

ESTRATEGIA&NEGOCIOS

275

E&N

**ESPECIAL
ADMIRADOS II**

MUJERES Y
NUEVA
GENERACIÓN



GRANDES EMPRESAS DE CENTROAMÉRICA

LAS LÍDERES POR INGRESOS / GRANDES EMPLEADORAS DE LA REGIÓN
/ LÍDERES SECTORIALES / GRANDES EMPRESAS DEL SECTOR
FINANCIERO / LAS JUGADAS MAESTRAS / LÍDERES DE LA EXPANSIÓN

Negocios

Servicios y
Telcos: en
transformación

Ocio

Los chefs de CA
entre los 50
Best Latam

Edición 275 /
Noviembre - Diciembre 2022
Estados Unidos, Panamá,
Nicaragua y El Salvador USD6,50
R. Dominicana 253,68 pesos
Guatemala 52 quetzales
Honduras 123,68 lempiras
Costa Rica 3.400 colones

ISSN 1659-2832



GRUPO
OPSA



KANTAR MERCAPLAN

Expertos en la
entrega de **Insights**
para el **Desarrollo**
de **Estrategias**

Guatemala • Belize • Honduras • El Salvador
Nicaragua • Costa Rica • Panamá • Dominicana
Puerto Rico • Jamaica • Trinidad & Tobago

Nuestros **Domains** de expertise, están para abordar las **preguntas comerciales clave** de tu negocio:

¿Que posicionamiento tener para crecer?

- Brand
- Brand Strategy
- Brand Guidance
- Needscope

¿Cómo ser disruptivos y renovarnos?

- Innovation


¿Cómo conectarme con las personas?

- Creative & Media

¿Cómo ganar compradores y clientes?

- Commerce
- Customer Experience

Understand People, Inspire Growth
info@mercapan.com | www.kantar.com



Customer experience orienta en cómo la organización puede fortalecer una relación con el cliente

Guatemala • Belize • Honduras • El Salvador
Nicaragua • Costa Rica • Panamá • Dominicana
Puerto Rico • Jamaica • Trinidad & Tobago

A través de nuestras soluciones, nos encargamos de identificar aspectos relevantes para fortalecer la conexión de los clientes.

A. Relationship TRI*M

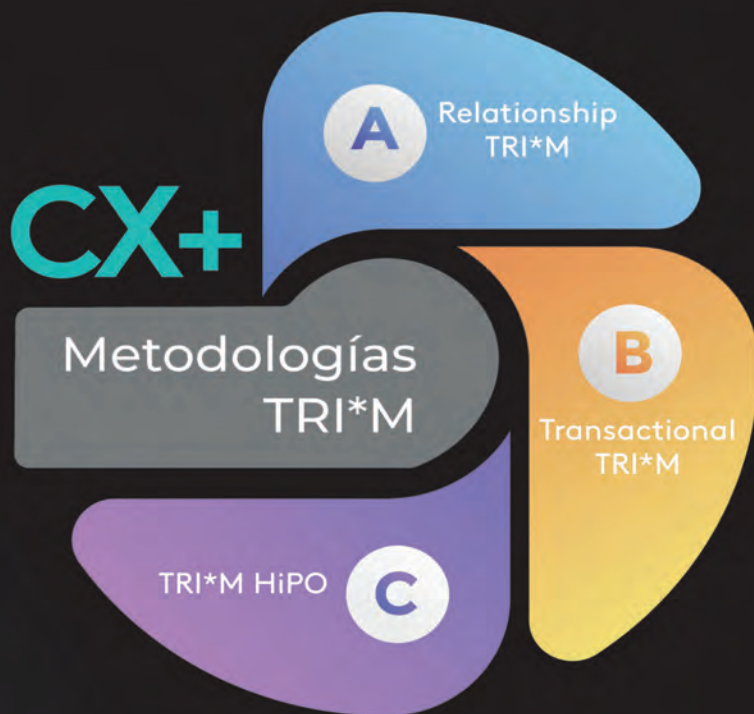
Entender la fuerza de las relaciones con los clientes e identificar los puntos fuertes de su competencia y los conductores de la rotación de clientes.

B. Transactional TRI*M

Ver momentos y puntos de contacto de mayor impacto en el viaje del cliente.

C. TRI*M HiPO

Comprender el nivel de compromiso del empleado de la organización.



Líderes mundiales en Customer Experience

CX+

El único sector especialista en medir la brecha entre promesa de marca y CX

Más de la mitad de compañías **Fortune Top 100** del mundo han usado TRI*M



800+ (global) consultores y especialistas en tecnología



Partners con liderato mundial en plataformas tecnológicas



Learnings globales
25,000+ TRI*M Surveys
120+ Países

KANTAR MERCAPLAN

Understand people, Inspire Growth

info@mercaplan.com | www.kantar.com

60



NEGOCIOS

Agricultura digital

La incursión de la tecnología en los procesos de producción agrícola promete generar importantes beneficios entre los pequeños productores. Arroz y café son algunos de los cultivos que tienen potencial de digitalizarse. Armando Martínez, representante de la Alianza Bioversity Internacional dibuja los potenciales y barreras de esta incursión.

62



NEGOCIOS

Sostenibilidad es la clave

Juan Verde, presidente de la Fundación Advanced Leadership, charló con Estrategia & Negocios y planteó los retos que Centroamérica y el Caribe tienen ante la realidad del cambio climático. Advierte que la seguridad alimentaria y sostenibilidad son dos temas clave para el futuro del istmo, pero que también tienen que verse como oportunidad para todos.

64



NEGOCIOS

El plan de Bayer en CR

La multinacional alemana invierte US\$200 millones en Costa Rica para el establecimiento de una nueva planta en Alajuela, un proyecto que no solo impactará al país, ya que tiene como objetivo atender la demanda de anticonceptivos de países de ingresos medios y bajos. Marcela Fernández, gerente general de Bayer Costa Rica, explica los alcances de la iniciativa.

76



MANAGEMENT

Volaris tiene alas de mujer

Susana Martínez, directora de talento humano y desarrollo organizacional de Volaris, cuenta en detalle sobre los compromisos de la aerolínea en formar a mujeres en cargos de liderazgo pero a partir de méritos propios, una estrategia que potencia a la organización donde ya el 47 % de sus "embajadores" son mujeres.

OCIO

LOS MEJORES DE CENTROAMÉRICA



78 Por primera vez, 10 restaurantes de la región conquistaron posiciones en la lista que corona a lo mejor de la gastronomía latinoamericana.



VERSUS

82 ¿Cómo avanza el consumo de música en streaming? Lo invitamos a leer nuestro versus.



56

ESPECIAL

ENERGÍA Y DATOS

Lea cómo la pandemia incidió en la demanda de servicios de telecomunicaciones y de la conversión del sector energético.

RADAR

11 Es la Economía

12 Infografía

14 CA y Mundo

16



GRANDES EMPRESAS DE CENTROAMÉRICA

RANKING DE GRANDES EMPRESAS 2022

Líderes en tiempos de cambio

EN ESTA EDICIÓN PRESENTAMOS UNO DE LOS REPORTES INSIGNIA DE E&N EN SUS 24 AÑOS DE HISTORIA, EL ÚNICO INFORME REGIONAL QUE ANALIZA EL DESEMPEÑO DE LAS GRANDES COMPAÑÍAS DE LA REGIÓN. LA UNIDAD DE INTELIGENCIA E&N ANALIZA LOS DATOS DE 170 EMPRESAS QUE DAN SEÑALES DE CÓMO AVANZA EL TEJIDO EMPRESARIAL EN LA POSPANDEMIA.

ESPECIAL

ADMIRADOS 2022: PROTAGONISTAS DE UNA NUEVA CENTROAMÉRICA

Lea la segunda parte de Admirados 2022 que Estrategia & Negocios desarrolló en alianza con Skaleno Advisory que ayuda a perfilar quiénes son las mujeres más admiradas y los nombres de los protagonistas de una nueva Centroamérica.

38

ESPECIAL

Admirados 2022

08

NOTAS DE LA EDITORA
Velia Jaramillo



10

OPINIÓN
Dionisio Gutiérrez





Las grandes empresas y los nuevos liderazgos de CA

VELIA JARAMILLO
EDITORA GENERAL

En **Estrategia & Negocios** concluimos un año intenso de producción editorial presentándoles uno de nuestros Especiales emblemático: el Ranking e informe **GRANDES EMPRESAS DE CENTROAMÉRICA 2022**.

Se trata de un producto único en Centroamérica. Ninguna otra publicación o entidad de investigación presenta en la región un informe similar, midiendo a las mayores compañías por ingresos presentes en la región. Un esfuerzo de este calibre exige la disponibilidad de datos fiables, y el acceso a fuentes precisas.

El equipo regional de E&N se sumergió en los estados financieros de las empresas, documentos públicos de los emisores en las bolsas de valores, informes de calificadoras de riesgo y datos directos a través de entrevistas. Un dato refleja la dimensión de este esfuerzo: para llegar al Ranking de Grandes Empresas E&N de este año, Inteligencia E&N analizó la información de una base de 300 compañías, hasta llegar al resultado del RK E&N 2022, que enlistó a algunas de las 45 empresas más poderosas en el istmo.

El **ESPECIAL E&N 170/ 2022** es una prueba de nuestro músculo editorial y de investigación, del acceso a fuentes estratégicas y por supuesto, de la confianza de las corporaciones presentes en Centroamérica que nos abren su data y sus estrategias a través de sus líderes. Es también un producto que refrenda nuestro compromiso por entregar a nuestras audiencias información estratégica, de valor, con investigación y alcance regional.

En el listado de Grandes Empresas rankeadas por ingresos no están todas las que son. Quedan fuera empresas familiares o ajenas a los mercados de valores. Por ello, este año ampliamos la gestión e incluimos un apartado de líderes sectoriales, desde la banca, seguros y sector financiero hasta las empresas líderes de energía, cadenas hoteleras, de farmacia, gasolineras. Destacamos además a 60 grandes empleadoras por número de colaboradores. Todo ello nos permitió consolidar el **E&N EMPRESAS 2022**, con las 170 compañías líderes de la región.

La edición que tiene frente a sus ojos también se enriquece con la segunda parte de Admirados 2022, realizado en alianza con Skalen Advisory. Este año, al indagar por liderazgos jóvenes y emergentes, nuestras audiencias nombraron a más de 460 Admirados de la Nueva Generación y Mujeres empresarias, ejecutivas, emprendedoras admiradas. Nuestros lectores y lectoras han enriquecido así el estudio, incluyendo al nuevo rostro empresarial y líder de Centroamérica. Presentamos las listas de los más votados, y entrevistas con una selección de los Admirados de la Nueva Generación, quienes nos demuestran que la región tiene futuro.

No queda más que agradecerles su lectoría y acompañamiento en nuestros eventos, encuestas, investigaciones. Gracias a nuestras fuentes, lectores y clientes. El 2022 ha sido un gran año para E&N y ya nos preparamos para un 2023 repotenciado ●



*sigue a EYN
en Twitter
@Revista_EyN*

REVISTA E&N
ES UNA PUBLICACIÓN DE



PRESIDENTE

Jorge Canahuati Larach

JUNTA DIRECTIVA

Marco Baldocchi, Alejandro Poma

DIRECTORA DE CAPTACIÓN

DE AUDIENCIAS - GRUPO OPSA

Ruth Marie Canahuati de Sabillón

GERENTE DE CAPTACIÓN DE AUDIENCIAS DE

PRODUCTOS SEGMENTADOS - GRUPO OPSA

Lizza Bobadilla de Handal

EDITORA GENERAL

Velia Jaramillo

DIRECTORA DE ARTE

Zayra Caballero

EDITORA DE INNOVACIÓN & PROYECTOS

Claudia Contreras

EDITOR ADJUNTO

José A. Barrera

EDITOR COSTA RICA

Daniel Zueras

EDITORA REGIONAL DIGITAL

Gabriela Melara (El Salvador)

EDITOR SENIOR DIGITAL

Leonel Ibarra (El Salvador)

PERIODISTA DIGITAL

Andrea Meza (Guatemala)

DISEÑO

Miguel Ángel Bueso

CORRECCIÓN DE IMÁGENES

Dennis Melara

CORRESPONSALES

Christa Bollmann (GT) / Luis Alberto Sierra (PN) /

Gabriela Origlia (ARG) / Genoveva Flores (MX)

DIRECTORA COMERCIAL - GRUPO OPSA

Isabel María Sabillón de Díaz

JEFA DE VENTAS E&N

Carolina Muñoz

OFICINAS COMERCIALES

Guatemala: Claudia Mayorga (502) 2335 3708

Cel: (502) 5204-2371

El Salvador: Carolina Castro (503) 7745-9696

Claudia Milagro Paredes (503) 7483-6620

Honduras: Patricia Moncada. Cel: (504) 9981-4008

Fijo: (504) 2508-3497

Costa Rica: Susana Ventura Cel: (506) 83315181

Panamá: Zuriely Pérez Garrido Cel (507) 6101-9678

Nicaragua: Claudia Milagro Paredes (503) 7483-6620

EE.UU. (Miami, FL): Periódicos Asociados

Latinoamericanos (PAL) Tel.: +1 305 677 2321; +1 305 371 8080

(561) 702-1685

Rep. Dominicana: Listín Diario (809) 686-6688

MERCADEO

Hilduvín Avendaño: Jefe de Marca Regional (504) 9977-6357

Orlín Álvarez: Ejecutivo de Mercadeo (504) 3195-6049

ADMINISTRACIÓN

Jefa Regional: Claudia Méndez (ES) (503) 7602-5560

EVENTOS Y LOGÍSTICA

Carolina Castro, Claudia Méndez

SUSCRIPCIONES

Francisco García (GT) (502) 24418040,

Celular: (502) 5227-4017

CIRCULACIÓN PUNTOS DE VENTA

Y SUSCRIPCIONES

Rudy Yessenia López (504) 2553-3101 Ext 6645

Celular (504) 9483-6382

IMPRESO POR: Albacrome S.A. (El Salvador)

GRUPO OPSA OFICINAS & REDACCIÓN

San Pedro Sula: edificio La Prensa, 3ra. Ave., 6 y 7 calles.

Tegucigalpa: edificio Gujarras, Col. Lomas del Gujarras.

CONTACTOS

Para contactar a cualquier miembro del grupo:

nombre.apellido@estrategiaynegocios.net

Suscripciones: suscripciones@estrategiaynegocios.net



E&N es una publicación de Grupo OPSA
miembro de Association of Magazine Media
y de International Federation of the Periodical Press



CONSEJO CONSULTIVO

José Miguel Torrebiarte, Dionisio Gutiérrez, Juan Luis Bosch, Juan Carlos Paiz, Yara Argueta, Emmanuel Seidner, María Pacheco, Julio Zelaya, Juan Carlos Zapata, Marcio Cuevas GUATEMALA

Jorge Zablah-Touché EL SALVADOR

Ramiro Ortiz, Raúl Amador, José Adán Aguerri, Azucena Castillo, Juan Sebastián Chamorro,

Lucy Valenti, Carlos Cuadra NICARAGUA

Harry Strachan, Jaime Montealegre, Roberto Artavia COSTA RICA

Juan David Morgan, PANAMÁ

PBX:1501



TUS MEJORES MOMENTOS LOS VIVES EN



LA TIERRA DEL **SÍ** SE PUEDE

Las armas del poder:

Mentiras, populismo, represión y la indiferencia de las élites

COLUMNISTA E&N

América Latina se pasó los últimos 100 años en el vaivén de los ciclos, los columpios y los subes y bajas. Hemos tenido épocas de progreso y esperanza; de retroceso y frustración.

A pesar de los golpes y las traiciones a la democracia, a la ley y a la libertad, en los últimos años - si nos comparamos con décadas pasadas - se debe reconocer que hemos mejorado y avanzado en casi todos los campos de la vida; pero no lo suficiente; y hoy, el futuro próximo está en peligro.

Los desafíos del mundo en el Siglo XXI están marcados por la insuficiencia de tantas cosas, la confusión de tantas otras, la mala leche de quienes se aprovechan de las circunstancias y la forma en que la mentira, las intrigas y la maldad caminan como fuego en gasolina.

Las ideologías, lejos de ser material para discusiones de alto nivel en democracia, se convirtieron en la excusa que unos ponen para meter miedo y otros para exacerbar los odios porque las expectativas están lejos de la realidad.

Así, la noticia es que, en América Latina nos la hemos pasado dando bandazos, de golpe en golpe, de miseria en miseria, de mentira en mentira, acumulando insuficientes victorias y dejando atrás a demasiada gente a causa de la incultura y la brutalidad que imponen unos y otros.

La historia detrás de esta historia es que la política se convirtió en puente y plataforma para cualquier cosa menos para trabajar en libertad con la gente por el bienestar del colectivo.

Demasiados países en los cuatro continentes están llenos de políticos que, cuando meten las manos para resolver los problemas que ellos mismos causaron, son nuestros derechos los que terminan comprometidos y nuestras libertades las que salen trasquiladas; y esto, ante la indiferencia o la complicidad de las élites.

Así, el mundo, y en especial América Latina, viven una época de confusión, desorden y desesperanza. Nos dicen que vivimos en

LA HISTORIA DETRÁS DE ESTA HISTORIA ES QUE LA POLÍTICA SE CONVIRTIÓ EN PUENTE Y PLATAFORMA PARA CUALQUIER COSA MENOS PARA TRABAJAR EN LIBERTAD.

democracia, pero la realidad es que estamos regresando a la barbarie de la ley del más fuerte y el sálvese quien pueda.

Con escasas excepciones, lo que están haciendo desde México hasta la Argentina con la democracia liberal y sus valores republicanos podrían regresar a la América Latina a los peores años del Siglo XX.

Es cierto que la democracia tiene defectos y pasa por mal momento, pero cualquier otro sistema solo produce subdesarrollo y pobreza. Por eso es tan importante dejar de llamar de-

democracias, por un lado, a las naciones gobernadas por bandidos que se dicen de derecha; y por otro, a las naciones capturadas por populistas de izquierda radical que, también son bandidos, aunque pretendan hacerse pasar por demócratas.

En América Latina, la profesión de político debe ser una de las pocas para la que no hace falta tener ni la primaria. La economía, el derecho, la ciencia, la diplomacia, el honor y la decencia son materias desconocidas para esa horda de estafadores que arrasan el continente y buscan el poder político por ambición y sin escrúpulos, para hacer de naciones enteras, fincas personales. Se atreven a todo porque todo lo ignoran. Y porque nadie pide cuentas. Por eso hace tanta falta el ciudadano.

Los escándalos del gobierno peruano, la complicidad y el amiguismo del nuevo presidente de Colombia con la dictadura criminal de Caracas y la destrucción de Argentina a manos del peronismo populista son solo tres ejemplos que ratifican que América Latina navega en aguas sórdidas, turbulentas, predecibles.

Por eso hace tanta falta el ciudadano, presente, valiente, amante de la libertad, para dejar de vivir en el disparate y lograr que algún día dejemos de ser pueblos que merecemos la historia y los gobernantes que tenemos ●



*Presidente de
Fundación
Libertad y
Desarrollo*

Radar.

Resiliencia en las exportaciones hacia EEUU

CONSUMO REGISTRA AUMENTOS DE DOS DÍGITOS, PESE A LA INFLACIÓN Y A UN LIGERO CRECIMIENTO ECONÓMICO

8,2%

Tasa de inflación

La tasa de inflación de octubre bajó 0,1% con respecto al mes anterior (8,3%), brindando un leve respiro a los consumidores.

2,9%

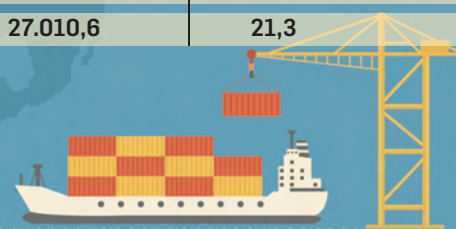
Crecimiento interanual

En el tercer trimestre del año, la economía estadounidense registró un repunte con la tasa interanual de 2,9% de crecimiento versus un decrecimiento de 0,6% en segundo trimestre.

Evolución de exportaciones hacia el mayor mercado del mundo

(EN MILLONES US\$)

PAÍS	ENERO-SEPTIEMBRE 2020	ENERO-SEPTIEMBRE 2021	ENERO-SEPTIEMBRE 2022	DIFERENCIA PORCENTUAL 2022 VS 2021
COSTA RICA	3.878,7	4.844,5	6.332,2	30,7
EL SALVADOR	1.329,3	1.880,4	2.225,9	19,7
GUATEMALA	2.930,2	3.477,3	4.168,7	19,8
HONDURAS	2816,1	3.929,4	4.682,6	19,1
NICARAGUA	2.616,5	3.457,1	4.353,5	25,9
PANAMÁ	355	604,3	396,3	-34
CAFTA-DR	17.300,2	22.257,0	27.010,6	21,3



FUENTE: BURÓ DE ANÁLISIS ECONÓMICO DEL DEPARTAMENTO DE COMERCIO DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (BEA)

Costa Rica y Nicaragua con superávit en su relación comercial con EEUU

EN EL RESTO DE PAÍSES DE LA SUB REGIÓN CAFTA-DR PREVALECE EL DÉFICIT EN EL INTERCAMBIO DE BIENES

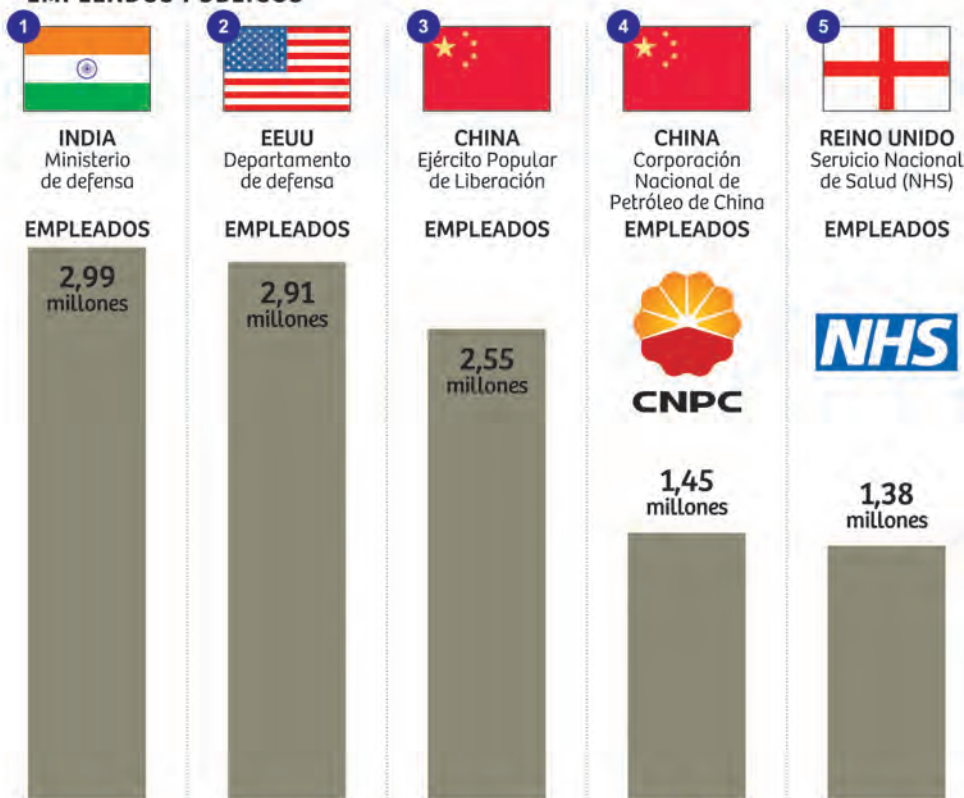
El déficit del comercio internacional mensual de los Estados Unidos de América aumentó de US\$74,1 billones en septiembre a US\$99,6 billones en octubre del presente año, como resultado de un incremento en las importaciones y un decrecimiento en sus exportaciones, informó en su más reciente reporte el Buró de Análisis Económico del Departamento de Comercio de ese país, conocido por sus siglas en inglés BEA. En la sub región CAFTA-DR solo dos países -Costa Rica y Nicaragua-

registran superávit en la relación comercial con Estados Unidos, a septiembre del presente año. Costa Rica por un monto de US\$178,5 millones y Nicaragua por US\$271,9 millones. El resto de países mantienen una relación deficitaria. En el balance comercial opera a favor el incremento en los precios de los commodities, que ha favorecido a países que producen materias primas, como también a naciones que producen dispositivos médicos ●

Los grandes empleadores del mundo

El empleo es un bien preciado y algunas compañías generan millones de empleos a lo largo y ancho del mundo. Walmart destaca como la empresa privada líder, creando 2,3 millones de trabajos en multitud de países, pero si incluimos organismos públicos, bajaría hasta el cuarto lugar.

