt

LA UNIVERSIDAD DEL ISTMO DE GUATEMALA OFRECE DIPLOMADOS EN MÁRQUETIN RELACIONAL E INTERACTIVO.

INNOVACIÓN

La Universidad del Istmo lanzó un nuevo curso para empresarios guatemaltecos especializados en mercadeo.

El programa está destinado especialmente a gerentes de marca, márketing y publicidad.

El curso busca enseñar a esos ejecutivos las habilidades de diseñar, implementar y evaluar las nuevas estrategias de márketing relacional e interactivo.

El diplomado consta de siete módulos, entre los que destacan: introducción al nuevo consumidor, herramientas estratégicas interactivas, márketing en buscadores y estrategias para captar, retener y fidelizar clientes, entre otros.

El estudio permitirá que los ejecutivos de mercadeo conozcan modelos de negocio, así como herramientas y prácticas para incrementar las comunicaciones del márketing.

Los conocimientos adquiridos podrán aplicarse en los procesos de planeación estratégica de las empresas u otro tipo de organizaciones.

El curso permitirá alcanzar nuevas formas de interacción con los consumidores, con métodos dinámicos y tecnología que se innova día a día.

Para mayor información, comunicarse al teléfono (502) 2429-1400.

LIBROS

Teoría microeconómica

La octava edición del libro ofrece un resumen acerca de la moderna teoría microeconómica.

El texto consta de ocho partes: elección y demanda, elección en condiciones de incertidumbre, producción y oferta y modelos de competencia perfecta.

También, la fijación de precios y los límites del mercado.

El manual establece un vínculo con la literatura más

avanzada, al incluir una serie de ampliaciones que dan una perspectiva más amplia.



Un secreto para las familias

Esta edición es la respuesta al gran interés que ha despertado el reto de armar empresas rentables y conservar familias felices.

Santiago Doderro señala que cuando se habla de las empresas familiares hay que preguntar: ¿qué está primero, la empresa o la familia? La teoría dice que si no se cuida el negocio, tampoco habrá empresa para la familia. Sin embargo, la experiencia demuestra que, en realidad, el vín-

culo familiar suele estar primero, porque la familia tiene dificultades para separar los temas afectivos de los laborales.



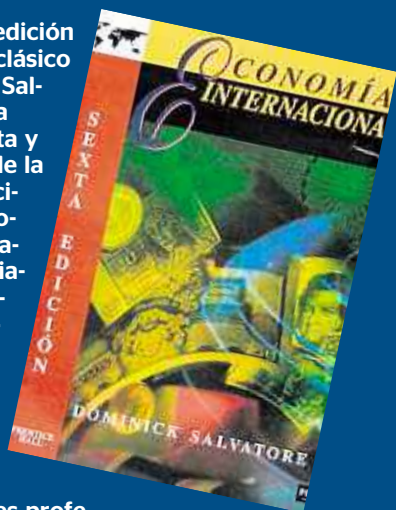
Economía internacional

La última edición del texto ya clásico de Dominick Salvatore es una obra completa y actualizada de la teoría y principios de la economía internacional, esenciales para comprender, proponer y evaluar soluciones a los problemas del mundo de hoy.

Salvatore es profesor de Economía en la Fordham University de Nueva York.

Se trata de un documento excelente para estudiantes universitarios de diver-

sas carreras, pero también para legos que deseen adentrarse en aspectos esenciales de la economía globalizada de hoy.



[ENTRETENIMIENTO]

Revolución en los videojuegos

El nuevo Wii U de Nintendo cambiará la manera de disfrutar el ocio en el tiempo libre, ya que se podrá usar al mismo tiempo en TV y los multimedia, como YouTube, Netflix o Amazon Video.

El dispositivo trae una pantalla táctil de 6.2 pulgadas. Este GamePad utiliza un emisor de señal infrarroja y cuenta con giroscopio, acelerómetro, cámara, lápiz electrónico, dos joysticks analógicos y botones con diversas funciones. Tie-

ne vibración, micrófono para el chat y botón de encendido independiente al de la consola. Además, permite que el usuario juegue cuando mira televisión. Entre los nuevos juegos para Wii U están: New Super Mario Bros U; el juego de estrategia Pinkim3; de lucha, el ZombiU; fitness Wii Fit U; el de karaoke Sing y Scribblenauts Unlimited. Para los hardcore: Batman, Arkham City y Armored Edition.



[VIDA SANA]

Bebida saludable

La empresa guatemalteca Mapriva, S.A., lanzó los refrescos de aloe vera de la fábrica coreana OKF.

Aloe Vera King mejora la salud y aporta los beneficios del aloe en una bebida sana y refrescante.

La mezcla contiene 30% de aloe sin preservantes. Esta cuenta con numerosos beneficios: antioxidante, antiinflamatorio, antimicrobiano, laxante natural, ayuda a la circulación sanguínea, a la digestión y a la función del hígado.

Otro de los productos es



Aloe Vera Sugar Free, con el mismo sabor y beneficios, reforzado con vitamina C con cinco calorías.

[TELEFONÍA]

Móviles de vanguardia

Movistar y LG lanzaron dos nuevos teléfonos inteligentes que permiten hacer anotaciones con el dedo sobre la pantalla.