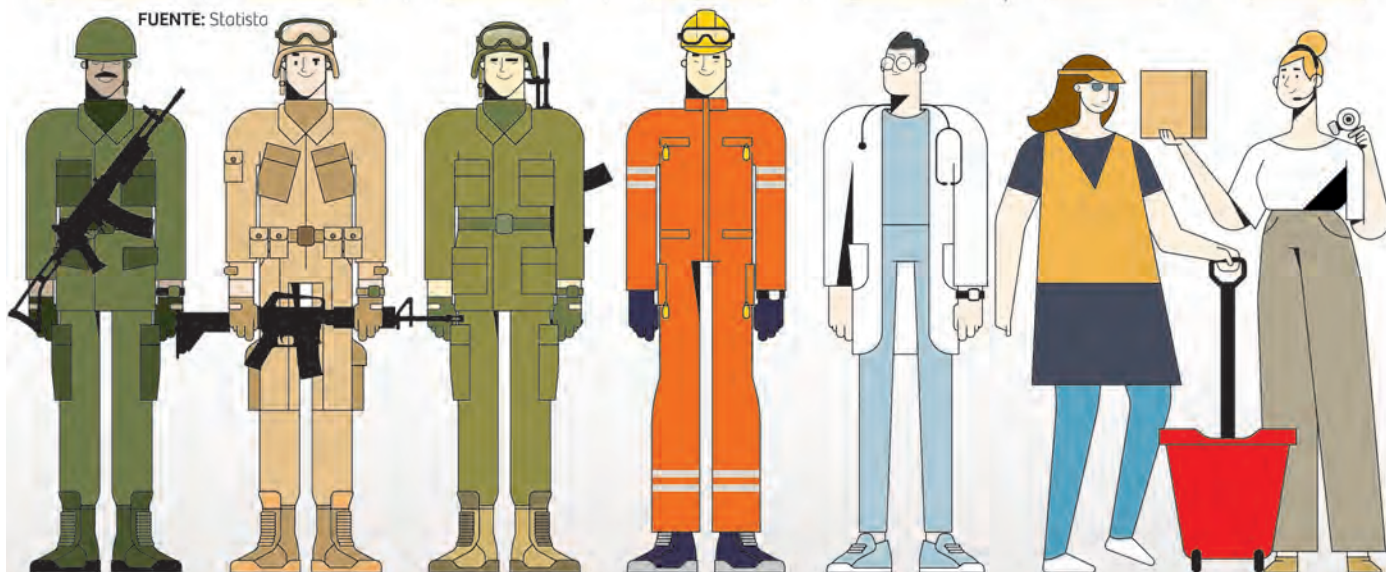
EMPLEADOS PÚBLICOS



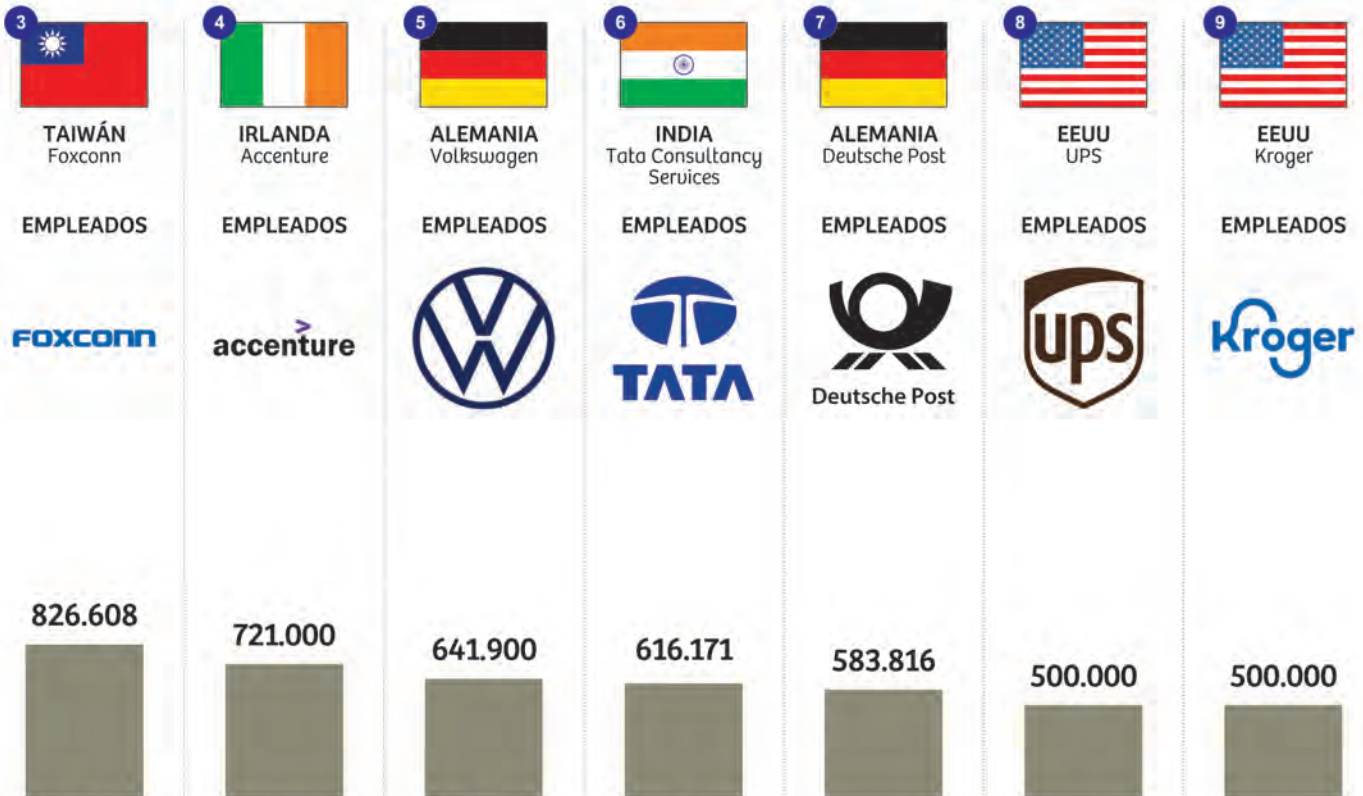
EMPLEADOS PRIVADOS



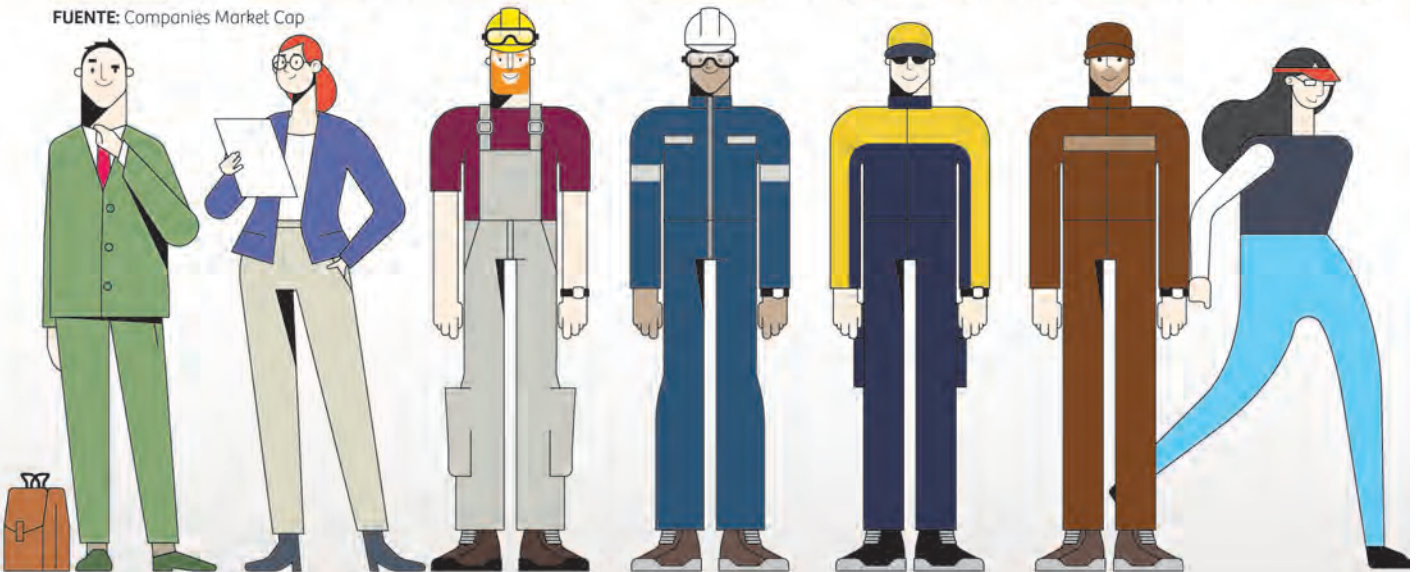
FUENTE: Statista



INFOGRAFÍA: JORGE GALLO/E&N



FUENTE: Companies Market Cap





FOTOS: ISTOCK

Crisis alimentaria en el Istmo



8,1 MILLONES DE CENTROAMERICANOS, EN INSEGURIDAD ALIMENTARIA

Las interrupciones de las cadenas de suministro por los conflictos geopolíticos, el impacto económico aún presente por la pandemia del coronavirus y los fenómenos climáticos, como las lluvias o sequías en las producciones agrícolas, han provocado que alrededor de 8,1 millones de centroamericanos sufran crisis alimentarias o emergencia de inseguridad alimentaria aguda.

Werner Vargas, secretario general del Sistema de la Integración Centroamericana (Sica) señala que solo por su posición geográfica, la región centroamericana es uno de los territorios más expuestos frente a los fenómenos hidrometeorológicos "extremos", que

provocan efectos severos en la infraestructura social, productiva y a los ecosistemas vitales, llegando incluso a agudizar los déficits de desarrollo e incrementar la movilidad urbana por causas climáticas.

Como ejemplos mencionó las consecuencias producidas por los huracanes Fiona y Lisa, así como la tormenta tropical Julia, donde en menos de tres meses la región experimentó graves afectaciones sociales y económicas. "Los fenómenos naturales que se ven profundizados por el cambio climático impactan la vida de las familias centroamericanas, generando daños en infraestructuras y acrecentando la vulnerabilidad de la región".

NÚMERO DE PERSONAS HAMBRIENTAS EN EL MUNDO CRECIÓ DE 282 MILLONES A 345 MILLONES EN EL ARRANQUE DEL AÑO

A todo esto, Naciones Unidas habla de una crisis alimentaria sin precedentes y sin un final cercano. Un reciente informe de la ONU incide en que el número de personas hambrientas había aumentado de 282 millones a 345 millones a nivel global, en los primeros meses de 2022.



Crecen remesas a América Latina en 2022

El volumen de dinero enviado por los migrantes de América Latina y el Caribe a sus familias aumentó 9,3% en 2022, pero ese crecimiento no se sostendrá en 2023 debido a las perspectivas económicas y la inflación, informó el Banco Mundial.

Las remesas a la región han aumentado 9,3% hasta alcanzar los US\$142.000 millones, señala en un informe con datos de los primeros nueve meses de 2022.

Crecimiento vs 2021



142.000
US\$ millones a
septiembre '22

El incremento es muy dispar: 45% para Nicaragua, 20% para Guatemala, 15% para México y 9% para Colombia, entre otros.

Como porcentaje del PIB, superaron el 20% en El Salvador, Honduras, Jamaica y Haití.



Mayoría de la población mundial tiene celular

75% Cerca de tres cuartas partes de la población mundial de más de 10 años posee un teléfono celular que facilita el acceso a internet en 2022, aunque un tercio de las personas sigue sin estar conectada a la red, según informe de Naciones Unidas. 5.300 millones de personas, el 66 % de la población mundial, utilizan internet. El 95 % de las personas que viven en países ricos tienen un celular, en los países pobres solo un 49 %.



MÁS DE 50.000 MIGRANTES FALLECIDOS DESDE 2014



Las Américas figuran como tercer lugar con más muertes. En esta región se han registrado casi 7.000 fallecimientos desde 2014, casi 4.700 de ellos en las rutas que llevan hacia Estados Unidos, según la Organización Internacional para las Migraciones (OIM).



Más de la mitad de los fallecimientos tienen como escenario u objetivo Europa, un total de 25.104 solo en aguas del Mediterráneo. También encabeza el listado en cuanto a desaparecidos, se habrían perdido los restos de 16.032 migrantes.



África es la segunda región con más muertes. supera las 9.000, aunque los expertos asumen que es sólo una pequeña proporción del

total. Hay que tomar en cuenta que el informe de la OIM tan sólo tiene en cuenta las muertes "documentadas", así que la cifra final sería mucho mayor.



La gran dificultad a la hora de recabar datos es el esclarecimiento del origen del migrante. En más de 30.000 casos no hay nacionalidad conocida; de las conocidas, más de 9.000 son de países africanos, más de 6.500 a asiáticos y unas 3.000 a americanos.

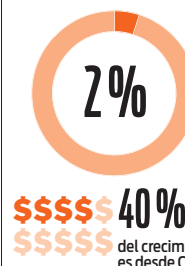


Crecimiento mundial podría desacelerarse

El Fondo Monetario Internacional (FMI), advirtió que la posibilidad de que el crecimiento mundial caiga por debajo del 2 %, un nivel registrado por última vez durante el brote de coronavirus y la crisis financiera mundial de 2009, está aumentando. El FMI espera que más de un tercio de la economía global se

contraiga este año o el próximo y que se produzca un estancamiento en EE UU, la Unión Europea y China. Alrededor del 35 % o 40 % del crecimiento global llegaría desde China, apunta el FMI.

Podría quedar debajo del



12 feminicidios diarios en América Latina

Al menos 4.473 mujeres fueron víctimas de feminicidio en América Latina durante 2021, informó la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal). La cifra representa un promedio de 12 muertes violentas de mujeres por razones de género por día en la región, según un informe del Observatorio de Igualdad de Género de América Latina y el Caribe (OIG) de la Cepal. En 2021, las mayores tasas de feminicidio en América Latina se registraron en Honduras (4,6 casos por cada 100.000 mujeres), República Dominicana (2,7 casos), El Salvador (2,4), Bolivia (1,8) y Brasil (1,7).



Un tercio de Latinoamérica vive en situación de pobreza

32 % En 2021 la tasa de pobreza de América Latina alcanzó el 32,3 % de la población total de la región (una disminución de 0,5 puntos porcentuales respecto a 2020), mientras que la tasa de pobreza extrema fue de 12,9 % (0,2 puntos porcentuales menos que en 2020), apunta informe de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). A fines de 2022, la pobreza se situará en 32,1% de la población (201 millones de personas) y la pobreza extrema en 13,1% (82 millones). Esto supone 15 millones de personas adicionales con respecto a la prepandemia.



10.000 empleos en época navideña en Costa Rica

La Cámara de Comercio de Costa Rica proyecta que durante la temporada navideña y fin de año se generen 10.000 nuevos empleos temporales para poder atender el aumento de ventas en los locales del país. Debido a que esta es una época de mucho consumo, los negocios requieren contratar personal para dar abasto con la atención del público que busca regalos, comida y otras compras típicas de las últimas semanas.



**GRANDES
EMPRESAS 2022**
DE LA PORTADA



**GRANDES
EMPRESAS
DE CA 2022**

LÍDERES

en tiempos de cambio

TEXTOS:
JOSÉ A. BARRERA /
PABLO BALCÁ CERES

INVESTIGACIÓN:
UNIDAD DE INTELIGENCIA E&N

COLABORARON:
LORENA ÁLVAREZ, LEONEL IBARRA,
CLAUDIA DURÁN Y LUIS ALBERTO SIERRA



El tejido empresarial afincado en Centroamérica sigue boyante a casi tres años del histórico bache por la pandemia y va por más.

En esta edición presentamos uno de los reportes insignia de

Estrategia & Negocios en sus 24 años de historia, el único informe regional que analiza el desempeño de las grandes compañías que operan en la región a partir de información pública y gestiones directas hechas por nuestro equipo de editores, un termómetro empresarial que plantea el estado no solo de su actividad -a partir de los datos de facturación-, sino de su desempeño en factores clave como el empleo y expansión, variables que este año permiten a la Unidad de Inteligencia E&N analizar el comportamiento de un universo de 170 empresas que dan señales claras de cuál es el ánimo de los liderazgos que apuestan e invierten por el desarrollo de una región pequeña pero estratégica que también es la cuna de grandes multilatinas que están a la caza de nuevas oportunidades de negocio ahora con una visión cada vez más global.





GRANDES EMPRESAS 2022

DE LA PORTADA

La pandemia generó una crisis sin precedentes para la actividad empresarial de Centroamérica, la cual -a la luz de los números y jugadas empresariales- ha sido superada en parte gracias al esfuerzo de los liderazgos de las corporaciones, quienes se enfocaron en resguardar en lo posible a los empleos y en gestionar una operación saludable en tiempos retadores.

Este año, la décima primera entrega del Ranking de Grandes Empresas de Centroamérica tiene como base la lectura de los datos de 170 grandes compañías que operan en los países del istmo, divididas entre las que comparten públicamente sus datos de operación y de otras que accedieron a facilitar información por gestiones de E&N, data que permite identificar a las Líderes por ingresos, Grandes empleadoras de la región, Líderes sectoriales, Grandes empresas del sector financiero y Líderes de la expansión.

La Unidad de Inteligencia E&N centró parte de sus esfuerzos en investigar cuáles son las empresas con mayores ingresos operativos en Centroamérica y Panamá, las líderes no solo por tamaño sino también por ser dinámicas en el panorama regional.

Un esfuerzo de tal calibre exige la disponibilidad de datos fiables y fuentes precisas. Por esta razón, el equipo regional de la revista E&N se sumergió en los estados financieros de las empresas, documentos públicos de los emisores en las bolsas de valores, informes de calificadoras de riesgo y consultas directas a las mismas empresas.

Grandes Empresas 2022 utiliza como criterio los ingresos de las compañías, de prefe-



rencia las ventas o ingresos operativos, al 31 de diciembre de 2021. Para algunas organizaciones se utiliza el cierre del año fiscal.

La elaboración del estudio partió de una base de 300 compañías identificadas por E&N, tanto centroamericanas, multilaterales y multinacionales. El resultado se condensa en una lista de 45 empresas más poderosas en la región, en donde por falta de datos quedan afuera algunos grupos empresariales, sobre todo aquellos de carácter familiar o ajenos a los mercados de valores que resguardan información.

WALMART, A LA CABEZA

En el caso de las Líderes por ingresos los primeros lugares están compuestos por una mezcla de firmas de los sectores de retail, telecomunicaciones, empresas públicas y de con-

sumo que marcan el pulso de la actividad empresarial, nichos que tradicionalmente se han mantenido a la cabeza del informe.

Según el análisis elaborado por la Unidad de Inteligencia E&N, Walmart de México y Centroamérica sigue firme como líder del listado con ingresos -al cierre de 2021- por US\$6.196,3 millones, un desempeño que, pese a ser un 2,7 % inferior al de 2020, supera en más de US\$435 millones a los datos registrados en el último Ranking publicado en 2019.

A la luz de los datos, la corporación ha seguido reforzando su participación en el istmo, un territorio donde administran más de 860 tiendas, actividad que genera empleos para más de 36.000 personas.

Walmart abrió nueve tiendas en la región centroamericana en 2021, para alcanzar una red de 864 unidades, entre supermercados, bodegas y Walmart, con un total de 806.145 metros de piso de venta, según sus reportes ante la Bolsa Mexicana de Valores (BMV). La minorista impulsó el desarrollo del *ecommerce* en la región, alentado por su experiencia en el mercado mexicano, territorio donde dichos canales ya son el 4,9 % de las ventas.

Destaca en el puesto dos la Autoridad del Canal de Panamá (ACP), instancia que administra una de las principales vías interoceánicas del planeta, que exhibe una facturación de US\$3.958,6 millones, 15 % más que en 2020 lo que demuestra el valor estratégico de las rutas comerciales tras la crisis logística que se generó tras la aplicación de esquemas de cuarentena por la pandemia.

Centroamérica

El 2022 es un año de expansión después de la crisis del COVID-19

1. En ruta a la expansión



Luego de un 2020 resiliente y un 2021 de rebote, varias de las grandes empresas reforzaron en 2022 sus planes de expansión en diversos niveles.

2. Más digitales



En 2020 y 2021 empresas de rubros como el retail se volcaron a dinamizar sus canales digitales y ahora exhiben plataformas más robustas, pero híbridas.

3. Entorno retador



La crisis logística primero y la alteraciones cambiarias y de las tasas de interés son condiciones que pusieron a prueba a las empresas en los últimos dos años.



10 GRANDES JUGADAS EMPRESARIALES DE 2022

Este año los grupos empresariales afincados en la región terminaron procesos que iniciaron en 2021. Nuevas inversiones, expansiones y otras apuestas estratégicas destacan entre las grandes movidas empresariales del istmo.

1

Walmart afianzado como el #1



La cadena estadounidense sigue afianzada como el rey del retail en Centroamérica. La empresa administra más de 870 tiendas en sus filiales en Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua.

6

Millicom anuncia más inversión



La multinacional anunció una inversión de US\$700 millones para expandir y mantener sus redes de banda ancha fija y móvil en Guatemala, Honduras y El Salvador. La nueva inyección de fondos se ejecutará en dos años.

2

Plan de inversiones de CMI



La firma guatemalteca anunció un plan de inversiones por US\$1.800 millones para los próximos tres años; en el Triángulo Norte de Centroamérica parte de la inversión irá a plantas avícolas, líneas de embutidos, entre otras.

7

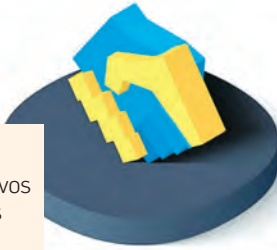
Intel inauguró planta en Costa Rica



La tecnológica estadounidense inauguró en Costa Rica una infraestructura clave de cara al diseño, validación y manufactura de semiconductores, esto en un entorno donde la producción de dichos insumos es escasa.

3

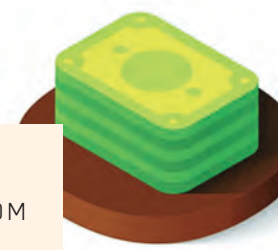
Progreso suma nuevos mercados



El grupo guatemalteco cierra el año con presencia en dos nuevos mercados (Costa Rica y El Salvador) tras adquirir las operaciones de CEMEX en el istmo por US\$329 millones, con los que su huella ya llega a 7 países de Latinoamérica.

8

Cargill invierte US\$160 M



La multinacional estadounidense inyectará US\$160 millones a su operación en Honduras, Guatemala y El Salvador, un proyecto que se ejecutará en un plazo de cinco años y que busca apuntalar el desarrollo de oportunidades locales.

4

Energía del Pacífico se conecta



Este año entró en operaciones Energía del Pacífico, la primera generadora que opera con GNL en El Salvador, un proyecto de más de US\$1.000 millones que además convierte a El Salvador en exportador de energía.

9

Yazaki instala nueva planta en CA



La fabricante de arneses automotrices Yazaki, anunció la construcción de una nueva planta en Guatemala para apuntalar su operación como fabricante de piezas automotrices en Guatemala y El Salvador.

5

TAG vuela cada vez más alto



La aerolínea guatemalteca TAG logró consolidar en 2022 su operación: logró el estatus de aerolínea bandera de su país y anunció la llegada de cuatro aeronaves ATR72-500 para fortalecer la conectividad con el sureste de México.

10

Avianca salió de la bancarrota



Avianca salió este año de la protección del Capítulo 11 y con el objetivo de crear en el corto plazo a Grupo Abra en una alianza con la brasileña Gol, la que ya se perfila como el mayor grupo aéreo de Latinoamérica.



GRANDES EMPRESAS 2022

DE LA PORTADA

En el tercer lugar es relevante la consolidación de Millicom International Cellular, empresa que en los últimos dos años enfocó su estrategia hacia la consolidación del negocio de las telecomunicaciones bajo la marca Tigo en la región centroamericana y donde, a pesar de las turbulencias, recurrió a la cartera para aumentar su participación no solo a partir de nuevas inversiones en infraestructura para aumentar su capacidad, sino de la compra de operaciones y participaciones que le permitieron extender su huella desde Guatemala hasta Panamá y colocarla en el codiciado top tres.

Los datos muestran que -al cierre de 2021- los ingresos de la multinacional con sede en Luxemburgo lograron los US\$3.421 millones, US\$717 millones más que el año previo y un impresionante crecimiento del 26,5 % contra el año anterior, algo que, destacan los informes, tiene relación con su apuesta por el mercado de Centroamérica y la consolidación de su salida estratégica de África, una jugada que afianza su proyecto de construcción de autopistas digitales.

GRANDES CORPORACIONES, MULTILATINAS Y EMPRESAS ESTATALES

Entre las primeras diez posiciones del ranking de empresas de este año destaca el peso de las multilatinas.

Tras el caso de la estadounidense Walmart, que participa en la región a partir de su filial con sede en México, es este país el que mayor participación tiene como origen de las empresas enlistadas en el top 10, rango en el que también figuran las operaciones del gigante de las telecomunicaciones América Móvil (5) y la embotelladora FEMSA (8).

La mezcla de las compañías más grandes enlistadas en este rango también incluye a empresas estatales como la misma ACP, la Refinería Costarricense de Petróleo (Recope) y el Grupo ICE, entidades que figuran en los puestos dos, cuatro y siete del listado, la primera es panameña y las siguientes son de Costa Rica.

ENTRE LAS PRIMERAS DIEZ POSICIONES DEL RANKING DE EMPRESAS DE ESTE AÑO DESTACA EL PESO DE LAS MULTILATINAS. SIN EMBARGO, TAMBIÉN ES RELEVANTE EL PESO DE EMPRESAS PÚBLICAS DE COSTA RICA Y PANAMÁ.

Por Estados Unidos destaca la cadena de clubes de compra PricesSmart que se afianza en el puesto 6 del ranking con una facturación -al cierre de 2021- de US\$2.064,6 millones. La compañía tiene operaciones en 12 países, pero con un foco importante de su negocio en la región centroamericana donde ya opera 27 clubes de compra y se alista para abrir uno nuevo en El Salvador.

El top se cierra con la embotelladora guatemalteca cbc, la que el año pasado reportó ingresos de US\$1.800 millones, mientras que la colombiana Empresas Públicas de Medellín (EPM) figura en el 10 con US\$1.768,6 millones, pero con una mejora del 25 % contra el año previo, es decir, un incremento de US\$354,1 millones versus 2020.

UN AÑO DE RECUPERACIÓN

El período 2020 a 2021 se caracterizó por el notable crecimiento de las empresas, tras el frenazo por la pandemia del COVID-19. De 39 empresas de las que se estimaron los porcentajes de variación, el 77 % aumentó sus in-

gresos y 23 % cerró con bajas.

Entre las firmas que crecieron, ocho de cada 10 compañías mejoraron sus ingresos a ritmo de doble dígito, sobre todo aquellas dedicadas al rubro de hidrocarburos y el aeronáutico. Los líderes por variación positiva fueron la Organización Terpel, de Colombia, (US\$786,1 millones) y la aerolínea panameña Copa Holdings (US\$475,6 millones), ambas duplicaron sus ingresos.

Las firmas de telecomunicaciones mostraron resultados mixtos, con Millicom y Liberty Latin America (Cable & Wireless) creciendo a tasas mayores al 25 %, pero América Móvil (Claro) no les siguió el paso y retrocedió en 1,9 %.

Es relevante mencionar el papel negativo de la depreciación de las monedas en las estimaciones de ingresos, sobre todo para aquellas que reportan sus números en colones costarricenses y pesos mexicanos, divisas que perdieron 4,7 % y 2,8 % de valor ante el dólar estadounidense en el período de 2020 a 2021.

Por ejemplo, América Móvil consignó en sus estados financieros 2021 ingresos por 48.468 millones de pesos en Centroamérica, una variación anual del 0,8 %, prácticamente estables.

Otro caso es de Walmart. La líder sostiene que sin efectos de tipo de cambio, sus ingresos totales en la región centroamericana avanzaron un 8,1 %.

“Todos los países registraron crecimiento en ventas unidades iguales. Honduras fue el país con el mayor crecimiento, mientras que El Salvador tuvo un crecimiento menor, pero igualmente sólido”, apuntó Walmart ante la Bolsa Mexicana de Valores (BMV).

No obstante, este factor monetario ha beneficiado a las firmas de Colombia, dado que el peso colombiano se apreció un 13,8 % ante el dólar en el período estudiado.



+40 GRANDES EMPRESAS EN CENTROAMÉRICA 2022

Cifras de ingresos (1) en millones de dólares estadounidenses

Empresas cotizantes en bolsa o participantes voluntarios, con ingresos superiores a los US\$100 millones en 2021

A diciembre de cada año

Por E&N

EMPRESA	País de origen	Mercados de ingreso (2)	2021 (3)	2020	Variación (US\$)	Variación (%)
Walmart de México y Centroamérica	México	CA	6.181,5	6.355,0	-173,6	-2,7%
Autoridad del Canal de Panamá	Panamá	Total	3.958,6	3.443,4	515,2	15,0%
Millicom International Cellular	Luxemburgo	CA	3.421,0	2.704,0	717,0	26,5%
Refinadora Costarricense de Petróleo	Costa Rica	Total	2.520,3	1.817,5	702,8	38,7%
América Móvil	México	CA y Caribe	2.368,1	2.414,7	-46,6	-1,9%
Pricesmart (4)	Estados Unidos	CA	2.064,6	1.855,5	209,0	11,3%
Grupo ICE	Costa Rica	Total	2.024,3	2.259,9	-235,6	-10,4%
Fomento Económico Mexicano (Femsa)	México	GT, NI, CR, PA	1.839,5	1.819,0	20,5	1,1%
cbc (5)	Guatemala	Total	1.800,0	—	—	—
EPM	Colombia	ES, PA, GT	1.768,6	1.414,5	354,1	25,0%
Grupo Unicomer	El Salvador	Total	1.529,9	1.632,0	-102,1	-6,3%
The AES Corporation	Estados Unidos	ES, PA	1.387,0	1.185,0	202,0	17,0%
Hanesbrands (6)	Estados Unidos	ES, HN	1.227,0	—	—	—
Petróleos Delta	Panamá	PA	1.183,9	709,5	474,5	66,9%
Florida Ice & Farm Co. (FIFCO)	Costa Rica	Total	1.176,1	1.052,6	123,5	11,7%
Ecopetrol	Colombia	CA y Caribe	1.020,7	648,5	372,3	57,4%
Liberty Latin America	Inglaterra	CR, PA	803,8	640,2	163,6	25,6%
Supermercados Xtra	Panamá	Total	800,7	777,5	23,2	3,0%
Organización Terpel	Colombia	PA	786,1	400,8	385,3	96,1%
Energuate	Guatemala	GT	691,8	614,5	77,3	12,6%
Rey Holdings	Panamá	Totales	654,8	686,2	-31,4	-4,6%
Cemex	México	CA	586,0	473,0	113,0	23,9%
Ingenio Magdalena (6)	Guatemala	GT	550	—	—	—
Alutech	Honduras	Totales	529	—	—	—
COPA Holdings	Panamá	CA	475,6	246,7	228,9	92,8%
Grupo Elektra	México	CA	474,5	422,8	51,6	12,2%
Grupo Melo	Panamá	Total	446,5	365,0	81,5	22,3%
Compañía Nacional Fuerza y Luz	Costa Rica	Costa Rica	435,9	540,8	-104,9	-19,4%
Telus	Canadá	CA	397,0	357,0	40,0	11,2%
Grupo Nutresa	Colombia	CA	378,0	284,3	93,7	33,0%
Orbia Advance Corporation	México	CA	277,0	190,0	87,0	45,8%
Gruma	México	CA	263,3	281,7	-18,5	-6,6%
Hemco Nicaragua (Mineros S.A.)	Colombia	NI	237,5	220,4	17,1	7,8%
Laki	El Salvador	Total	226,4	175,3	51,1	29,2%
CEL	El Salvador	Total	213,2	170,8	42,4	24,8%
Holcim Costa Rica	Suiza	Costa Rica	201,2	163,8	37,4	22,8%
Cochez y Compañía	Panamá	Total	198,7	142,7	56,0	39,2%
Promoción Médica	Panamá	Total	161,3	128,1	33,2	25,9%
Grupo Solid	Guatemala	CA y Caribe	150	—	—	—
Ferreycorp	Perú	CA	143,3	120,3	23,1	19,2%
Productos Alimenticios Pascual	Panamá	Total	136,3	130,7	5,7	4,3%
Aeropuerto Internacional de Tocumen	Panamá	Total	134,5	173,6	-39,0	-22,5%
Empresa de Transmisión Eléctrica (ETESA)	Panamá	Total	130,2	144,1	-13,9	-9,6%
CEPA	El Salvador	Total	108,5	70,6	37,8	53,6%
Grupo Fogel	Guatemala	Total	107,5	—	—	—

(1) Ingresos: Se privilegian las cifras de ingresos operativos o por ventas, cuando no es posible se toman ingresos totales. Walmart ventas netas en Centroamérica.

(2) Mercados de ingreso: Centroamérica (CA), Guatemala (GT), El Salvador (ES), Honduras (HN), Nicaragua (NI), Costa Rica (CR), Panamá (PA).

Total: Ingresos de todos los mercados en donde opera la empresa.

(3) Cifras en dólares estadounidenses a diciembre de cada año.

Se utilizan los siguientes tipos de cambio:

Moneda	2021	2020
Colones costarricenses	639,06	610,53
Pesos mexicanos	20,4672	19,9087
Pesos colombianos	3432,5	3981,16
Sol peruano	3,9865	3,621

(4) Pricesmart: Año fiscal de agosto de 2021 y a agosto de 2020

(5) cbc: Cifra a septiembre de 2021, período de 12 meses, según reporte de Fitch Ratings (6) Exportaciones FOB.

FUENTE: Estados financieros de las empresas en Bolsa Latinoamericana de Valores (Latinex), Bolsa Nacional de Valores de Costa Rica (BNV), Comisión de Bolsa y Valores de EE.UU. (SEC), Bolsa Mexicana de Valores (BMV), informes de calificación de riesgo de Fitch Ratings y Moody's e información compartida por las empresas.



GRANDES EMPRESAS 2022

DE LA PORTADA

MÁS FUERTES, MÁS ESTRATÉGICOS

Las decisiones de los líderes de las grandes compañías del istmo afianzan la idea de que las empresas buscan consolidar la participación en sus respectivos nichos y que están articulando estrategias de consolidación y expansión a partir de decisiones cada vez más estratégicas.

“Nuestro mayor hito fue el fortalecimiento de nuestra propuesta de valor enfocada en ofrecer el mejor precio. Con un poder adquisitivo amenazado o sensiblemente disminuido, nuestro cliente está más enfocado en la compra de productos esenciales, entendimos las necesidades de nuestro cliente y como consecuencia ajustamos nuestra oferta comercial”, valoró sobre la coyuntura actual Milton Brandt, CFO, SVP Finance de Walmart de México y Centroamérica.

El ejecutivo también es contundente sobre las lecciones que dejó la pandemia a la empresa: “Consideramos la pandemia como una carrera de resistencia, en la que teníamos que mostrar resiliencia y capacidad de capitalizar las oportunidades en la región. En esta carrera generamos confianza en nuestros clientes, asociados, proveedores y

comunidades donde operamos, implementamos estrictos protocolos de prevención que fueron reconocidos como mejores prácticas en el sector, convirtiendo un desafío en una oportunidad y fortalecimos nuestros canales de *ecommerce*, ofreciendo más opciones para el cliente”.

La guatemalteca Corporación Multi Inversiones (CMI) es una de las que más actividad tuvo en 2021. Su división CMI Alimentos reportó inversiones de entre 15 % y 20 % superiores a las hechas en 2018 y 2019, entre las que destacaron proyectos clave como un nuevo molino de trigo en Guatemala (US\$15 millones), pero no fueron las únicas, también se realizaron ampliaciones en la capacidad de producción de galletas y de producción avícola, renglón donde inyectaron unos US\$30 millones.

Sin embargo, su mirada ya está en el futuro y trabaja en un ambicioso plan de US\$1.800 millones que se destinarán para la generación de empleo, mejora de infraestructura, innovación y proyectos sociales.

Progreso, es otra de las empresas regionales que afinó su estrategia de expansión en la pospandemia, un plan que consolidó en 2022 con la adquisición de las operaciones

de CEMEX en Costa Rica y El Salvador (por US\$329 millones), movimiento sorpresivo que le permitió ampliar su huella.

“Nuestra expansión a los mercados de El Salvador y Costa Rica definitivamente es un hito importante en la historia de Progreso, que busca principalmente la creación de valor compartido en los mercados locales. Desde su origen, la compañía cree en la región, entiende su potencial de desarrollo y visualiza la oportunidad que puede brindar en beneficio de cada uno de estos países. Por ello, cuenta con un robusto plan de crecimiento e inversión que está generando desarrollo y empleo en la industria cementera regional”, dijo José Raúl González, CEO de Progreso.

El ejecutivo destacó que la expansión estratégica será clave para el plan de consolidación en Latinoamérica y abrirá oportunidades de crecimiento profesional a equipos altamente calificados que se integrarán a la familia Progreso.

Otra firma guatemalteca que está en expansión es Grupo Solid, que en 2022 concretó su incursión al mercado suramericano con su ingreso al Paraguay.

“El plan de expansión para el Cono Sur integró, en el 2022, operaciones comerciales en Paraguay y también una planta de clase mundial para poder abastecer el mercado de Paraguay y los países aledaños en Suramérica. Con una inversión de cerca de US\$15 millones”, dijo Ariel Koll-Nescher, CEO de la empresa.

“Nuestra compañía es multilatinas/multimarcas, genera diferentes modelos de negocios para servir a los diferentes tipos de clientes y consumidores”, agregó el ejecutivo sobre el perfil de la compañía guatemalteca que tiene una amplia cobertura en Centroamérica. La empresa fabrica y distribuye las marcas Corona y Modelo mediante una amplia red de ferreterías, pero además tiene un importante músculo comercial propio con su esquema de tiendas Paleta y Modelo.

Metodología del ranking 2022

Las grandes de Centroamérica



Investigación y análisis

En sus 24 años de historia, Estrategia & Negocios ha explorado a profundidad el estado del sector productivo afincado en la región para investigar cuáles son las empresas con mayores ingresos operativos en Centroamérica y Panamá, un ejercicio útil para que nuestros lectores identifiquen a las empresas líderes, a las más dinámicas en el panorama regional y que dimensionen las oportunidades de negocio en el istmo.

La Unidad de Inteligencia E&N analiza los estados financieros de las empresas, documentos públicos de los emisores en las bolsas de valores, informes de calificadoras de riesgo y datos directos de las empresas a través de entrevistas. Este año se partió de una base de 300 compañías. Sin embargo, no incluye grupos empresariales de carácter familiar o ajenos a los mercados de valores que no reportan la data usada para el reporte.



+ 60 GRANDES EMPLEADORES EN CENTROAMÉRICA

Cifras al cierre del año 2021

Empresas con más de 1.000 trabajadores en la región **A diciembre de cada año**

Por E&N

EMPRESA	Origen	Países incluidos	Empleos
Corporación Multi Inversiones	Guatemala	Total	40.000
Concentrix	Estados Unidos	Regional	30.000
Grupo Karim's	Honduras	Honduras	27.000
Corporación Castillo Hermanos	Guatemala	Total	19.500
Grupo Magdalena	Guatemala	Guatemala	17.500
Hanesbrands	Estados Unidos	ES, HN	14.925
UNO	Honduras	Centroamérica	14.700
Grupo CASSA	El Salvador	El Salvador	13.500
Grupo ICE	Costa Rica	Total	13.425
Grupo Unicomer	El Salvador	Total	13.000
Teleperformance	Francia	Centroamérica	11.720
cbc	Guatemala	Centroamérica	10.000
América Móvil	México	Centroamérica	9.586
Autoridad del Canal de Panamá	Panamá	Panamá	8.958
FEMSA	México	Centroamérica	8.319
Pollo Campero	Guatemala	Regional	8.000
Alsicorp (Almacenes SIMAN)	El Salvador	Centroamérica	7.806
Cobre Panamá / First Quantum Minerals LTD	Canadá	Panamá	7.000
Grupo Calleja	El Salvador	Centroamérica	7.000
Allied Global	Guatemala	Total	6.500
Vitali Alimentos	Guatemala	Regional	6.200
Grupo Agrolíbano	Honduras	Honduras	6.000
La Constancia	El Salvador	El Salvador	6.000
Grupo Melo	Panamá	Panamá	5.998
Banco G&T	Guatemala	Guatemala	5.700
Align Technology	Estados Unidos	Costa Rica	5.500
Dos Pinos	Costa Rica	Regional	5.500
FICOHSA	Honduras	Regional	5.500
Telus	Canadá	Centroamérica	5.500
Grupo Elektra	México	Centro y Suramérica	5.399
FIFCO	Costa Rica	Total	5.386
Grupo Empresarial Progreso	Guatemala	Guatemala	5.326
Copa Airlines	Panamá	Panamá	5.128
Abbott	Estados Unidos	Regional	4.500
Nestlé	Suiza	Regional	4.500
Grupo INS	Costa Rica	Costa Rica	3.988
Automercado	Costa Rica	Costa Rica	3.400
Aeroman	El Salvador	Regional	3.000
Banco Cuscatlán	El Salvador	El Salvador	3.000
Sula	Honduras	Regional	3.000
Supermercados La Colonia	Honduras	Honduras	3.000
Fundación Génesis Empresarial	Guatemala	Guatemala	2.831
Avianca	Colombia	Centroamérica	2.500
Baxter	Estados Unidos	GT, CR y RD	2.500
3M	Estados Unidos	Regional	2.400
Banco Atlántida	Honduras	Regional	2.400
Grupo Solid	Guatemala	Total	2.300
Grupo Rica	República Dominicana	Regional	2.145
Dell	Estados Unidos	Regional	2.000
Grupo Distelsa (Tiendas Max)	Guatemala	Regional	2.000
Ternova	El Salvador	Regional	1.978
Grupo Fogel	Guatemala	Centroamérica	1.941
EY	Inglaterra	Regional	1.735
GBM	Regional	Regional	1.700
Scotiabank	Canadá	CR, PA	1.573
Western Union	Estados Unidos	Regional	1.304
Roche	Suiza	Costa Rica	1.300
Experian Services	Irlanda	Costa Rica	1.270
Hospital Clínica Bíblica	Costa Rica	Costa Rica	1.270
DHL	Alemania	Regional	1.208
Diunsa	Honduras	Regional	1.200
Banco Promérica	Nicaragua	Regional	1.185
Deloitte	Estados Unidos	Regional	1.123

Fuente: Elaboración E&N a partir de reportes financieros de las empresas, entrevistas de E&N en 2022, memorias de labores, Edición Especial Los Mejores Lugares para Trabajar® CARCA 2022 y Especial Fundahrse 2022.