Los usuarios podrán elegir entre el LG Optimus L Siete y Tres.

Ambos modelos cuentan con procesador Snapdragon S1 de Qualcomm, con alta potencia en navegación en la web, ejecución de software y localización GPS.

Asimismo, los dos celulares disponen de procesamiento de gráficos, juegos, fotos y videos.

En tema de diseño, los dos presentan cualidades estéticas, diseño armónico y toques metálicos.



Calidad sobre ruedas

Imerca, que ofrece piezas para vehículos japoneses, lanzó al mercado la marca Denso, conocida por sus bujías de alta tecnología y piezas de encendido desde la década de 1950.

Las bujías son una de las especialidades de Denso, el mayor productor de tecnología mundial para vehículos. Estas son elaboradas y distribuidas con la más alta calidad industrial.

GENERA VALOR

Imerca ofrecerá en el mercado nacional la distribución de las piezas con mayor potencia y aceleración en los vehículos. Las bujías disminuyen el consumo de combustible y de gases contaminantes y dan un mayor tiempo de vida útil.



Foto Prensa Libre: CORTESÍA

MIL FLORES Luxury Desing Hotel forma parte de la Casa de las Mil Flores de Antigua Guatemala, uno de los principales destinos turísticos del país.

Mezcla de lujo y descanso

Mil Flores Luxury Desing Hotel es un nuevo espacio hospitalario en Antigua Guatemala, que ofrece una lujosa y agradable estancia a sus huéspedes.

En una construcción del siglo XVI, con un diseño, ambiente y arquitectura únicos, el Hotel Mil Flores brinda una experiencia sin igual.

Está ubicado en el barrio Santo Domingo, de Antigua Guatemala, a pocas cuadras del parque central, en un establecimiento que mezcla moderni-

dad y confort. Sus seis suites poseen escenarios sensoriales de lujo, ya que están decoradas e inspiradas en variedad de flores, como rosas, hortensias, orquídeas, jacarandas, lirios y azaleas.

Las habitaciones muestran colores y texturas fascinantes. Disponen de servicio personalizado, aire acondicionado, chimenea, caja fuerte, televisor de pantalla plana con cable, escritorio, teléfono y minibar. Asimismo, hay biblioteca, lounge bar y restaurante *luxury desing*, con capacidad para 22 comensales. A esto agregue pis-

cina, estacionamiento propio, sauna, áreas de masajes, salas de estar, patios al aire libre y un mural del siglo XVII.

EXPECTATIVAS

Mariano Beltranena, director general de Hoteles Vista Real, al que pertenece Mil Flores, comentó que es una propuesta diferente, que complementa la oferta turística de alto consumo en Antigua. “Es un producto exclusivo y de lujo, y los comentarios de los clientes son excelentes”, afirmó el ejecutivo. Los precios varían entre US\$170 y US\$275.

Línea blanca del sur

La compañía ecuatoriana Indurama lanzó al mercado guatemalteco la nueva línea de cocinas Quartz, con modernos cortes laterales y suaves curvas.

El nuevo diseño, con acabado convexo, se diferencia en el mercado e integra nuevos conceptos innovadores.

Dentro de los modelos de la línea de cocinas que estarán a disposición de los guatemaltecos destacan: Niza, Montecarlo, Génova, Canes, Sicilia, Roma, Parma y Florencia, entre otras.

CALIDAD

Con el fin de lograr placer en el uso, las cocinas están diseñadas con los mayores estándares para satisfacer los gustos y necesidades más exigentes.



Foto Prensa Libre:

INDURAMA BUSCA entrar al mercado guatemalteco.

VIDA SIBARITA



(GASTRONOMÍA)

Disfrute de placeres sin azúcar

Alimentación especializada P&C ofrece productos españoles sin azúcar ni gluten, vinos y más.

La tienda cuenta con abarrotes de limpieza para el hogar, artículos de belleza y alimentos.

El negocio brinda pro-

ductos sin gluten para diabéticos, tales como pastas, harina y galletas, además de dulces y mermeladas sin azúcar.

Entre otros, ofrece vino blanco y tinto, así como aceite de oliva extra virgen y normal, provenientes de Europa occidental.

[PERFUME]

Inspirada en la inolvidable Roma

Valentina es un perfume clásico y moderno, sofisticado y sorprendente, que evoca la belleza de la mujer.

La loción es distribuida por la perfumería Fetiche.

Las intensas notas del perfume combinan con la delicadeza del frasco.

La nobleza del cedro es sacudida por la cautivadora sensualidad del ámbar. Las estelas de jazmín, flor de naranjo de Amalfi y nardo celebran con alegría radiante la belleza de las fresas silvestres. Valentina es como una estela solar inesperada.



[CALIDAD]

Cocina con acento del País Vasco

Pintxos es un restaurante que está ubicado en Paseo Cayalá, zona 16, local j4 102.

El establecimiento es exclusivo y distinto. Ofrece deliciosas especialidades de comida del País Vasco, en el norte de España. Con un ambiente

agradable y diferente, usted podrá disfrutar con todos sus amigos o en familia de un buen servicio, sabroso vino y de otras bebidas especiales del bar. El horario de atención en Pintxos es de 12 a 24 horas, de lunes a domingo.