GRANDES EMPRESAS 2022

DE LA PORTADA

¿QUÉ PASÓ DESDE EL ÚLTIMO RANKING?

Previo al ejercicio de 2022, la última publicación del Ranking de Grandes Empresas por E&N se remonta a 2019, con cifras de 2018. La lista de esa oportunidad no es totalmente comparable con la de esta edición, pero ayuda a tener una fotografía de la actividad empresarial antes de la pandemia del COVID-19 en la región.

En esta edición se utiliza al máximo el uso de cifras de la región centroamericana para evitar la distorsión de cifras de ingresos extrarregionales, sobre todo en el caso de las multinacionales, so pena de dejar algunos nombres de calibre afuera.

Para las empresas de origen centroamericano sí se decidió utilizar los ingresos en todos sus mercados de operación, para dimensionar mejor el tamaño de multinacionales como la guatemalteca cbc o el caso del salvadoreño Grupo Unicom, por ejemplo.

E&N seleccionó una lista de 22 compañías con datos comparables desde el último ranking, de las cuales el 60 % ya supera sus ingresos del año 2018, en tanto que el 40% sigue por debajo de los niveles de ese momento.

El gigante de la facturación entre ambos períodos ha sido Millicom, dada una exitosa expansión de su marca Tigo en Centroamérica, que pasó de ingresos de US\$2.536 millones en 2018 a US\$3.172 millones en 2021, un aumento del 34,9 %.

Por variación relativa, Hemco Nicaragua, propiedad de Mineros S.A. de Colombia, generó 70,2 % más de ingresos entre 2018 y 2021, con US\$237,5 millones.

En la pospandemia, la Autoridad del Canal de Panamá generó 24,8 % más de ingresos que en 2018, y Empresas Públicas de Medellín (EPM), propietaria de empresas del rubro eléctrico como Delsur en El Salvador y

EN ESTA EDICIÓN SE UTILIZA AL MÁXIMO EL USO DE CIFRAS DE LA REGIÓN CENTROAMERICANA PARA EVITAR LA DISTORSIÓN DE CIFRAS DE INGRESOS EXTRARREGIONALES, SOBRE TODO EN EL CASO DE MULTINACIONALES.



“NUESTRA ESTRATEGIA SE ENFOCA EN FORTALECER LA APUESTA POR EL CRECIMIENTO A TRAVÉS DE UNA PROPUESTA DE VALOR IMBATIBLE Y LA APERTURA DE NUEVAS TIENDAS”.
Milton Brandt
CFO, SVP Finance de Walmart de México y CA



“CUANDO UNO VE LA HISTORIA DE CMI, HEMOS VENIDO CRECIENDO A DOBLE DÍGITO. CON ESTA INVERSIÓN REAFIRMAMOS NUESTRO COMPROMISO CON LA REGIÓN”.
José Gregorio Baquero
CEO de CMI Alimentos



“EN LOS PRÓXIMOS 3 AÑOS, BUSCAMOS UN CRECIMIENTO AGRESIVO, EXPANDIÉNDONOS A NIVEL REGIONAL”.
Ariel Koll-Nescher
Presidente Ejecutivo Grupo Solid



“NUESTRA EXPANSIÓN A EL SALVADOR Y COSTA RICA ES UN HITO IMPORTANTE EN LA HISTORIA DE PROGRESO”.
José Raúl González
CEO de Progreso

EEGSA Guatemala, avanzó en 20,8 %.

El colombiano Grupo Nutresa, Energuate, el peruano Ferreycorp que maneja a la Empresa General de Equipos en El Salvador, el



FUTURO INCIERTO PARA COBRE PANAMÁ

1 Cobre Panamá cerró 2021 con US\$2.813,4 millones en ventas al exterior de concentrado de cobre, una cifra que representa el 75 % del valor total de las exportaciones panameñas.

2 El proyecto, valorado en más de US\$10.000 millones, es considerado el proyecto de inversión privada más grande del país, pero fue cerrado por el gobierno panameño a mediados de diciembre.

3 La minera más grande de Centroamérica es propiedad de la canadiense First Quantum Minerals (FQM), es señalada por el gobierno de Laurentino Cortizo de no “cumplir los compromisos”.

4 El gobierno fijó como plazo para un nuevo contrato de concesión el 14 de diciembre, pero no hubo acuerdo y ordenó el cese de la operación comercial de una firma que genera el 4 % del PIB de Panamá.



“EL 2022 FUE UN AÑO DE TRANSICIÓN (...) ESTAMOS VOLVIENDO A CRECER AHORA CON UN MODELO MÁS LIVIANO”
Adrian Neuhauser
CEO de Avianca

salvadoreño Laki (Sigma Q) y la mexicana Gruma también abultaron sus ingresos en más de 10 % desde el último ranking.

Es importante destacar que los últimos dos años han sido una enorme prueba para los equipos gerenciales de las compañías que operan en el istmo no solo por el efecto inmediato del cierre que trajo la pandemia, sino por otros retos que se generaron en la pospandemia como la crisis logística, la inflacionaria y cambiaría que dibujaron nuevas necesidades y entorno.

Grandes empresas: las líderes sectoriales 2022

En una lectura sobre las grandes empresas de Centroamérica es clave el estado del sector financiero que sirve de palanca para otros sectores.

POR PABLO BALCÁCERES/JOSÉ A. BARRERA

Las finanzas se relacionan transversalmente con las empresas de todo tipo, por lo que Estrategia & Negocios dedica un apartado a los bancos y compañías de seguros en la región.

Unas 18 instituciones financieras se posicionan en 21 categorías, siguiendo criterios basados tanto en el tamaño como en su crecimiento. Para la selección se toman en cuenta los resultados del Ranking de Bancos E&N 2022, con cifras a diciembre de 2021.

El primer criterio de selección reconoce a las instituciones con mayor peso en seis categorías; el segundo escoge a las instituciones líderes en crecimiento del Top 10 de su división y como tercer criterio, la Unidad de Inteligencia E&N prospecta a las institucio-

nes de mediano tamaño que están perfilándose como jugadores agresivos. Para esto segmentamos categorías claves según el tamaño de cada mercado.

Así, en la categoría de Grupos bancarios de Centroamérica y Panamá Grupo Aval (BAC) lidera como el mayor de Centroamérica, con activos de US\$34.522,6 millones entre sus bancos en Centroamérica y Panamá.

Entre 14 grupos bancarios se establecieron dos categorías: activos mayores a

US\$10.000 millones y

a US\$5.000 millones con máximo en US\$9.999 millones.

En la primera destaca por crecimiento la Corporación Banco Industrial de Guatemala,

EL RANKING DE BANCOS DE E&N DE 2022 DESTACÓ LA RESILIENCIA DEL SECTOR FINANCIERO

TRAS EL IMPACTO INICIAL DE LA PANDEMIA. LOS GRANDES BANCOS DE LA REGIÓN CRECEN A TASAS DE DOBLE DÍGITO.

con US\$20.100,3 millones en activos y 15,7 % de crecimiento; en la segunda, el Grupo Financiero Atlántida, de Honduras, con US\$6.849,1 millones en activos y 15,6 % de avance anual.

En la categoría de bancos de Centroamérica (sin Panamá), la institución líder es Banco Industrial de Guatemala, con US\$16.035,9 millones de activos a diciembre de 2021.

Banco Industrial también se lleva tres categorías más: mayor crecimiento del Top 10 Regional en activos (14,8 %), créditos (18,3 %) y depósitos (17,6 %), un desempeño notable considerando su tamaño.





GRANDES EMPRESAS 2022

DE LA PORTADA

¿Qué sucede con los bancos en el club de los US\$1.000 millones en activos, créditos y depósitos? Banco CMB de Costa Rica experimentó el mejor crecimiento (33,9%); Banco de Occidente de Honduras lo hizo en créditos entre 25 bancos (21,4%); y Banco Hipotecario de El Salvador, en depósitos (26,5%),

En el mercado de Panamá, Banco General toma el trono como el mayor banco por activos (US\$17.107 millones). El Banco Latinoamericano de Comercio Exterior (Bladex) muestra el mayor dinamismo en la subida de activos y créditos, 27,6% y 16,9% respectivamente; en tanto que BAC International Bank destaca en depósitos (9,6%).

COMPAÑÍAS DE SEGURO

En cuanto a los Grupos Aseguradores, el panameño Grupo ASSA resalta como el mayor de Centroamérica y Panamá por primas (US\$659,9 millones), tomando como criterio a las empresas que operan en al menos dos países del istmo.

Los grupos con mayor crecimiento son Pan American Life -entre los que poseen más de US\$300 millones en primas- con 11 % de avance anual; y Grupo Banrural, de Guatemala, con una variación positiva del 18,7 % en la clasificación de primas mayores a US\$100 millones.

Individualmente por compañía de seguros, el Instituto Nacional de Seguros de Costa Rica es el primero entre 94 empresas, con US\$915,7 millones en primas.

Por su desempeño positivo en primas, Seguros e Inversiones (SISA) de El Salvador logra el mejor crecimiento entre el Top 10 Regional (11,2 %); MAPFRE Seguros de El Salvador se agencia la categoría de primas mayores a US\$100 millones y Pan American Life en Honduras, la de mayores a US\$50 millones (hasta US\$99,9 millones), con 37,5 %.

PANORAMA POR SECTORES

Estrategia & Negocios también presenta un primer acercamiento a los líderes de sectores vitales para la economía regional, en este caso una mirada para los sectores de generación y distribución de energía, hoteles, cadenas de farmacias y redes de gasolineras.

BANCOS Y COMPAÑÍAS DE SEGUROS LÍDERES EN CENTROAMÉRICA Y PANAMÁ

Cifras en millones de dólares
Porcentajes de variación anual a diciembre de 2021

BANCOS DE CENTROAMÉRICA

GRUPOS BANCARIOS	GRUPO BANCARIO	PAÍS	ACTIVOS 2021	VARIACIÓN (%)
- Mayor grupo bancario en Centroamérica por activos	Grupo Aval	Colombia	34,522.6	2.2%
- Grupo bancario de mayor crecimiento: Categoría +\$10.000 millones en activos	Corporación BI	Guatemala	20,100.3	15.7%
- Grupo bancario de mayor crecimiento: Categoría +\$5.000 millones en activos	Grupo Financiero Atlántida	Honduras	6,849.1	15.6%

BANCOS DE CENTROAMÉRICA DEL TOP 10 REGIONAL	BANCO	PAÍS	2021	VARIACIÓN (%)
- Mayor banco de Centroamérica por activos	Banco Industrial	Guatemala	16,035.9	14.8%
- Activos: Mayor crecimiento del Top 10 Regional	Banco Industrial	Guatemala	16,035.9	14.8%
- Créditos: Mayor crecimiento del Top 10 Regional	Banco Industrial	Guatemala	8,618.3	18.3%
- Depósitos: Mayor crecimiento del Top 10 Regional	Banco Industrial	Guatemala	11,437.2	17.6%

BANCOS DEL CLUB DE LOS US\$1.000 MILLONES	BANCO	PAÍS	2021	VARIACIÓN (%)
- Activos: Mayor crecimiento entre bancos con +US\$1.000 millones en activos	Banco CMB Costa Rica	Costa Rica	1,164.8	33.9%
- Créditos: Mayor crecimiento entre bancos con +US\$1.000 millones en créditos	Banco de Occidente	Honduras	2,150.6	21.4%
- Depósitos: Mayor crecimiento entre bancos con +US\$1.000 millones en depósitos	Banco Hipotecario de El Salvador	El Salvador	1,339.8	26.5%

BANCOS DE PANAMÁ

BANCOS DEL TOP 10 PANAMÁ	BANCO	PAÍS	2021	VARIACIÓN (%)
- Mayor banco de Panamá por activos	Banco General, S.A.	Panamá	17,107.07	1.0%
- Activos: Mayor crecimiento del Top 10	BLADEX	Multinacional	8,051.48	27.6%
- Créditos: Mayor crecimiento del Top 10	BLADEX	Multinacional	5,698.90	16.9%
- Depósitos: Mayor crecimiento del Top 10	BAC International Bank	Colombia	6,355.41	9.6%

ASEGURADORAS DE CENTROAMÉRICA Y PANAMÁ

MAYOR GRUPO ASEGURADOR EN CENTROAMÉRICA Y PANAMÁ	GRUPO ASEGURADOR	ORIGEN	2021	VARIACIÓN (%)
- Primas: Mayor crecimiento en categoría +US\$300 millones en primas	Grupo ASSA	Panamá	659.9	-3.6%
- Primas: Mayor crecimiento en categoría +\$300 millones en primas	Pan American Life Insurance Life Group	EEUU	375.6	11%
- Primas: Mayor crecimiento en categoría +\$100 millones en primas	Grupo Banrural	Guatemala	101.9	18.7%

COMPAÑÍAS DE SEGUROS EN CENTROAMÉRICA Y PANAMÁ	COMPAÑÍA DE SEGUROS	PAÍS	PRIMAS 2021	VARIACIÓN (%)
- Mayor compañía de seguros de Centroamérica y Panamá por primas	Instituto Nacional de Seguros de Costa Rica (INS)	Costa Rica	915.7	-5.3%
- Primas: Mayor crecimiento del Top 10 Regional	Seguros e Inversiones (SISA)	El Salvador	232.5	11.2%
- Primas: Mayor crecimiento en categoría +\$100 millones en primas	MAPFRE Seguros El Salvador	El Salvador	106.2	16.7%
- Primas: Mayor crecimiento en categoría +\$50 millones en primas	Pan American Life Insurance Company	Honduras	50.5	37.5%

FUENTES: Elaboración E&N a partir de datos SIB, CNBS, SSF, SIBOIF, SUGEF y Superintendencia de Bancos de Panamá

ESPECIAL EMPRESAS 2022 **- LÍDERES SECTORIALES**

MAYORES GENERADORES DE ENERGÍA

EMPRESA	PAÍS	CAPACIDAD EN MEGAVATIOS
AES Panamá	Panamá	1.181
CMI	Guatemala	861
ENEE	Honduras	529
Cel	El Salvador	527,2
INDE	Guatemala	492
Enel	Panamá	400
Energía del Pacífico	El Salvador	378
Lufussa	Honduras	350,5
Jaguar Energy	Guatemala	300
Interenergy	Panamá	255
ENERSA	Honduras	220
LaGeo	El Salvador	204

MAYORES DISTRIBUIDORES DE ENERGÍA

EMPRESA	PAÍS	ABONADOS (CIFRAS EN MILLONES)
ENERGUATE	Guatemala	2,2
ENEE	Honduras	1,9
AES El Salvador	El Salvador	1,5
Empresa Eléctrica de Guatemala	Guatemala	1,3
Naturgy	Panamá	0,6
DelSur	El Salvador	0,4
Enel Fortuna	Panamá	0,4

REDES DE GASOLINERAS

CADENA	PAÍS	CANTIDAD
Delta	Panamá	171
UNO	Honduras	168
Terpel	Panamá	141
Texaco	Honduras	135
Texaco	El Salvador	127
UNO	El Salvador	112
Puma	El Salvador	110
Puma	Panamá	67

La base para la elaboración de estas listas es a partir de información disponible de reguladores, gestiones de información directa con las empresas y de datos públicos en portales web de las mismas compañías.

El ejercicio da algunas luces sobre el peso de las empresas públicas en materia de generación eléctrica como el caso de la Comisión

MAYORES HOTELES

HOTEL	PAÍS	NÚMERO DE HABITACIONES
The Westin Camino Real	Guatemala	781
Riu Costa Rica	Costa Rica	701
Royal Decameron Salinitas	El Salvador	552
Dream Las Mareas	Costa Rica	447
Costa Rica Marriott Hacienda Belén	Costa Rica	290
Barceló Guatemala City	Guatemala	273
Real Inter Continental San Salvador	El Salvador	226
Real Intercontinental	Guatemala	238
Sheraton Presidente	El Salvador	229
Copantl	Honduras	196
Real Interncontinental Tegucigalpa	Honduras	157
Real Intercontinental San Pedro Sula	Honduras	149

GRANDES CADENAS DE FARMACIAS

CADENA	PAÍS	SUCURSALES
Farmacias Galeno	Guatemala	360
Farma Value	Costa Rica	300
Farmacias Kielsa	Honduras	270
Farmacias Simán	Honduras	235
Farmacias Batres	Guatemala	207
Farmacias Cruz Verde	Guatemala	136
Farmacias Económicas	El Salvador	104
Farmacias San Nicolás	El Salvador	78
Farmacias La buena	El Salvador	78
Farmacias Sucre	Costa Rica	70
Farmacias La Bomba	Costa Rica	50
Farmacias Javillo	Panamá	47
Farmacias Arrocha	Panamá	47

FUENTE: Elaboración E&N a partir de gestiones y de información disponible con datos de los líderes por país.

Hidroeléctrica del Río Lempa, en El Salvador o el Instituto Nacional de Electrificación (INDE), en Guatemala, pero también revela la relevancia de multinacionales colombianas y estadounidenses en materia de distribución de energía en el istmo.

Si bien hay claros liderazgos de compañías internacionales en algunos renglones,

en otras de las categorías mostradas en este listado hay grupos locales de diversos tamaños que tienen importantes participaciones en categorías como la de distribución de combustibles, farmacias y hotelería.

RETAIL: ALTA COMPETENCIA

En tanto en el segmento de retail, donde la operación de Walmart de México y Centroamérica es la más grande (como región), hay otros competidores relevantes por mercado, como el caso del salvadoreño Súper Selectos que antes de cerrar el año abrió su tienda 108.

Otro de los jugadores relevantes del segmento es Dollarcity, de capital canadiense y salvadoreño, que avanza en una rápida expansión que abarca a El Salvador, Guatemala, Colombia y Perú donde hasta septiembre de 2022 contaba con una 350 locales. La cadena, en la que la compañía Dollarama tiene una participación del 51 %, se está convirtiendo en un rival relevante. Hasta septiembre contaba con 144 tiendas en El Salvador y Guatemala (61 y 83, respectivamente).

Otro rubro no graficado es restaurantes, donde hay grupos regionales y compañías locales con importante presencia en Centroamérica, como Pollo Campero que ya tiene más de 345 restaurantes en el mundo, 84 de ellos en Estados Unidos, lo que demuestra que el éxito local y regional puede ser llevado a otras latitudes.

FARMACIAS Y LABORATORIOS

En los últimos tres años otro de los rubros que ha mostrado un importante crecimiento es el de farmacias y laboratorios médicos. En este rubro, cadenas de farmacias de Guatemala, Honduras y Costa Rica se han posicionado, en tanto que se abrió una nueva oportunidad para laboratorios. Si bien hay casos importantes por país, uno de los destacados es el de Analiza que nació en medio de la pandemia y actualmente tiene más de 20 localidades.

Sin duda, el Especial 2022 de Grandes Empresas E&N toma el pulso a la actividad empresarial centroamericana y dibuja un panorama de las estrategias de los grandes actores empresariales del istmo, que impactarán en el futuro de la región ●

La propuesta de valor de la firma es dar calidad a buen precio.



WALMART DE MÉXICO Y CENTROAMÉRICA

EL RETAIL QUE ABRAZA A CENTROAMÉRICA

POTENCIAR EL ECOMMERCE, AMPLIAR LA EXPANSIÓN DEL NEGOCIO, OFRECER LOS MEJORES PRECIOS Y AMPLIAR LA GAMA DE MARCAS PROPIAS SERÁ PARTE DE LA ESTRATEGIA DE LA EMPRESA EN LA REGIÓN CENTROAMERICANA.

Bajo el propósito de ahorrar dinero y tiempo a las familias centroamericanas para que puedan vivir mejor, Walmart de México y Centroamérica se ha consolidado hace décadas en Costa Rica, Guatemala, El Salvador, Honduras y Nicaragua. Cuenta con 876 tiendas en la región y genera empleo directo para más de 36.000 personas, creando espacios diversos e incluyentes

Según Milton Brandt, CFO, SVP Finance de Walmart de México y Centroamérica para la región, la experiencia adquirida a lo largo de los años les permitió entender las necesidades de sus clientes, llevándolos a acelerar las iniciativas de productividad y eficiencia, de forma tal que lograron continuar un camino de inversión hacia una propuesta de valor y practicidad de cara al cliente.

“Un componente de esta propuesta ha sido la implementación de más estaciones de auto escaneo de productos en las tiendas, brindando una mejora en la experiencia al cliente y proporcionando a quienes nos visitan un ambiente mucho más seguro”, detalló Brandt.



La firma genera más de 36.000 empleos directos en el istmo.

Además, la empresa continúa con el incremento de productos que vienen listos para ser colocados en góndola, una acción que genera mayor productividad en el punto de venta y reduce la manipulación del artículo.

Otro factor que ha resultado determinante en este proceso de mejora es la transformación digital, donde Walmart se ha enfocado en impulsar la omnicanalidad y los servicios financieros, por ejemplo, con el e-commerce, un canal que fue lanzado durante los meses de la pandemia y que se convirtió en un ingreso esencial para los supermercados, junto con la fuerte participación de las remesas, que crecen y se convierten en un gran componente de su estrategia.

“Incluso para el 2023, nuestra estrategia se enfoca en fortalecer la apuesta por el crecimiento de esta propuesta de valor y la apertura de nuevas tiendas. De manera paralela, trabajaremos en nuestro liderazgo pensando primero en nuestros clientes y robusteciendo esta reconocida omnicanalidad y servicios financieros, remesas y créditos”, explicó Brandt.

CARRERA DE RESISTENCIA SUPERADA

Si bien el contexto de la pandemia fue una especie de carrera de resistencia, en la cual Walmart se vio impulsado a mostrar aún más resiliencia y capacidad de capitalizar oportunidades en la región, Milton Brandt está convencido de que fue una ruta que

dejó buenas medallas.

Desde el inicio de la pandemia, los supermercados operaron bajo estrictos protocolos de prevención, que no sólo fueron reconocidos como los mejores del sector, sino que generaron confianza en sus clientes asociados, proveedores y comunidades en las que operan, convirtiendo a un desafío en una verdadera oportunidad y fortaleciendo todos sus canales, en especial el de e-commerce.

Después de este retador contexto, llegó el año 2022, que está dejando consigo una estela de crecimiento y rentabilidad, con mayores eficiencias de costo y capital, y una tendencia positiva de su participación en el mercado, según confirmó Brandt.

“Todo esto apoyado en el compromiso de seguir honrando nuestra misión de ofrecer precios bajos todos los días para mejorar la calidad de vida de las familias centroamericanas. De hecho, nuestro mayor hito fue el fortalecimiento de la propuesta de valor enfocada en ofrecer el mejor precio, dado que el poder adquisitivo de miles de clientes se vio disminuido y que su foco estuvo en comprar productos esenciales, entendimos esas necesidades y adaptamos la oferta comercial”, apuntó.

Actualmente, Walmart tiene claro que apostará por continuar optimizando su catálogo para los clientes sensibles al precio y ampliará la gama de marcas propias, para ofrecer buena calidad al mejor valor ●

Walmart
México y Centroamérica



En datos

Nombre empresa:
Walmart de México y Centroamérica

Rubro:
Retail

Año de fundación:
2006

Número de empleos directos a noviembre 2022:
+36.000 en la región

LA PANDEMIA FUE MUY RETADOR A E IMPULSÓ A LA COMPAÑÍA A MOSTRAR AÚN MÁS RESILIENCIA Y CAPACIDAD PARA CAPITALIZAR OPORTUNIDADES EN LA REGIÓN.

PROGRESO

UNA MULTILATINA DE ORIGEN CENTROAMERICANO QUE SIENTA LAS BASES PARA SU FUTURO

LA COMPAÑÍA DE ORIGEN GUATEMALTECO SIGUE ESCRIBIENDO SU CAMINO A 123 AÑOS DE SU FUNDACIÓN Y LO SUSTENTA EN TRES PILARES: LA CONSTANTE INNOVACIÓN, UNA VISIÓN DE SOSTENIBILIDAD Y EL COMPROMISO DE CONSTRUIR LA REGIÓN QUE QUEREMOS.



Presencia

Progreso tiene más de 4.000 colaboradores y su operación, con base en Guatemala, abarca a los mercados de Belice, El Salvador, Honduras, Costa Rica, Panamá y Colombia. Sin embargo, los productos de la empresa llegan a México y otros mercados en el Caribe y Suramérica.

Progreso amplió en 2022 su presencia en la región. La compañía cierra el año con operaciones en siete países de Latinoamérica, pero sus productos ya llegan a México y otros mercados del Caribe y Suramérica.

La empresa, fundada en 1899 en Guatemala, cuenta con más de 4.000 colaboradores y se alista para acompañar a los países en su desarrollo y ya perfilada como multilatina por el alcance de sus negocios.

“En 2022 se concretó la adquisición de las operaciones de Cemex en Costa Rica y El Salvador, introduciendo a estos mercados la marca líder de la compañía, Cementos Progreso. Esta y otras inversiones demuestran el claro compromiso de Progreso y sus accionistas en el desarrollo de la región, y la confianza que tenemos en el futuro de cada uno de estos países”, explicó José Raúl González, CEO de Progreso.

La adquisición conllevó una inversión que ronda los US\$329 millones, acuerdo calificado como uno de los grandes negocios de 2022 en el sector y un hito para la compañía fundada por Don Carlos F. Novella.

Dicha expansión es audaz, ya que se desarrolló principalmente en años de pandemia, los que González califica como: “algunos de los años más complicados”.

“Nuestra expansión a los mercados de El Salvador y Costa Rica definitivamente es un hito importante en la historia de Progreso, que busca principalmente la creación de valor compartido en los mercados locales. Desde su origen, la compañía cree en la región, entiende su potencial de desarrollo y visualiza la oportunidad que puede brindar en beneficio de cada uno de estos países”, explicó González.

Agregó que dentro de esa dinámica de crecimiento -y con una visión retadora-, Cementos Progreso Holdings, S.L., a través de sus subsidiarias, apostó nuevamente en



En 2019 Progreso incursionó con su marca Cementos Progreso en el mercado panameño.

un proyecto de gran alcance, que le permite amplificar su productividad y campos de acción a dos nuevos territorios (Costa Rica y El Salvador), que consolidan -una vez más- el sueño de un visionario, que puso los cimientos hace más de 120 años.

“Progreso es fruto de la innovación de un gran visionario que hace 123 años inició con un producto que no existía en Guatemala y quien no solo innovó en lo comercial, sino en lo social, al ser pionero en dar a sus trabajadores salud y educación”, dijo el CEO.

A lo largo de la historia de la empresa, un diferenciador ha sido el espíritu de innovación, el cual les impulsa a ir cada vez más lejos. González reiteró que no solamente con relación a la expansión del negocio, sino en cuanto estar siempre como punta de lanza en todo aquello que le



permita a la operación ser los mejores, ya sea en tecnología, sostenibilidad, infraestructura, desarrollo o mejoramiento de la calidad de vida de las personas en donde y con quienes trabaja.

INNOVACIÓN COMO MOTOR

A lo largo de los años, Progreso ha consolidado la operación de su Centro de Investigación y Desarrollo, el cual nació gracias a la necesidad de brindar productos y servicios de alta calidad para la industria por medio del conocimiento y la innovación. “Somos un aliado en los países en donde operamos para brindar soluciones habitacionales, con propuestas eficientes para los usuarios, lo que permite mejorar la vida de las familias y llevar desarrollo y crecimiento a cada país”, enfatizó González.

La empresa avanza en ese sentido y ya lidera el camino para el desarrollo de construcciones usando sistemas de impresión con concreto, pioneras en Latinoamérica.

Cementos Progreso investiga el potencial de la primera impresora 3D de construcción COBOD International en Guatemala, una innovación que promete una ejecución más rápida y eficiente de proyectos de construcción y abre un mundo de posibilidades para la compañía y la región a través de la aplicación de nuevas tecnologías.

El objetivo de este proceso es ambicioso, ya que los líderes de la firma también evalúan el desarrollo del modelado de proyectos urbanos y habitacionales, que se prevé se fabriquen con impresión 3D en un futuro cercano.

NUEVAS FRONTERAS

El proceso de transformación, sin embargo, es más

amplio ya que incluye la implementación de procesos de automatización y de la aplicación de esquemas operativos que permiten más eficiencias y calidad en los productos, incluso más allá de su negocio base a través de Progreso X, una aceleradora corporativa que busca propuestas innovadoras, colaborativas y disruptivas en beneficio del mundo.

González explicó que Progreso cuenta con áreas de innovación y desarrollo para evaluar cuáles son las últimas tendencias en el mercado y conocer opciones a implementar de manera interna, pero el cambio no es solo hacia afuera de la corporación, sino hacia el interior de la misma y a las comunidades con las que interactúa.

“En cada una de nuestras áreas de trabajo, nuestros colaboradores se convierten en embajadores que cuidan sus propios niveles de servicio, cumplimiento de funciones y otras políticas internas, que contribuyen a su crecimiento”, agregó González. El ejecutivo destacó que la Cultura Progreso promueve la práctica de los valores consignados en el Código de Valores, Ética y Conducta (COVEC) de la empresa, que desde 2014 figura en el ranking de The World's Most Ethical Companies que elabora Ethisphere Institute, en Nueva York.

González sostiene que la operación se ha fortalecido a través del tiempo; que los retos y desafíos han sido siempre parte de su historia y que superarlos es parte de su ADN. “En los últimos dos años, la pandemia nos ha dejado el aprendizaje de vivir el valor de la solidaridad de una forma memorable, lo que nos recuerda que pertenecemos a una familia y a una compañía que protege el bienestar de sus colaboradores y de sus vecinos”, concluyó ●

LA META DE PROGRESO, COMO MULTILATINA, ES MANTENER SU SERVICIO AL CLIENTE, PERO MÁS ALLÁ DE APLICAR LAS MEJORES PRÁCTICAS QUE HAN FUNCIONADO EN GUATEMALA, DE APRENDER DE LA CULTURA, LOS MERCADOS, CLIENTES Y PROVEEDORES DE LOS PAÍSES EN LOS QUE OPERAN.

MÁS DE CIENT AÑOS DE DESARROLLO

VALORES EMPRESARIALES QUE HACEN “UN SOLO CMI”

EL 2022 FUE UN AÑO DE INNOVACIÓN Y GRANDES INVERSIONES. SE ENFOCARON EN CRECER JUNTO A SUS PROVEEDORES, COLABORADORES, CONSUMIDORES Y ALIADOS ESTRATÉGICOS.

Los últimos años han sido un gran desafío para todas las industrias, y en particular para la de alimentos, por ello en Corporación Multi Inversiones (CMI) entendieron que la clave para hacer frente al futuro incierto está estrechamente vinculada con la innovación, tecnología, abastecimiento eficiente y el conocimiento de las 4C (cliente, consumidor, comprador y competencia).

De acuerdo con José González-Campo, Director Senior de Asuntos Corporativos y Sostenibilidad, la filosofía organizacional está dirigida a mantener una cultura fuerte bajo un “Un solo CMI”, en la cual sus colaboradores comparten los valores empresariales para continuar creciendo y trascendiendo fronteras.

“Desde hace más de 100 años, en CMI nos hemos enfocado en desarrollar una empresa familiar multilatina que genere impacto sostenible en las comunidades donde operamos, lo cual hemos hecho a través de nuestras unidades de negocio: Alimentos y Capital. Nuestro mayor hito en este 2022 fue la inversión de alrededor de US\$1.800 millones que se destinarán para la generación de empleo, mejora de infraestructura, innovación y proyectos sociales”.

González-Campo detalló que, del total de ese monto, CMI Alimentos invertirá US\$1.000 millones, de los cuales US\$480 millones se destinarán para proyectos y fortalecimiento de capacidades en sus operaciones en Guatemala, El Salvador y Honduras.

Asimismo, reconoció como un hecho trascendental, que CMI Capital, mediante su Unidad de Energía, en 2021 realizó la exitosa colocación de US\$700 millones de bonos verdes, la cual se convirtió en la más grande realizada por una empresa privada de energía renovable en Centroamérica y el Caribe, a la fecha.



Proyectos de las unidades de CMI.



Dicha operación marcó el ingreso de la Unidad de Energía al mercado internacional de capitales con el portafolio privado de energía 100 % renovable más grande y diversificado de la región, con ofertas de inversionistas de Estados Unidos (56 %), de Europa (29,4 %), de Latinoamérica (12,3 %), y de Asia (2,3 %).

“Para nosotros el 2022 significó un año lleno de innovación y crecimiento, nos enfocamos en crecer junto a nuestros proveedores, colaboradores, consumidores y aliados estratégicos. Desarrollamos proyectos como CMI Emprende, que busca promover las oportunidades para los emprendimientos, y apoyamos a 29 comunidades Maya Q’eqchi’ que habitan la cuenca del río Cahabón, en San Pedro Carchá, en la hidroeléctrica Renace con siete programas de desarrollo social”, detalló.

Además, impulsaron grandes desarrollos inmobiliarios, proyectos de generación de distribuida y centros de operaciones integrales para la generación de energía renovable.

A la vez, implementaron nuevos sistemas de inocuidad en las plantas de producción de alimentos, innovaciones en el portafolio de alimentos e impulso de la omnicanalidad en restaurantes.

CMI también trabaja en apoyo de iniciativas que sean pilares para cumplir con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) que impulsa las Naciones Unidas. Tiene una estrategia de sostenibilidad e implementa nuevas soluciones tecnológicas, mientras que sus valores REIR (Responsabilidad, Excelencia, Integridad y Respeto) se manifiestan en todo lo que hacen ●



Valores

“Durante la pandemia, preparamos un plan estratégico para cuidar de la salud de nuestros colaboradores y aprendimos la importancia de evolucionar y aplicar nuevas dinámicas como el trabajo desde casa o el modelo de trabajo híbrido”.

José González-Campo,
Director Senior de Asuntos Corporativos y Sostenibilidad



SOMOS CMI,
LA FUERZA QUE NOS UNE
PARA *Trascender*



WWW.SOMOSCMI.COM



ANDREA LARA SALDÍAS

UNA LÍDER QUE CIMENTA SOLUCIONES PARA LA CONSTRUCCIÓN

SOSTENIBILIDAD, DIVERSIDAD EN SU OFERTA Y CAPACIDAD DEMOSTRADA PARA IMPULSAR EL DESARROLLO DE INFRAESTRUCTURA EN COSTA RICA ES EL NORTE DE LA CEO AL MANDO DE HOLCIM COSTA RICA PARA LOS TIEMPOS VENIDERS.



Andrea Lara Saldías, CEO de Holcim Costa Rica.

“Somos el jugador número uno, con la mayor participación del mercado en soluciones integrales e innovadoras para la construcción, incluyendo fabricación y venta de cemento”. Así de contundente es Andrea Lara Saldías, CEO de Holcim Costa Rica, al valorar el rol que juega la empresa en el mercado costarricense. La empresa que lidera ha evolucionado incorporando nuevos servicios y productos a su portafolio, ofreciendo calidad mundial, al mejor precio posible e impulsando estrategias de sostenibilidad ambiental y con un enfoque de equidad de género.

Precisamente, este proceso de crecimiento va de la mano de una estrategia de sostenibilidad que está estrechamente vinculada a su desempeño empresarial. De hecho, 2022 fue determinante para Holcim en esta materia y se posicionó en el puesto líder del sector.

“Esto no es casualidad, comenzamos el año con la certificación de Empaque Positivo, la cual garantiza que por cada saco de cemento que vendemos, recuperamos el papel equivalente a siete sacos, los cuales son coprocesados para ser utilizados como combustible alternativo en la fabricación de cemento”, explicó Lara.

El coprocesamiento toma cada día mayor relevancia en su proceso de producción, llevándoles a coprocesar residuos municipales y reducir la huella de carbono al sustituir el uso de combustible fósil, una tendencia que viene en aumento en los últimos años, específicamente en su línea de cementos Eco Planet.

“Estamos consolidados como líderes de sostenibilidad por estas prácticas vinculadas con la circularidad, y nos hemos propuesto dar el mayor esfuerzo para aumentar significativamente nuestra capacidad al utilizar estos residuos municipales como combustible alternativo. Ello nos permite no solo aliviar la problemática ambiental de los gobiernos locales, sino también reducir la hue-



Holcim apoya el desarrollo de infraestructura pública y privada en Costa Rica.



Perfil

Empresa: Holcim Costa Rica.

Rubro:

Soluciones integrales e innovadoras para la construcción (incluye la fabricación y venta de cemento).

Año de fundación: 1964.

lla ambiental de nuestros productos”, añadió.

La líder también destacó el impacto que han tenido para Holcim las Declaraciones Ambientales de Producto (EPD por sus siglas en inglés) que han obtenido, las cuales transparentan la huella ambiental de sus productos y que son emitidas por una firma independiente internacional.

GERENCIAR PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE

Para Andrea Lara el período de crisis por la pandemia dejó grandes desafíos, en especial el relacionado con la urgencia del país de reactivarse, lo cual necesariamente requiere de una participación del sector en la construcción de infraestructura, tanto pública como privada.

La CEO de Holcim está convencida de que los actores privados tienen mucho que aportar a la administración estatal, al poseer el conocimiento y experiencia. Asegura que para países como Costa Rica, con un enorme déficit de infraestructura en rehabilitación y construcción de vías y vivienda, este modelo de cooperación debe llevarse a la práctica sin demora.

Aquí la corporación al mando de Lara tiene un gran expertise, y están listos para ser parte de los procesos que se requieran. Incluso con los cambios inflacionarios que experimenta la economía costarricense, están preparados con una hoja de ruta que incorpora todas las variables macroeconómicas, a fin de dar una respuesta eficiente, bajo una estructura de negocio sostenible.

“Los tomadores de decisión, tanto del sector público como del privado, tenemos que pasar de las buenas intenciones y materializar nuestros planes de acción, y si esto lo hacemos en armonía con la naturaleza, recibien-

do incentivos del Estado dirigidos a la sostenibilidad, será mucho más sencillo”, dijo la CEO.

NUEVA FORMA DE HACER NEGOCIOS

Bajo su liderazgo, hoy la compañía se dedica a la producción y venta de cemento, pero ha buscado consolidarse con otras innovadoras soluciones. Esto los ha llevado a invertir en su planta de agregados, ubicada en Guápiles, en la zona Atlántica del país; pero también a desarrollar su franquicia ferretera Disensa, que en la actualidad posee más de 80 puntos de venta en Costa Rica, que se suman a la red de más de 2.700 en Latinoamérica.

En paralelo, la estrategia de Economía Circular es impulsada desde la empresa subsidiaria Geocycle, la cual recupera residuos y los transforma mediante la tecnología del coprocesamiento. “Hablamos de dar un uso a lo que el común de las personas consideraría basura, que viene a reemplazar el uso de combustibles fósiles para lograr un proceso productivo con una menor huella de carbono”.

Esta ruta emprendida, irá de la mano de sus valores más esenciales, pensando en el bienestar de su gente, en la equidad y la generación de oportunidades para todas las personas, sin distinción. En este sentido, la empresa impulsa políticas para impulsar la equidad de género entre mujeres y hombres, y así asignar las posiciones claves a quienes tengan el mérito y la excelencia. Gracias a ello, Holcim Costa Rica se recertificó bajo la Norma de Equidad de Género, concedida por el Instituto Nacional de las Mujeres (INAMU) y auditada por el Instituto de Normas Técnicas de Costa Rica (Inteco)●



SOMOS LÍDERES EN PRÁCTICAS DE SOSTENIBILIDAD, VINCULADAS CON LA CIRCULARIDAD, GENERAMOS COMBUSTIBLE ALTERNATIVO AL PROCESAR RESIDUOS DE LOS GOBIERNOS LOCALES”.

ALUTECH

REFERENTE DE SOLIDEZ, CONFIANZA, E INNOVACIÓN EN EL MERCADO BURSÁTIL DE LA REGIÓN

LA EMPRESA TIENE PRESENCIA EN HONDURAS, GUATEMALA, COSTA RICA, EL SALVADOR Y NICARAGUA Y EXPORTA A PANAMÁ, VENEZUELA, PUERTO RICO Y REPÚBLICA DOMINICANA.

La solidez, confianza y buenas calificaciones de riesgo de Alutech, de Grupo Emco Holding, fueron factores determinantes para atraer inversionistas y colocar US\$30 millones (L735 millones) en bonos corporativos en solo dos semanas, destacan expertos financieros nacionales e internacionales.

La empresa se ha convertido en un ejemplo bursátil en la región luego de reactivar el mercado de valores de Honduras e incursionar con éxito en la bolsa de El Salvador y Panamá.

Edgar Maradiaga, presidente de la Bolsa Centroamericana de Valores, explicó que Alutech vino a reactivar la posibilidad de que emisores privados no financieros puedan acudir al mercado a financiar sus necesidades para sus proyectos.

“Alutech es un gran ejemplo en el mercado hondureño, desearíamos que otros grupos y empresas pudieran seguir la tarea que ellos iniciaron de utilizar el mercado de valores como fuente de financiamiento. Además debemos destacar que ellos han incursionado en otros mercados de valores de la región con éxito”, dijo Maradiaga.

Agregó que la colocación dejó un mensaje de “la solidez y confianza con que el sistema ve a Alutech. Creemos que así lo han visto los inversionistas que han tomado e invertido en los instrumentos que la empresa emitió”.

Maradiaga destacó el liderazgo del presidente de Gru-



La empresa tiene más de 100 tiendas en Centroamérica.



De izq. a der.: Edgar Maradiaga, presidente de la Bolsa Centroamericana de Valores; Edward Escoto, Inversiones del Injupep; Rigoberto Osorio (CNBS); Gustavo López, Especialista de Inversiones Corporativas Alutech; Angelica Villegas (BOIE); Erick Campos (Fitch Ratings); Edgar Gutiérrez (BCV) y Jorge Laitano, AFP Atlantida.

po Emco Holding, Lenir Pérez, por buscar fuentes de financiamiento no tradicionales y reactivar de esta forma la bolsa de valores del país.

“Es un hombre visionario que no solo ha abierto las puertas a este camino de financiamiento en Honduras, sino que también lo han hecho en otros países de la región. Es un buen ejemplo que esperamos que tomen otros grupos empresariales”, apuntó

Por su parte, Jessica Alvarenga, gerente de Operaciones de Fomento Financiero S.A. Casa de Bolsa, dijo que “la historia de Alutech le da confianza a los inversionistas. También ver el amplio portafolio de empresas que Grupo Emco tiene en diversos rubros”.

Gustavo López, especialista de Inversiones Corporativas de Alutech, dijo que la firma es un referente de inversiones bursátiles en Honduras y otros países de la región.

“Alutech ha mostrado liderazgo y visión. Somos innovadores y creativos, hemos dado un primer paso muy importante y para romper paradigmas. Creemos que las empresas deben ir más allá de lo tradicional” ●



Claves

Alutech tiene seis centros de distribución, dos plantas de producción. En 2021, cerró con ventas superiores a US\$529 millones y las proyecciones de facturación al cierre del 2022 son de más de US\$655 millones, o sea un incremento de \$122 millones. Alutech genera más de 3.000 empleos en Centroamérica y es uno de los mayores aportantes de impuestos en Honduras.



Ficohsa

El banco digital que necesita para sus negocios en la región

Gestione la tesorería de
su empresa con Interbanca
y los más altos estándares
de seguridad para hacer:

- Pago de proveedores
planillas, impuestos
y servicios
- Transferencias
a terceros
- Transferencias en línea
a toda la región
- Compra y venta
de divisas

ESTADOS UNIDOS | GUATEMALA | HONDURAS | NICARAGUA | PANAMÁ





ESPECIAL

Admirados **2022**

PROTAGONISTAS DE UNA NUEVA CENTROAMÉRICA

**Líderes Jóvenes
& Disruptores,
Las Mujeres más
Admiradas en:**

- Alimentos & Bebidas
- Tecnología
- Sostenibilidad
- Entretenimiento, Moda & Belleza
- Capital de Riesgo y Sistema Financiero

COORDINACIÓN Y TEXTOS CLAUDIA CONTRERAS / **COLABORARON:** DANIEL ZUERAS, INGRID ROLDÁN, LUIS SIERRA, GABRIELA MELARA, LEONEL IBARRA / **FOTOGRAFÍAS:** CORTESÍA ADMIRADOS 2022

LA VISIÓN EMPRESARIAL DE UNA CENTROAMÉRICA MÁS SOSTENIBLE, DISRUPTIVA, SENSIBLE AL IMPACTO DE LA MIGRACIÓN Y MIRANDO AL FUTURO ES LA PROTAGONISTA DE ESTA EDICIÓN. PRESENTAMOS LA SEGUNDA PARTE DE ADMIRADOS 2022 QUE ESTRATEGIA & NEGOCIOS DESARROLLÓ CON SKALENO ADVISORY: LOS ADMIRADOS NUEVA GENERACIÓN Y LAS MUJERES MÁS ADMIRADAS. LOS RESULTADOS DEL ESTUDIO SURGEN DE UN SONDEO A LAS AUDIENCIAS DIGITALES DE E&N, ASÍ COMO CON EMPRESARIOS Y EJECUTIVOS LÍDERES DE LA REGIÓN, QUIENES DEL 24 DE AGOSTO AL 6 DE SEPTIEMBRE VOTARON POR MÁS DE 460 EJECUTIVOS Y EMPRESARIOS MÁS ADMIRADOS MENORES DE 40 AÑOS, EMPRESARIAS, ALTAS EJECUTIVAS, EMPRENDEDORAS, ASÍ COMO LÍDERES DISRUPTIVOS EN NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO. EL LIDERAZGO EMPRESARIAL DE LA REGIÓN SE FORTALECE CON ESTA SELECCIÓN DE GENTE QUE TRABAJA POR UN FUTURO MEJOR.

Ser innovador y transformador para los líderes jóvenes no es relevante, es esencial, afirma Alejandro Domínguez, socio director de Skaleno Advisory. “Todas las empresas o negocios en los que se sumergen los líderes jóvenes se encuentran o están buscando la transformación, ya sea de forma total o de manera parcial”, dice el experto mexicano. La llegada de más líderes jóvenes a las organizaciones permite una transformación constante, para “no quedarse fuera de la jugada”, agrega.

En palabras de Santiago Imberton, vicepresidente ejecutivo y cuarta generación al frente de C. Imberton, una de las principales casas de distribución de productos de consumo masivo y salud en El Salvador, “no se trata de ser el que conoce todo en el cuarto”. Pero, “sí de hacer iniciativas que proyecten al futuro, nuevos productos, nuevos servicios e incorporarlo como parte core de lo que uno hace”. Hay que insertar innovación en empresas ya establecidas no sólo a través de inversión en tecnología, sino que a través de la mejora de procesos, productos, servicios a corto, mediano y largo plazo.

El desafío es evolucionar, advierte Domínguez, hacia una “Organización ambidiestra”. El concepto “tiene que ver con la capacidad de las organizaciones de, por un lado, mantener creciendo y rentabilizando el negocio actual y, por el otro, desarrollar nuevos negocios no adyacentes que puedan darle un crecimiento más agresivo además de diversificarla, reduciendo los riesgos que puedan existir por estar en un solo negocio o industria”.

Es una habilidad que también transita por ser más sostenibles. Hace 40 años, en las tierras donde están instaladas las fincas camaroneras de ACUAMAYA en Guatemala se practicaba agricultura de subsistencia. Hoy, de la mano de Gabriel Biguria, Vicepresidente de ventas y marketing, toda la cadena productiva del camarón de alta calidad se transformó hacia la economía circular que busca ser cero residuos. También han invertido en la educación de los niños de la zona. Su idea es evitar la migración ilegal y generar un impacto positivo en las

comunidades de las fincas de ACUAMAYA. Su mercado principal está en Europa y Asia y sus fincas tienen certificaciones de nivel global en prácticas sostenibles.

LIDERAZGO ANTICRISIS

Gestionar los altos costos, el peso de la inflación y las demoras en la cadena de suministros también ha sido una prueba de creatividad para los Admirados 2022.

“En diferentes países de la región se han visto cifras de inflación inéditas. Eso nos viene a afectar a nosotros como *retail*, como cafetería. La leche subió 10% y eso se traslada a vender un *capuccino* más caro (...) lo que te obliga a ser competitivo, asumirlo y abaratar costos”, explicó Daniel Galeano, CEO y fundador de Galeano Café y la marca homónima dedicada a producir moda que hace homenaje a Honduras. Hasta noviembre de este año, la inflación interanual ronda en 10,44%.

Desde Guatemala Biguria también ha tenido que enfrentar el vaivén de la inflación y crisis de suministros global. “Se nos ha disparado el costo de las materias primas en el caso del camarón (...) Es un costo ridículamente alto que nos afecta; igual la energía, el transporte, conseguir contenedores fríos para sacar nuestros productos a Europa y Asia. Se ha complicado”. En respuesta, Biguria aseguró mercados vecinos como El Salvador, que tiene un consumo *per cápita* de camarón más alto que Guatemala.

Los Líderes Admirados deben moverse en medio de la incertidumbre, apunta, Domínguez. “Anteriormente, los empresarios podían encontrarse en una burbuja centroamericana. Hoy, con un mundo globalizado y tan interconectado, pueden surgir temas que nos impactan desde prácticamente cualquier lado (geografía, sector industrial, canal, etc.). El tema que realmente enfrentan las empresas es que la situación puede cambiar de un momento a otro, que surjan competidores, que entren al mercado empresas de otro sector que se roban nuestro talento, que surja una pandemia (...) Siempre existe incertidumbre, lo que no siempre logramos identificar son cuáles serán esos nuevos eventos específicos”.



LOS MÁS ADMIRADOS NUEVA GENERACIÓN 2022, Y LAS MUJERES MÁS ADMIRADAS DE CENTROAMÉRICA

LOS MÁS ADMIRADOS EN NUEVAS TECNOLOGÍAS

NOMBRE	PAÍS	CARGO/ROL	PERFIL
Adrián Gómez	El Salvador	CEO ELANIIN & Mercadú	Lidera dos empresas de alta tecnología, con más de 200 ingenieros en todo Latinoamérica y más de 100 clientes en todo el mundo.
Alejandro Carbonell	Panamá	Director Fundación Ciudad del Saber	Lidera la estrategia de crecimiento del centro de innovación más exitoso de Panamá. Cofundó Tutoréz, una plataforma en línea que conecta a estudiantes con tutores en Panamá, Guatemala y Perú.
Alejandro Vega	Costa Rica	CEO de HuliHealth Inc.	Su empresa permite a los pacientes hacer citas en línea con los doctores de Costa Rica. Facilita el agendamiento en línea de citas médicas, el almacenamiento del historial médico, y más.
Roger Jacir	El Salvador	Cofundador y CEO de R2	Cofundador CEO de Fiado App, fundada en 2019, plataforma de préstamo 100% digital, que ofrece créditos a tasas y plazos adaptados. Se puede aplicar a préstamos en minutos.
Simon Zebede	Panamá	CEO El Joint	CEO de El Joint: La Unión Publicitaria, Tomorrow Digital, Hablacontomi.com en Panamá. Es experto en entretenimiento y contenido digital. Es socio fundador de Workings Latam.
Juan José Chacón Quirós	Costa Rica	Fundador y CEO Establishment Labs	Su empresa se enfoca en la salud de la mujer, reconocida mundialmente por sus implantes mamarios para cirugía estética y de reconstrucción. Inició operaciones en 2009.
Daniel Aspra	Honduras	CEO OCHO App	La primera aplicación 100% hondureña especializada en facilitar e-commerce entre clientes y consumidores. Ofrece desde delivery de comida, venta de boletos de cine, facilitar pagos y más.
Diego Molino	Panamá	CEO de ADR Technologies Co-founder & CEO de Ubiqua	Estudió Ciencias e Ingeniería de Gestión, de la Universidad de Stanford, completó un MicroMaster del Programa de Gestión de la Cadena de Suministro de MIT. ADR Technologies diseña soluciones inteligentes para la cadena de suministros.
José Rodríguez	Panamá	Tutor independiente de matemática, física y química	Es un joven líder que ha encontrado en la conversación con jóvenes panameños privados de la libertad una razón para enseñarles y ayudarles a superarse. Estudió Ingeniería mecánica en la Universidad Tecnológica de Panamá.

Agregó: “El líder joven debe ser optimista. Debe tener la fuerza para levantarse y seguir luchando contra lo que venga, a lo interno o externo de la organización, del país en que se encuentra o desde alguno distinto”.

Domínguez subrayó que los líderes jóvenes deben permanecer enfocados en la meta. “Muchas veces podrá estar confundido con haber logrado los resultados, encontrará barreras que lo desviarán hacia otras batallas, pero debe tener la capacidad de mantenerse enfocado en cuál es el fin último que quiere alcanzar y la meta que la organización o el emprendimiento que ha iniciado debe lograr”.

¿Un ejemplo? En Costa Rica, Amadeo Quirós lidera un fondo de capital de riesgo que le apuesta a emprendimientos en fase de incubación, iniciativas digitales de alto impacto social. Ha visto fracasar varios emprendimientos, pero han sido su mejor escuela de vida como inversionista. Desde Caricaco busca realizar inversiones que vayan más allá de un retorno económico. Tiene en la mira apoyar a empresas consolidadas “que estén haciendo la diferencia en el ambiente, la educación y la empleabilidad” de Latinoamérica, “empresas que muevan la aguja de nuestros países”, afirmó Quirós.

Desde Honduras, Daniel Aspra está al frente de OCHO App. A finales de este año recibió capital local para seguir creciendo en servicios y productos. “Queremos seguir usando cada lempira con un equipo del tamaño justo, como se debe, crecer y ser más agresivos. El reto es ver cómo ser ágiles y al mismo tiempo qué se puede ajustar en el camino”. Al frente de un equipo de 60 hondureños, escucha la opinión de su equipo, con edades entre 24 a los 26 años. “La juventud ahora busca formar parte de algo. Eso es algo que trato de hacerles saber cuando trabajan acá. De pronto no les vamos a poder pagar como pagan afuera porque ese canibalismo (por el talento IT) está difícil, pero les hacemos ver que están bajando en algo que va a tener resultados”.

EN PRO DE UN FUTURO SOSTENIBLE

“Los empresarios jóvenes se enfrentan a

LOS MÁS ADMIRADOS EN ENTRETENIMIENTO, MODA & BELLEZA

NOMBRE	PAÍS	CARGO/ROL	PERFIL
Adriana Montes	Guatemala	Cofundadora MAI We Care	Su empresa mejora la experiencia de los pacientes durante los tratamientos a largo plazo y postoperatorios con una línea de ropa adaptable.
Alessandra Bregni	Guatemala	CEO & Founder de Nova Model Management	Dirige una agencia líder de modelos y talentos en Guatemala. Tiene experiencia en emprendimiento, administración de empresas, producción de moda y marketing.
Daniel Galeano	Honduras	CEO y cofundador de Galeano	Su marca de ropa hecha en Honduras apela al orgullo <i>catracho</i> a través de convertir símbolos patrios en parte de su marca. En Galeano Cafe combina la venta de café con una tienda para adquirir diseños Galeano.
Violeta Martínez	El Salvador	CEO VAIZA	Vende bolsos, carteras, cuadros, telares diseñados por Violeta y otros productos que trabaja con artesanos. VAIZA ha evolucionado a trajes de baño, ropa deportiva y hasta Vaiza Café. Exporta a múltiples destinos.
Andrés Turcios	Guatemala	Fundador de Reel Life Studio	Su estudio generador de contenido brinda servicios de producción de videos dinámicos para las industrias corporativa, deportiva y culinaria. Es una de las principales productoras de video en Centroamérica.
Anika Cohen	Guatemala	Cofundadora de Makenna	Makenna, creada en 2018, salió al mercado con jabón de mano, crema de cuerpo, shampoo, acondicionador y jabón de cuerpo, que ha ampliado a seis colecciones. Promueve la sostenibilidad en sus productos y empaques.
Jorge Chanis	Panamá	Gastrónomo y emprendedor	Creador de plataformas de café La Cosecha Panamá y La Cosecha Guatemala. Autor del libro “Tito y Lola descubren Panamá comiendo”, con el que obtuvo el premio en la categoría ‘mejor del mundo en cultura gastronómica’, en Gourmand Premios, en Suecia. Promueve los premios El Buen Tenedor.
Elena María Casco	Honduras	Fundadora de Del Barro	Colabora con alfareros hondureños para llevar el trabajo de la cerámica a una plataforma más moderna. Sus piezas curadas generan conciencia sobre esta profesión. Busca preservar siglos de tradición y cultura.

LOS MÁS ADMIRADOS EN FINANZAS Y CAPITAL DE RIESGO

NOMBRE	PAÍS	CARGO/ROL	PERFIL
Amadeo Quirós	Costa Rica	Presidente de Caricaco	Se autodefine como potenciador de capitanes, emprendedor, <i>socially driven</i> , <i>Tedx Speaker</i> , papá y amante de la adrenalina. Es VP de Jóvenes por Costa Rica, es cofundador de Alianza por la Educación.
Santiago Imbertón	El Salvador	Vicepresidente de C Imbertón/ Socio Fundador de Reaction	C. Imbertón es una de las principales empresas de distribución de productos de consumo masivo y farmacéutico en El Salvador. Abastece a más de 25.000 tiendas, supermercados y mayoristas.
Gisela Sánchez	Costa Rica	Directora de Estrategia y Asuntos Corporativos de BAC Centroamérica.	Es <i>Fellow</i> del CALI, <i>Fellow</i> de la Red Global de Liderazgo de Aspen. Recibió el Premio Stephan Schmidheiny a la Innovación en Sostenibilidad y el Premio John McNulty. Primera mujer que preside AMCHAM Costa Rica. Primera latinoamericana en ganar “Intraemprendedora Social Corporativa 2022”
Denise Henríquez	Panamá	Miembro Junta Directiva de St. Georges Bank Panamá, Produbanco & Banco Promerica Costa Rica.	Profesional en finanzas con una Maestría en Administración de empresas (MBA) enfocada en Marketing de INCAE. Especialista en banca corporativa. También Board Member en ASSA Compañía Tenedora S.A.

LOS MÁS ADMIRADOS EN SOSTENIBILIDAD

NOMBRE	PAÍS	CARGO/ROL	PERFIL
Andrea Pinzón	Panamá	Baran Blü	Su cocina se centra en vegetales, con oferta sólo de Panamá.
Lorena Arathoon	Guatemala	Tasu Chips & Healthy Living	Su visión le ha permitido expandirse en productos saludables.
Gabriel Biguria	Guatemala	CEO de INPROTIN, VP ACUAMAYA	ACUAMAYA es una de las pioneras en acuicultura de camarón en Centroamérica. INPROTIN desarrolla proteínas a base de insectos.
Felipe Vargas Climent	Costa Rica	VARCLI Pinares, Exportador Premium de Bananas	Su empresa produce más de 3.800 cajas de banana por hectárea al año calidad, sino desarrollar procesos de innovación sostenible.
Johan David Martel	Honduras	Creador de Smart Grow/Agricultura aeropónica	Nestlé le otorgó el reconocimiento Semilla Nestlé 2021 a seis jóvenes centroamericanos, entre ellos a Martel, reconocido por su proyecto <i>Smart Grow</i> , que consiste en un cultivo aeropónico avanzado de hortalizas.
Fernando Bolaños	Guatemala	CEO de AgroAmérica	Su programa de RSE y Sustentabilidad ha beneficiado a 44 comunidades diversificadas de América Latina.
Jennifer Menegazzo	Guatemala	Fundadora de Kor áta, Future Now y Luna tu Copa.	Promueve y preserva la cultura de los textiles mayas guatemaltecos, con los cuales elabora accesorios para hombres. Con <i>Future Now</i> apoya a más de 135 proveedores locales para promover sus productos.
Alexa Quiros	Costa Rica	Chef y dueña de Búlali, cocina orgánica	Estudió en el Instituto Culinario de América en Nueva York, así como Administración Hotelera en la Universidad de Cornell.

LAS MUJERES MÁS ADMIRADAS DE CENTROAMÉRICA

NOMBRE	PAÍS	CARGO/ROL	PERFIL
Stephanie Melville	Guatemala	VP de Progreso	Primera mujer nombrada como directora titular y secretaria de Junta Directiva de Progreso.
Raquel Arana	El Salvador	Fundadora de Raquel Arana	En 2014 creó su marca de carteras ilustradas Raquel Arana. Es la Cofundadora de la tienda Hecho en Casa
Pili Luna	Honduras	Fundadora de "Vos Honduras"	Su empresa rescata la piel de pescado y la transforma en cuero aprovechado por la industria de la moda y el diseño de interiores.
Elaine Miranda	Nicaragua	Fundadora de Plata con Plática	Su plataforma de educación financiera es uno de los blogs más leídos de Centroamérica.
Paola Bondy	Honduras	Presidenta de AbInbev HN - ES	Fue la primera mujer y la persona más joven elegida como la Presidenta de Cervecería Hondureña en más de 100 años de historia.
Mey Lang Hung Murillo	Honduras	Líder de Asuntos Corporativos de Walmart Guatemala y Honduras	Es también subdirectora de facilitación de comercio de la compañía para Centroamérica. Su gestión se enfoca en temas de valor compartido / RSE, inclusión y diversidad, empoderamiento de la mujer, sostenibilidad, desarrollo de las PYMES y gobernabilidad.
Sandra Jiménez	Costa Rica	Gerente General de Nestlé Costa Rica.	Cuenta con 19 años de trayectoria en Nestlé. Fue elegida para crear un grupo global para crear acciones para ser cero emisiones netas para el 2050. Es la única representante de Centroamérica.
Elena Kafie	Honduras	VP División de Alimentos Grupo K.	En su actual posición maneja seis empresas y más de 5.000 colaboradores. Incorporó la sostenibilidad / RSE en Lactosa.
Clara Contreras	Guatemala	General Manager PepsiCo Foods CA Norte	Inició su carrera profesional en Bancafé. Llegó a PepsiCo en 2010. Escaló hasta llegar a Gcia. Gral. de PepsiCo Alimentos para GT, HN, ES, NI.
Dianne Medrano	Costa Rica	CEO Centenario Internacional	Es la CEO de Centenario Internacional, empresa líder en Costa Rica, con medio siglo produciendo la marca icónica de Ron Centenario.
Lula Mena	El Salvador	Creadora de LULA MENA	Fundó su marca en 2011. Fue seleccionada para presentar su colección "Nidos" en la Bienal Iberoamericana de Diseño 2022.
Maria Pía Robles	Costa Rica	Directora de Asuntos Corporativos en FIFCO	Su trabajo incluye proyectos insignes como el programa de voluntariado Elegi Ayudar, FIFCO Oportunidades, FIFCO Air Brands.
Monique de Saint Malo Eleta	Panamá	Gerente General estratégico	Socia y gerente general de Stratego. Comunicadora Social con Maestría en Educación. Forma parte de la Fundación Eleta.
Vivian Pellas	Nicaragua	Presidenta de la Asociación Pro Niños Quemados de Nicaragua (APROQUEN)	Ha dedicado más de 25 años a ayudar a niños que sufren quemaduras. En 1991 fundó APROQUEN tras sobrevivir un terrible accidente aéreo donde viajaba junto con su esposo Carlos Pellas. En 2010, APROQUEN inició la atención integral a pacientes con labio hendido.
Ineke Geesink	Costa Rica	Microsoft Costa Rica Country Manager	En 2000 entró a Microsoft proveniente de McCann Erikson. Es apasionada en potenciar el liderazgo y desarrollo de sus pares mujeres.
Silvia Chaves	Costa Rica	CEO de Florex	Su empresa es innovadora en diseño, producción y asesoría en productos de limpieza biodegradables y amigables al ambiente.
Trilce Jiron	Costa Rica	Directora general y CMO en La Repa de Sueños.	Dirige la primera reparadora de colchones de Costa Rica. Su línea de colchones ecológicamente responsables Dorma cuenta con 15 distribuidores, han reparado más de 15.000 colchones.
Marisol Silhy	El Salvador	Directora ejecutiva de Farmacia San Nicolás	Farmacia San Nicolás es una empresa salvadoreña dedicada al servicio y comercialización de medicamentos, productos cosméticos y de conveniencia por más de 50 años.
Marjetta Jaen	Panamá	Miembro para la Junta Directiva de la Autoridad del Canal de Panamá (ACP)	Ingeniera Civil y Mecánica Aplicada con Especialización en Ingeniería Ambiental de la Universidad McGill en Montreal, Canadá. Cuenta con idoneidad para el ejercicio de la Ingeniería Civil en el Estado de Virginia, Estados Unidos y fungió como viceministra de Obras Públicas.
Sofía Aparicio	El Salvador	Fundadora April's Store.	CEO y fundadora de April Store, negocio que posee dos sucursales en El Salvador y cuenta con su propio taller de producción. Se caracteriza por tener prendas versátiles, funcionales y atemporales. Su negocio ganó un premio otorgado por International Finance Corporation
Karina Aguirre	Guatemala	VP Finanzas y Tecnología Grupo SÓLID	Apasionada por la innovación y tecnología, cuenta con amplia experiencia en gestión de tesorería y finanzas. Es vicepresidenta de Finanzas y Tecnología de Grupo Solid, con operaciones de Guatemala a Panamá.

VISIÓN SKALENO: ¿CÓMO ES UN LÍDER TRANSFORMADOR?

1 Para los jóvenes, "la transformación debe ser parte de su día a día (...) todos los días, en donde gran parte de su esfuerzo y de su tiempo esté dedicado constantemente a la innovación y a la transformación".

2 "Ser líder transformador significa ser más sustentable, evitando el deterioro de los recursos. Significa más calidad que cantidad, (...) en un desarrollo constante. Significa ser más práctico que teórico".

3 "Significa ser una persona valiente, capaz de enfrentarse a un proyecto totalmente nuevo comprometido con el aprendizaje en el camino y poderlo ejecutar de manera correcta sabiendo que lo hará, en gran medida, a prueba y error", dijo Alejandro Domínguez.

un planeta que esta sufriendo, que presenta cada vez más escasez de recursos. Esto lo están experimentando y quieren pararlo para su propia generación y para las que vienen. Por ello se comprometen con el desarrollo sostenible, buscan satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades de las generaciones del futuro en tres ámbitos: el de la sociedad, la economía y el medio ambiente", explica Domínguez.

Esto lo defiende Andrea Pinzón, de 26 años, creadora de Baran Blü. Tomó la decisión de sólo servir vegetales de estación en su cocina. "La seguridad alimentaria, comer consciente, respetar nuestro suelo, que es nuestra casa para nosotros y para las futuras generaciones nos involucra a todos. Los que tenemos poder, los que tenemos el privilegio de elegir nuestra comida podemos cambiar la situación", señaló la chef panameña. Su solución al cambio climático inicia desde elegir qué cocinar: "No sacaré un plato sin saber que esto tiene un impacto positivo, más allá de solo darle de comer a las personas". Andrea es fiel reflejo de la definición de los nuevos liderazgos de Domínguez: "capaces de hacer a un lado ideas preconcebidas, de adentrarse a las realidades y así poder lograr una transformación que ayude a la gente y a las sociedades de una manera más efectiva y profunda".

AMADEO QUIROS



Apuesta al emprendimiento social

EL PRESIDENTE Y FUNDADOR DE CARICACO, POTENCIADORA DE STARTUPS, BUSCA APOYAR EMPRENDIMIENTOS, CON 'VENTURE CAPITAL', QUE APORTEN AL DESARROLLO DE LA REGIÓN

Amadeo Quirós comenzó de manera “informal” en el mundo del *Venture Capital*, ejerciendo como inversionista ángel y formando una academia para emprendedores. “Al principio tuve varios emprendimientos. Muchos de ellos fracasaron y otros siguen vivos. Me di cuenta durante todo ese periodo que es un reto grande y que muchas veces nos lanzamos al agua sin las herramientas, ni la experiencia necesarias; y lo que yo quería era pasar un poquito de esto a todas esas personas. Ahí empezamos a ver proyectos y gente que quiere hacer cosas, salieron algunas oportunidades para invertir en esos proyectos y empecé a hacer algunas inversiones pequeñas. Así lo mantuve durante aproximadamente unos cuatro años, hasta el año pasado, donde ya formalizamos un poco más el tema de la potenciadora de *startups*”, rememora Quirós.

Desde Caricaco buscan realizar inversiones que vayan más allá de un retorno económico, que “por supuesto que es importante, pero sí hemos visto que tenemos que pensar un poco más en el desarrollo de la



FOTO: CORTESÍA



PROFESIONAL:

Fundador y presidente de Caricaco, empresa dedicada a la incubación de nuevas *startups*, que también cuenta con una academia en la que él es profesor.

SOCIAL:

Es presidente de Fundación Caricaco, organización que busca potenciar el acceso a las oportunidades a través del compromiso con la educación para asegurar el bienestar de los habitantes de la región.

para invertir en empresas más consolidadas “que estén haciendo la diferencia en el ambiente, la educación y la empleabilidad” de Latinoamérica, “empresas que muevan la aguja de nuestros países”.

Quirós apunta la necesidad de invertir “en las empresas que van a revolucionar el futuro, las que van a traer más capital a la región”. Hasta este año se han centrado en emprendimientos costarricenses, pero la próxima promoción se va a abrir a todo el Istmo, una selección de 10 *startups* centroamericanas que recibirán una inversión de entre US\$50.000 y US\$100.000. Busca proyectos escalables, con impacto y con buen equipo ●



ESTAMOS TRATANDO DE HACER INVERSIONES QUE VAYAN MÁS ALLÁ DEL RETORNO ECONÓMICO, QUE POR SUPUESTO QUE ES IMPORTANTE, PERO QUE APUNTEMOS AL DESARROLLO DEL PAÍS”

Amadeo Quirós
Presidente de Caricaco

economía y del país; en los que eventualmente a corto plazo tal vez los rendimientos no van a ser los mejores, pero a futuro sí lo van a ser, porque estamos apostando por la gente y en los lugares”.

La potenciadora invierte en *startups* en etapas tempranas, para dar oportunidades a proyectos innovadores desde países pequeños. Estos proyectos tienen que ser fácilmente escalables.

Una de las próximas novedades es la creación de un fondo

Por Daniel Zuerras

daniel.zuerras@estrategiaynegocios.net

GABRIEL BIGURIA



Productor de ecosistemas sostenibles

SU EMPRESA CAMBIÓ LA FORMA DE PRODUCIR CAMARÓN EN GUATEMALA HACIA UNA SOSTENIBLE. PROPONE COMBATIR LA DESNUTRICIÓN HUMANA CON PROTEÍNA DE INSECTOS.

FOTOGABRIEL BIGURIA

Es apasionado por demostrar cuán sostenible es la producción de camarón en Guatemala a través de ACUMAYA, una empresa que es referente en la producción de camarón de alta calidad. La inició su papá en 1983. Su mercado principal es Europa y desde el principio le ha apostado a proteger ecosistemas alrededor de sus fincas de camarón, donde incluso se pueden observar aves únicas de Guatemala. Cada año, hace un cerco sanitario y para toda la producción. “Cerramos fincas, restauramos los fondos de las piscinas, dejamos que se regeneren el medio ambiente. Le damos ese receso importante para poder asegurar que tenemos un balance y podemos continuar con prácticas productivas para adelante”, apuntó. Su búsqueda por lograr equilibrio con el medio ambiente en la producción del camarón le ha hecho enseñarle a otras fincas camaroneiras de Guatemala sus buenas prácticas sostenibles. Este año, ACUMAYA ganó el premio al máximo exportador del año, un galardón que entrega AGEXPORT. También ganó la categoría sostenibilidad empresarial,



Mejores Prácticas y Protocolos. Fueron más de cinco años donde su equipo se sometió a todo tipo de certificaciones de nivel mundial para constatar calidad en todo el ciclo de producción del camarón. Le preocupan las consecuencias del cambio climático. “Si queremos un mejor futuro para las generaciones que vienen tenemos que actuar de manera responsable en el entorno”, afirmó. Esta visión sostenible le ha permitido diferenciarse con sus clientes europeos. “Es importante



UNO DE LOS GRANDES RETOS QUE TENEMOS SON LOS ALTOS NIVELES DE MIGRACIÓN (...) LO QUE HAGAMOS AHORITA VA A SER UN ACIERTO O DESACIERTO PARA UNA GENERACIÓN ENTERA”.

Gabriel Biguria,
VP en ACUMAYA y CEO
INPRONTIN



LÍDER POSITIVO:

Biguria se define como alguien que busca sacar lo positivo de todo. Reconoce la importancia del equipo y del trabajo en equipo. En su parte social, trabaja por ayudar al sistema de educación pública de Guatemala.

BUSCA EFICIENCIA:

Tanto ACUMAYA como INPRONTIN apuestan por la economía circular. ¿Un ejemplo? Del residuo del camarón crearán un plástico que servirá para empacar al camarón en el futuro

relacionarse con clientes que comparten principios y valores, organizaciones que creen en lo mismo”, apuntó.

NUTRICIÓN CON INSECTOS

En 2037 habrá 9.000 millones de personas. Con esa cifra en la mira, Biguria junto con otros inversionistas, creó INPRONTIN, que desarrolla proteína de insectos para la nutrición animal, vegetal y humana. Pensaron cómo alimentarnos de forma responsable en el futuro.

“Los gusanos de harina (Tenebrio molitor) se producen en granjas verticales, usan poca agua, la hidratación es a través de zanahorias. No hay desperdicios, usan muy poca energía, pocas emisiones CO2”, dijo ●

Por Claudia Contreras

claudia.contreras@estrategiaynegocios.net

estrategiaynegocios.net **E&N** 43

DANIEL GALEANO



Moda y café con orgullo catracho

LE PREOCUPA LA MIGRACIÓN DEL TALENTO. PROMUEVE EL AMOR POR EL CONSUMO DE LO LOCAL PARA MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA. GALEANO CRECE EN PRODUCTOS Y MERCADOS.

FOTO CORTESÍA GALEANO

Lleva a Honduras tatuado en la piel. “No sólo somos camisetas, no sólo somos café.

Desarrollamos varios proyectos: el Día de la Baleada de Honduras. Básicamente somos una marca que promueve el patriotismo y la nostalgia de Honduras”, afirma Daniel Galeano, CEO de Galeano. Su visión es internacionalizar su marca y valores en la región “para que la gente se dé cuenta de que Centroamérica es un destino único en el mundo (...) Sabemos que es una tierra rica en gastronomía. Culturalmente tenemos historia, la herencia maya... es algo que se puede generalizar en Centroamérica”.

Su historia comenzó hace 10 años cuando tenía 22 años y fundó la marca junto a su hermano Francisco. Su familia ya tenía un taller de venta de uniformes escolares industriales. Pronto, las camisetas se hicieron populares con diseños de jergas coloquiales, próceres de Honduras, mensajes patrióticos. Ha pasado por poner al indio Lempira de forma moderna en camisetas, crear Galeano Café en Tegucigalpa, hasta exportar y tostar café hondureño en Estados Unidos.



CUALQUIER COSA QUE ES PRODUCIDA PARA CONSUMO LOCAL O EXPORTACIÓN GENERA TRABAJO. EL HECHO QUE GENERE TRABAJO MEJORA LA CALIDAD DE VIDA Y ANULA LAS RAZONES POR LAS QUE LA GENTE SE VA”.

Daniel Galeano,
CEO Galeano

PESO DE LA MIGRACIÓN

“Creo que el hecho que la gente quiera dejar su país es una de las problemáticas más grandes que hay”. Propone despertar el amor por esta tierra desde clases de civismo en los más pequeños para “despertar el amor a tu país, a tu historia, a tu cultura”. “Como Galeano nos toca recordar qué se hacía antes, qué hacían nuestros abuelos, los dichos, las tradiciones. Desde ahí hay mucho que se puede generar como negocio y crecimiento como región”, subraya. La pan-



DIVERSIFICACIÓN:

Galeano Café une la colección de artículos diseñados por Galeano junto al café producido en Honduras. También procesan, tuestan su café en EEUU y lo exportan. “Se está yendo en su mayoría a Europa”, explicó

MIRADA EN CAFÉ DE CA:

Galeano quiere popularizar el café de Centroamérica. “Mi idea es popularizar el café de esta región que es tan bueno y diferente versus el café africano”. Busca exportar la mejor calidad.

demia fue un parteaguas para el negocio retail. “Nos enfocamos en 2020 y 2021 en sobrevivir, manejar nuestra marca, manejar la comunicación que la gente sepa lo que hacemos, comunicar nuestra visión”. Regresar a la normalidad en 2022 no sólo implicó recuperar el talento perdido, sino hacerle frente con creatividad a la creciente inflación que impacta directo al precio de los alimentos. Ha asumido costos y tiene la mira en la producción de tabaco. “Nicaragua y Honduras son los dos países que más exportan tabaco de Centroamérica, después de República Dominicana y Cuba a nivel mundial. Hay una gran oportunidad”, apuntó ●

Por Claudia Contreras

claudia.contreras@estrategiaynegocios.net

LORENA ARATHOON



Lideresa creativa e innovadora

*LA CEO DE SNACKERIE SE DEFINE ASÍ MISMA COMO
“UNA LÍDER CREATIVA”, QUE DISFRUTA DE CREAR
EXPERIENCIAS CON PRODUCTOS ÚNICOS.*

La joven CEO y cofundadora de Snackerie dirige una empresa que brinda una opción saludable con *snacks* hechos de fruta deshidratada. “Nuestras tres líneas de producto deleitan al consumidor, sin sacrificar lo saludable y son especialmente únicos con respecto al resto de la oferta existente”, explica.

“En Snackerie, trabajamos desde el desarrollo sostenible. Una de las metas es fortalecer la salud y bienestar de las personas, para prevenir la mortalidad”, dice.

Arathoon cree que “es un reto importante demostrarles a los pequeños agricultores la importancia de informarse sobre las buenas prácticas de agricultura sostenible e implementarlas en sus cultivos, ya que están dispersos y muchas veces trabajan de manera individual, aislados de las herramientas que les permitirían implementarlas. Esas mejoras a nivel sistemático requieren de colaboración entre gobierno e iniciativa privada”.

Para ella, “un líder joven en la región debe prestar atención a mantenerse innovando, independiente del momento que



FOTO CORTESÍA



EXPANSIÓN

Snackerie nació en 2013. Su expansión actual incluye los mercados de Guatemala, El Salvador y México.

CENTROAMÉRICA

“Los retos de Centroamérica de cara a 2050 y su aporte para lograr un futuro más sostenible se encaminan a continuar apostándole a la innovación para reforzar la competitividad, el cambio climático y mejorar la salud integral de los habitantes”.

po unido, más alineado que antes, y operando más cerca del consumidor final, ha robustecido mi liderazgo, mejorado mi capacidad de manejar situaciones complejas. Lejos de reinventarme, me hizo afinar y fortalecer cualidades que ya estaban en mí”.

Para Lorena, darles a los consumidores más opciones de *snacks* saludables es una posibilidad para mejorar su calidad de vida. Agrega que, “abrir brecha en los mercados en donde operamos con nuestros productos innovadores estimula competencia e innovación, beneficiando a los consumidores de esos mercados con más oferta de productos más sanos”.



**TRAS LA PANDEMIA,
EMPECE A ENFOCARMEN
MÁS EN EL PRESENTE,
PARA SABOREARLO Y
DISFRUTARLO COMO ES,
PERO, SOBRE TODO,
APRENDER DE ÉL”**

Lorena Arathoon
CEO de Snackerie

esté atravesando su empresa. Aunque parezca trillado, cuando hay situaciones fuera de nuestro control (como Covid-19), crisis inflacionaria o incluso recursos limitados, es fácil desistir de invertir en innovar. Sin embargo, la innovación misma puede ser una fuente de soluciones a las adversidades y, toda vez, parte de la cultura de la empresa, genera resultados positivos”.

“Como empresaria, haber sobrevivido los momentos iniciales de pandemia con un equi-

Por Ingrid Roldán

cartas@estrategiaynegocios.net

JOSÉ 'JACKSON' RODRÍGUEZ

CARGO: Maestro de matemática y física PAÍS: Panamá



Formador integral de jóvenes en Panamá

SU HISTORIA COMENZÓ AL DAR TALLERES CIENTÍFICOS PARA NIÑOS DE PRIMARIA. HOY BUSCA APOYAR A MÁS JÓVENES PRIVADOS DE LIBERTAD.



LES ENSEÑAMOS A JÓVENES (EN CONFLICTO CON LA LEY) SOBRE EL PERDÓN, SOBRE EL AGRADECIMIENTO Y SOBRE LA CONVIVENCIA PACÍFICA”.

José Rodríguez,
Tutor independiente
de matemática,
física y química

Desde hace cuatro años trabaja en Panamá con jóvenes en conflicto con la ley. Hace un año comenzó a trabajar con la Fundación Espacio Creativo, que apoya a los jóvenes con vulnerabilidad. En su país es conocido como 'Jackson Five'. Desde temprana edad, se interesó en escuchar las historias de jóvenes en los penales y cuyas vidas han sido sin oportunidades. Se encontró con historias como: “a los ocho años de edad el pelao ya está tomando alcohol, a los 11 años ya lo están expulsando de la escuela, a los 12 años empieza relaciones (sexuales), a los 15 años lo meten preso, a los 16 años tiene a todos sus amigos presos”. Le golpeó encontrar a decenas de mucha-

chos en los penales “porque nadie les enseñó a leer o nadie los llevó de la mano”. En 2018, a los 21 años, el Departamento de Estado de EE.UU. lo distinguió como uno de los 10 jóvenes líderes emergentes. Fue creador de contenido en aritmética, álgebra, geometría, trigonometría y divulgación científica en Ayudinga, una plataforma de enseñanza digital. Cree que la profesión que más puede cambiar vidas es ser maestro. Tras graduarse como ingeniero mecánico en la Universidad Tecnológica de Panamá, quiere continuar apoyando a jóvenes que no tienen oportunidades con una maestría en Desarrollo en Inglaterra ●

Por Luis Alberto Sierra
luis.sierra@estrategiaynegocios.net

SANTIAGO IMBERTON

CARGO: VP Ejecutivo C. Imberton PAÍS: El Salvador



Innovar y abrir oportunidades

PROPONE UN LIDERAZGO QUE EXPERIMENTA DE FORMA CALCULADA, CREA INICIATIVAS EN PRO DE UN MEJOR FUTURO, EN PRODUCTOS Y SERVICIOS



EN LAS ORGANIZACIONES, (LOS JÓVENES) PODEMOS SER ESE AGENTE DE CAMBIO, PREGUNTARNOS SI HAY MEJORES FORMAS DE HACER LAS COSAS, (...) NO DEJARNOS LLEVAR POR LA INERCIA CORPORATIVA”.

Santiago Imberton
VP C. Imberton

dedica el 30% de su tiempo a innovar. Como vicepresidente ejecutivo de Comercializadora Imberton (C. Imberton) piensa que innovar es mucho más allá que digitalizar algo. “Es innovar en productos, servicios, en procesos, en estructuras organizativas incluso, en modelos de negocios”. Es la cuarta generación de una de las principales empresas de distribución de consumo masivo y productos de salud en El Salvador. Es socio fundador de Reaction, un fondo de capital de riesgo global que nació de los exalumnos de la Universidad de Stanford. Desde El Salvador, Imberton acompaña el panel de salud. Busca startups de la región que busquen levantar fondos de la serie A, después de

la ronda semilla. Está comprometido con gestionar e impulsar un ecosistema sostenible en el tiempo para C. Imberton: proveedores, mayoristas y clientes finales. “El liderazgo es estar abierto, es saber que uno no tiene la verdad absoluta. Saber qué cosas sabe uno y que cosas no sabe uno. No tratar de ser el que conoce todo. Es perder el miedo a experimentar nuevas cosas, a hacerlo de forma calculada”, dijo. Es saber balancear “todas las pelotas”: las de retorno inmediato, las de mediano y largo plazo. La pandemia les permitió ganar terreno en la omnicanalidad, llegar al consumidor a través de distintos canales de compra ●

Por Claudia Contreras
claudia.contreras@estrategiaynegocios.net

DANIEL ASPRA

CARGO: CEO & Cofundador de OCHO PAÍS: Honduras



La mente detrás de la superApp de Honduras

CREADOR DE OCHO APP, UNA PLATAFORMA QUE OFRECE DIVERSOS SERVICIOS, DESDE ENTREGAS HASTA PAGOS Y COMERCIO ELECTRÓNICO



MI APORTE ES ESTAR EN HONDURAS, DEMOSTRAR QUE SE PUEDE (...) CREO EN LA INVERSIÓN EN TECNOLOGÍA, EN CREAR TALENTO EN ESTA ÁREA QUE SERÁ LA DE MAYOR DEMANDA EN EL MUNDO

Daniel Aspra,
CEO OCHO App

OCHO App nació en marzo de 2020, en pleno confinamiento en Honduras, con la misión de ser el mayor agregador de servicios en la región. Daniel Aspra observó cómo muchas personas querían vender sus productos en línea sin éxito. “Decidí desarrollar una plataforma para conectar producto con comercio y hacerlo de forma sencilla, que pudieran recibir productos físicos”. OCHO App vende desde recargas móviles, boletos de cine con reserva de asiento, comida y más. También permite a emprendedores aceptar pagos digitales. “Se llama OCHO por el pulpo. Queremos entrar a todo, ser pulpo y poder entrarle a todo”. En pleno confinamiento, decidió usar cada lempira que

tenía de forma eficiente: ajustar el equipo al tamaño correcto y ser ágiles pese a la creciente competencia. “Salieron un montón de empresas de delivery. Todo el mundo pensaba que era el negocio del momento. Pocos lo vimos como en realidad es: una empresa de tecnología que tiene una vertical de delivery. No es un negocio de logística y distribución”. Como líder toma en cuenta la opinión de todo el equipo, incluso cuando no está de acuerdo. Sus retos: La migración del talento y el hecho que más empresas extranjeras reclutan personal local “con salarios que para ellos son bajos, pero para nosotros altos” ●

Por Claudia Contreras

claudia.contreras@estrategiaynegocios.net

ANDREA PINZÓN

CARGO: Chef propietaria de Baran Blü PAÍS: Panamá



Gastronomía circular y seguridad alimentaria

SU OFERTA CULINARIA REFLEJA UN PROFUNDO RESPETO POR LA TIERRA. SÓLO COCINA VEGETALES LOCALES Y PROCURA CERO DESPERDICIO.



ESTAMOS DEJANDO DE VER LA COMIDA COMO ALGO QUE SIMPLEMENTE NOS LLENA O NOS ALIMENTA, LA VEMOS COMO FUENTE DE CAMBIO, COMO UNA MANERA DE PRESERVAR NUESTRA CASA”.

Andrea Pinzón,
chef y propietaria Baran Blü

A los 23 años decidió dejar de cocinar carnes para darle importancia a los vegetales. “Creo que es el futuro. Es la manera como se puede accionar de manera positiva con la cocina”. Hace tres años fundó Baran Blü, que significa Flor de Guineo en ngäbe, un dialecto que se habla en la comarca de Ngäbe-Buglé. Su concepto gastronómico hace eventos Pop Up y catering en Panamá. Pinzón cuenta con una comunidad fiel a su concepto de gastronomía sostenible. Su negocio le apuesta al mañana: a la seguridad alimentaria, a involucrar a los productores, respetar suelos, (...) porque los que tenemos el privilegio de elegir nuestra comida podemos cambiar la situación”. Su visión de gastronomía circular va por “una gas-

tronomía que va de la mano con la oferta de la tierra, lo que nace de ella, que trabaje consciente y activamente para afectar en positivo el suelo, a los productores, a los consumidores, reducir los desechos al mínimo, trabajar con el producto estacional”. Esto es un concepto replicable en toda Centroamérica, afirmó. Para la chef panameña, hay un gran desbalance en la alimentación de Centroamérica, en la pérdida de alimentos, en el daño a los suelos. Su misión es “empatizar la conexión del campo con las manos que lo trabajan, con el producto final para poder crear productos más sostenibles. Ahí hay mucho espacio para crecer” ●

Por Claudia Contreras

claudia.contreras@estrategiaynegocios.net

ALEJANDRO VEGA

CARGO: CEO Huli PAÍS: Costa Rica



Mejorar la vida de las personas

HULI ES UNA EMPRESA DE TECNOLOGÍA ENFOCADA EN EL ÁREA DE SALUD, QUE BUSCA MEJOR ACCESO A LA SALUD, A MENOR COSTE



LOS GOBIERNOS SON MÁS CONSCIENTES DE LA IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS REGIONALES DE DIGITALIZACIÓN, NO COMO ESFUERZOS AISLADOS, SINO COMO ACCIONES EN CONJUNTO"

Alejandro
CEO de Huli

“Nuestro trabajo contribuye a mejorar la vida de las personas al conectar de forma ágil y segura los servicios de salud y resolver los problemas que genera como menor acceso a la salud, costos más altos y la baja calidad en el cuidado de las personas”, afirma su CEO, Alejandro Vega.

La compañía nació en 2012 en Costa Rica, hoy cuenta con operaciones también en México y Panamá; y tiene proyección en crecer en toda Latinoamérica.

Vega cree que Centroamérica necesita “un ecosistema colaborativo donde las startups trabajemos con empresas grandes, Gobierno y la Academia, para lograr los mejores resultados y aportar cada uno desde nuestra trinchera”; además de

que dejen de percibir Centroamérica como un mercado pequeño: No es un secreto que para los emprendedores cuando salimos a buscar inversionistas o capital esta es la respuesta. Hay muchas oportunidades en un mercado de más de 60 millones de personas y con casos de éxito como Hugo (El Salvador) y Huli (Costa Rica)”.

En los aciertos, considera que los Gobiernos son más conscientes de la implementación de estrategias regionales de digitalización, como conjunto, así como los esfuerzos para enfocar la educación hacia el desarrollo de habilidades técnicas y bilingües “grandes pasos que ha dado la región” ●

Por Daniel Zuera

daniel.zueras@estrategiaynegocios.net

STEPHANIE MELVILLE

CARGO: Vp. Progreso PAÍS: Guatemala



Compromiso por llevar a la mujer al liderazgo

VER MÁS MUJERES EN LAS EMPRESAS SIGNIFICA TAMBIÉN AYUDAR A CAMBIAR LA MENTALIDAD DE LOS HOMBRES Y LA SOCIEDAD.



NUNCA ME PREGUNTÉ SI ME INVITABAN A LOS PUESTOS DE LIDERAZGO POR SER MUJER, SOLO QUERÍA HACER UN MEJOR PAÍS... PERO, SER LA PRIMERA ES UNA GRAN RESPONSABILIDAD”.

Stephanie Melville
Vp. de Progreso

Stephanie Melville abre camino para las mujeres en una industria liderada por hombres y es una de las empresarias más admiradas de Guatemala. La también abogada, es la primera mujer en llegar a la Junta Directiva del centenario Grupo Progreso y también fue la primera en liderar la Cámara de la Industria de Guatemala.

“Empecé en Progreso como suplente de mi papá, mi papá era mi jefe, pero ahora, yo soy jefe de mi papá... Soy la única mujer en la Junta Directiva, además de la más pequeña... Imaginarán cómo es eso”, compartió en el evento Mujeres Desafiando de E&N, al momento de hablar del cómo llegó a su posición de liderazgo.

Actualmente ocupa la vice-

presidencia del grupo y “me preparé para ser la primera mujer en ocupar la presidencia en unos años”, agregó.

Con este nuevo nombramiento, Melville seguirá abriendo brecha.

Pero, para ver más mujeres en los puestos de liderazgo empresarial se debe asumir una responsabilidad compartida. “Una de parte de las empresas, de dar oportunidades pero también, como mujeres, tenemos que atrever a sentarnos en esas mesas donde podemos generar cambios, porque conocemos las necesidades de las mujeres. Tenemos que ser las voces dentro de los grupos para abrir esa brecha”, señaló ●

Por Gabriela Melara

gabriela.melara@estrategiaynegocios.net

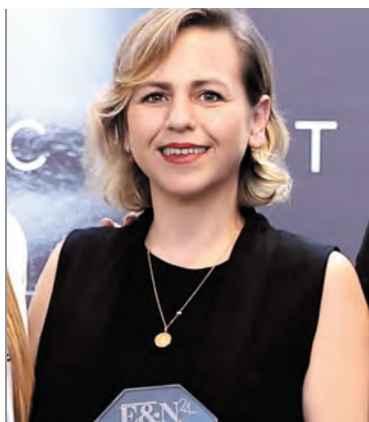
RAQUEL ARANA

CARGO: Fundadora Raquel Arana PAÍS: El Salvador



Proyectando a la mujer con poder

LA EMPRENDEDORA AFIRMA QUE LO QUE MÁS DISFRUTA DE SU TRABAJO ES QUE LA GENTE HAGA 'CLIC' CON SUS ILUSTRACIONES.



ES UNA BENDICIÓN TRABAJAR EN LO QUE ME APASIONA (...) TODAS LAS MUJERES DEBEMOS RECONOCER QUE NOS HACE ÚNICAS, Y NO OLVIDARNOS DE NOSOTRAS MISMAS”.

Raquel Arana
Emprendedora

Raquel Arana inició su propia idea de negocio cuando decidió seguir el instinto del amor propio.

“Un día me di cuenta que todo mi tiempo fresco y productivo se lo dejaba a otra persona y decidí renunciar”, compartió en el evento Mujeres Desafiantes de E&N.

La marca, que lleva su nombre, nació en el 2014 “con mi sueño de poder aplicar la ilustración, que es lo que amo hacer, y crear productos de uso cotidiano con un concepto único, amoroso y diferente”.

En cada una de las creaciones plasma historias que tienen que ver con la mujer. “Con ellas busco empoderarlas y que a la vez luzcan lindas”, aseguró.

Las últimas dos colecciones

están basadas en la importancia de la salud mental, la más reciente está enfocada en la niña interior y al amor propio. Además, hay una que está basada en cómo impedir el autosabotaje.

“Debemos hacer las paces con los monstruos que viven en nosotros”, indicó Arana al momento de lanzar su colección.

Junto con su madre, Mirna Ruiz, quien lidera el trabajo, -mientras Raquel Arana ilustra y escribe historias- hacen un equipo que las ha llevado a ser reconocidas fuera de El Salvador. Como empresaria se ha diversificado, hace unos años fundó “Hecho en Casa”, un espacio para que otros salvadoreños luzcan sus productos. ●

Por Gabriela Melara
gabriela.melara@estrategiaynegocios.net

PILI LUNA

CARGO: CEO Vos Honduras PAÍS: Honduras



Agente de cambio para el desarrollo

ADEMÁS DE CUMPLIR CON SU ROL COMO EMPRESARIA, LUNA ES UNA MUJER EMPÁTICA Y ENTREGADA CON SUS COLABORADORES.



EN LA MOSQUITIA DURANTE CUATRO MESES NO SE ENCENDIÓ EL FOGÓN DE LAS CASAS, POR LA VEDA DE PESCADO. ESE ES EL VALOR DE LO QUE YO HAGO”.

Pili Luna
CEO Vos Honduras

Vos Honduras nace como respuesta a una pregunta que Pili Luna se hizo un día: “¿Quién sos vos?”. Desde entonces no ha parado de crear. Eso sí, todo lo que empieza debe tener relación con el zapato tenis, porque, además de ser amante de este calzado, “marca el camino que empecé como mujer y que sigo”, comentó.

Los diversos proyectos que ha encabezado Luna tienen el fin de transformar y hacer un repropósito de residuos.

Uno de los proyectos más emblemáticos y que ha llevado a Pili a mostrar su talento en otras latitudes, como Europa, es el relacionado a la piel de pescado, empezó por ver ideas cuando otro veían desechos.

“Un día visité La Mosquitia

y estaban fileteando pescado, vi la piel que la botaron brillando al sol, pregunté ¿por qué la botan? y dijeron ‘es basura’ y yo dije ‘no’. Así empezó en 2018.

En la pandemia, estar en casa llevó a Pili a “hacerle poco de científica” y crear una patente, con la cual abre oportunidades, principalmente a mujeres que viven en La Mosquitia, entre Honduras y Costa Rica.

“Capacito a las personas, trabajo con cooperativas de pescadores. Creamos la tela que se vende o se crean artículos, un negocio sostenible al 100 %. Nunca he sentido tanta alegría como cuando llego a las comunidades, ellos son genuinos y eso hace falta en el mundo” ●

Por Gabriela Melara
gabriela.melara@estrategiaynegocios.net

PAOLA BONDY

CARGO: presidenta de la Unidad de Negocios CAC División AB InBev
PAÍS: Honduras



Trayectoria que sube como la espuma

DESDE QUE INICIÓ SU CARRERA EN CERVECERÍA HONDUREÑA EN 2003, SU CRECIMIENTO EN LA INDUSTRIA HA CONTINUADO.



IMPULSÓ CON SU VISIÓN Y TALENTO LA TRANSFORMACIÓN DE NUESTRAS COMPAÑÍAS, HACIENDO MÁS GRANDE SUS HISTORIAS CENTENARIAS Y REPOSICIONÁNDOLAS.

AB InBev,
en un comunicado

La hondureña Paola Bondy continúa alcanzando nuevos triunfos profesionales en una de las empresas más importantes de la industria de bebidas en la región centroamericana. Su trayectoria en la industria de bebidas y su liderazgo al frente de las operaciones de Honduras y El Salvador la llevaron a ser promovida, recientemente, como nueva presidenta de la Unidad de Negocios CAC División AB InBev conformada por más de nueve países de Centroamérica y el Caribe. “Impulsó con su visión y talento la transformación de nuestras compañías, haciendo más grande sus historias centenarias y reposicionándolas en la nueva dinámica transfor-

mal de negocios de AB InBev”, dijo la compañía en un comunicado sobre su nombramiento. Algunos de los éxitos obtenidos durante su gestión han sido ganar más participación de los mercados, elevar el liderazgo de marcas locales y del segmento Premium, incursionar en nuevas categorías y desarrolló el programa de reciclaje más grande de la región “Hagámosla Circular”, alcanzando la incorporación del 50 % de plástico reciclado local en las botellas PET de ambas operaciones, entre otros. Bondy es nacida en Tegucigalpa, posee un título de Ingeniería Industrial y un máster en Administración de Negocios ●

Por Leonel Ibarra
leonel.ibarra@estrategiaynegocios.net

ELAINE MIRANDA

CARGO: Asesora financiera **PAÍS:** Nicaragua



Al rescate de la salud financiera

LA EXPERTA AFRONTA EL DESAFÍO DE TRANSFORMAR LA VISIÓN DE LA GENTE SOBRE LA MANERA EN QUE MANEJA SU DINERO.



TODAS LAS METAS IMPLICAN DINERO Y MUCHAS FRUSTRACIONES VIENEN DE UNA MALA ADMINISTRACIÓN.”

Elaine Miranda
experta en manejo de finanzas personales

Lo que comenzó como un pasatiempo se ha transformado, con el paso del tiempo, en una creciente compañía que logra transformar la situación financiera de las personas.

Elaine Miranda, nicaragüense experta en finanzas, es fundadora de la plataforma de educación financiera Plata con Plática Nicaragua. Comenzó en 2012 y luego de un año y medio se dio cuenta que podía ser un negocio con la visión de que las personas tengan la libertad financiera que quieren.

Darse cuenta “del pésimo manejo que hacían las personas del dinero con un contexto difícil” como bajos salarios, altas tasas de interés en préstamos y bajas para los depósitos, la hizo empezar a escribir sobre finan-

zas personales, explicó la coach en un reciente evento de Mujeres Desafiantes, organizado por Revista Estrategia & Negocios.

Con el paso del tiempo, Miranda explica que el modelo de negocios fue evolucionando para ser más escalable y tener un mejor alcance de personas. Su página de Facebook tiene más de 68.000 seguidores y 13.500 en Twitter. Su podcast es escuchado en 33 países, especialmente en Nicaragua, Estados Unidos y Costa Rica.

Recientemente lanzó el libro “Mujeres y finanzas”. “La libertad financiera es un camino de amor propio porque cualquier libertad comienza por la financiera”, dice la autora ●

Por Leonel Ibarra
leonel.ibarra@estrategiaynegocios.net



MEY HUNG MURILLO

COMPROMISO QUE TRASCIENDE AGENDAS CORPORATIVAS

ES UNA DE LAS MUJERES MÁS ADMINISTRADAS DE LA REGIÓN, Y TIENE CLARO QUE EL APROVECHAMIENTO DE OPORTUNIDADES VA DE LA MANO DEL IMPULSO DE LIDERAZGOS JÓVENES.

Desde su puesto como subdirectora de Facilitación del Comercio para Centroamérica y Gerente de Asuntos Corporativos para Guatemala y Honduras de Walmart México y Centroamérica, Mey Hung Murillo apuesta por liderar una agenda corporativa que trascienda la preservación del planeta, en procura de restaurar, renovar y reponer los recursos naturales.

“Estoy comprometida con promover iniciativas de Walmart que sean punta de lanza para transformar la industria del retail y toda la cadena de valor. Nosotros creemos y practicamos el valor compartido, velamos por el bienestar de las comunidades, y hemos acelerado el paso con acciones contundentes en cuatro pilares estratégicos: Cambio Climático, Naturaleza, Desechos y Comunidad”, destaca.

Hung tiene muy claro que la región experimenta grandes retos en el ámbito social, político y económico, pero también cree que pueden convertirse en verdaderas oportunidades para Centroamérica, con una meta que apunta al 2030, momento en que se esperan alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible impulsados por las Naciones Unidas.

Estas oportunidades son tanto para impactar positivamente en el medio ambiente, como para apoyar el impulso de las personas jóvenes, a quienes aseguró, se les debe asignar un rol prioritario en el desarrollo de las economías, promover su crecimiento académico, su inteligencia emocional y el compromiso con sus comunidades.

Desde esta visión, la Gerente de Asuntos Corporativos se identifica así misma como una “Connector”, una gestora natural de redes de personas en todos los ámbitos, pues le encanta conformar equipos, que aporten a las metas en común.

“Con la diversidad de habilidades se pueden desarrollar redes poderosas de personas, logrando así que los talentos y las capacidades de unos fluyan hacia otros, esta suma de talentos es lo que hace equipos más robustos y dinámicos. Gracias a varios programas de Liderazgo he aprendido a adaptarme a las cosas que no podemos cambiar, a ser tole-



Mey Hung, subdirectora de Facilitación del Comercio para Centroamérica y Gerente de Asuntos Corporativos para Guatemala y Honduras de Walmart México y Centroamérica.

rante con la opinión de las demás personas, así como tener una alta flexibilidad y capacidad para actuar con prontitud”.

APRENDER DE LOS DESAFÍOS

Durante la pandemia su mantra fue la “Resiliencia”, y esto los llevó a impulsar en Centroamérica una agenda digital sin precedentes, la cual superó cualquier otra iniciativa del pasado. Desde el trabajo en casa, hasta nuevos sistemas de escaneo y órdenes en línea, servicio a domicilio, fueron parte de ese esfuerzo.

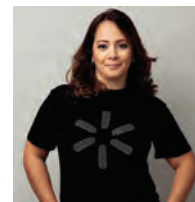
Otro tema en el cual la alta ejecutiva hondureña ha sabido liderar es la seguridad alimentaria, a través de promover acciones y políticas en la cadena de abastecimiento, donde se asegura que todas las operaciones sean amigables, incorporando cambios en los procesos de los productos, desde su manufactura hasta la llegada a los hogares de los clientes.

“Con mucha satisfacción ayudamos a los productores agrícolas y de manufactura en los países donde operamos, a través de programas de apoyo técnico y financiero como Una Mano Para Crecer (UMPC) y Tierra Fértil, los cuales benefician a un total de 4.350 familias en la región. Somos uno de los principales patrocinadores de los Bancos de Alimentos, gracias a la recuperación de comida y productos de primera necesidad que se realiza en el 98 % de nuestros supermercados, recuperando unas 3.770 toneladas de productos que terminaron en las mesas de miles de familias centroamericanas, permitiendo su aprovechamiento”, añadió.



Con visión integradora

“Mi aspiración es promover constantemente a los jóvenes líderes, en especial a las mujeres, para que se involucren más en las comunidades, que colaboren con sus talentos e incrementen sus conocimientos en educación digital”.





SANDRA JIMÉNEZ

UNA LÍDER ENFOCADA EN EL DESARROLLO SUSTENTABLE

JIMÉNEZ ESTÁ CONVENCIDA QUE PARA SER SOSTENIBLES ES NECESARIO GENERAR VALOR PARA LAS PERSONAS, LAS COMUNIDADES Y EL PLANETA.

Cuando una persona conecta su trabajo con un propósito, el resultado será el éxito. Sandra Jiménez es un ejemplo de ello. Esta mercadóloga, con más de 20 años de carrera en Nestlé, asegura que encontró su oportunidad para crecer como mujer y profesional trabajando en la compañía de alimentos y bebidas más grande del mundo.

“Amo trabajar en Nestlé y creo que la razón principal es porque su propósito, mejorar la calidad de vida y contribuir a un futuro más saludable para las personas y el planeta, sus principios y valores; encajan perfectamente con lo que soy como ser humano”, enfatizó Jiménez.

Comenzó su carrera en la compañía en el 2002, en su natal Colombia, como Gerente de Mercadeo. Para 2010, asumió el reto de mudarse a Ecuador para ocupar el cargo de Directora de Negocios de Culinarios. Cuatro años más tarde, recibió la noticia de su promoción para ir a Suiza para convertirse en la Gerente de Desarrollo de Categoría de Culinarios para América.

Luego regresaría, en 2017, a Colombia para liderar los negocios de Culinarios y Cereales para el Desayuno. Y en los últimos tres años, se ha desempeñado como Gerente General de Nestlé Costa Rica.

Precisamente, como Gerente General de Nestlé Costa Rica, su visión de una gestión más sostenible le ha permitido marcar una diferencia en la operación de la compañía en el país, con resultados importantes.

En 2019, Nestlé Costa Rica asumió el reto -bajo el liderazgo de Sandra Jiménez- de convertirse en el primer mercado certificado como plástico neutral posconsumo de la compañía en América. Hito que logró en enero 2020, al desviar de los vertederos el equivalente al 100 %



Sandra Jiménez Mazuera, 20 años de trayectoria en Nestlé

de sus empaques plásticos posconsumo.

“En Nestlé creemos que la única forma de lograr sostenibilidad a largo plazo es garantizando vidas más saludables, ayudando a desarrollar comunidades prósperas y autosuficientes y preservando los recursos naturales para las futuras generaciones; esa es la esencia de nuestro enfoque de Creación de Valor Compartido y una de las razones más fuertes por las que he decidido por tantos años ser parte de esta gran empresa”, aseguró.

Sandra cierra el año con dos buenas noticias, resultado de su enfoque de estrategia de negocio. Recientemente, la firma ganó la categoría Ambiente, de los premios Responsabilidad Social en Acción de la Cámara Costarricense Norteamericana de Comercio (AMCHAM) 2022.

Además, la empresa pasó del puesto 29 al 12, de acuerdo con el ranking general del Monitor Empresarial de Reputación Corporativa (MERCO), ingresando por primera vez al top 5 del sector de Alimentos y Bebidas en Costa Rica.



Este 2022, Nestlé Costa Rica ganó por primera vez el reconocido galardón en la categoría Ambiente, de los premios Responsabilidad Social en Acción de AmCham. En la foto: Sandra Jiménez, Gerente General de Nestlé, junto a Elizabeth Valverde, de Asuntos Corporativos de Nestlé.



Claves

Jiménez asegura que lo que más le gusta de trabajar en Nestlé es el apoyo que recibe como mujer y madre. “Gracias a esto, he logrado escalar dentro de la compañía sin dejar de lado mi prioridad número uno: ser mamá”. Sandra es madre de dos hijos, con quienes comparte su pasión por el deporte y la buena comida. En su tiempo libre disfruta practicar yoga, leer un libro o cocinar mientras se toma una buena copa de vino.



re

EN COSTA RICA:



Tres años consecutivos recuperando el equivalente al **100% de sus empaques** plásticos posconsumo.



+1 700 toneladas de plástico posconsumo recuperadas para darles un cierre de ciclo.



Primera empresa en Costa Rica certificada Plástico Neutral con Base al Análisis de Ciclo de Vida - **ISO 14044**.



Conocé más en www.NestleMundoRE.com

DIANNE MEDRANO

EL ROSTRO DEL LIDERAZGO FEMENINO

LA CEO DE CENTENARIO INTERNACIONAL ES UNA APASIONADA DE LA CO-CREACIÓN Y HA LOGRADO IMPREGNAR SU LIDERAZGO CON INNOVACIÓN, CREATIVIDAD Y TRABAJO EN EQUIPO.

En una industria liderada históricamente por hombres, Dianne Medrano ha logrado destacar al frente de Centenario Internacional, una empresa costarricense que inició operaciones en 1969 y es una referente en la producción de ron. “Como CEO mi principal reto ha sido liderar e instaurar una nueva visión de trabajo en equipo y en innovación”, destaca la ejecutiva, quien se define como una persona de fe, apasionada en todo lo que hace, perfeccionista, paciente, humilde y “tremendamente empática”.

Estas características le permitieron afrontar con liderazgo la crisis de salud pública derivada del COVID-19. “Mi reto fue mejorar los procesos en la búsqueda de ser más eficaces con menos recursos, mientras reinventábamos la manera de trabajar dentro de una realidad cambiante y llena de incertidumbre, tomando decisiones de manera rápida”, destacó.

Medrano dijo que durante esta crisis agilizaron la plataforma de e-commerce e integraron nuevas marcas de vinos y destilados al portafolio de la compañía. “Estas decisiones fueron estratégicas y el trabajo en equipo, la innovación, la creatividad, la estrategia, pero sobre todo, la flexibilidad nos permitió contar con sólidos indicadores de gestión encontrando soluciones según cada contexto”.

ENFOQUE EN LA COCREACIÓN

La CEO de Centenario Internacional señaló que siempre busca apoyar al equipo y escuchar los valiosos aportes de personas de diferentes edades para resolver problemas. “Me tomo el tiempo de analizar, entender, conocer habilidades, detectar oportunidades”, valoró.

Medrano cree que lo más interesante de los seres humanos “son las características que nos hacen únicos, que nos hacen poder aportar desde diferentes ángulos de per-



Dianne Medrano Valerin, CEO de Centenario Internacional.

cepción y que nos permiten cocrear para poder tener resultados diferentes”, dijo por lo que parte de su enfoque como líder se concentra precisamente en la cocreación.

Una de las principales lecciones que dejó el COVID-19, indica, es trabajar pensando que dichos planes pueden cambiar en cualquier momento y destaca que la ventaja de Centenario Internacional es ser una compañía mediana, en donde las decisiones se toman con rapidez y que lo que prevalecerá es la cercanía, la flexibilidad de ejecución con clientes y consumidores.

NUEVOS LIDERAZGOS

De cara al futuro, la CEO señala que un líder debe enfocarse en tres pilares: el primero es el balance emocional. “Los mayores retos del presente y el futuro giran en torno a la capacidad de mantener un balance adecuado del cuerpo y la mente como ser individual”, sostiene.

El segundo es la responsabilidad social y ambiental, de la que considera es clave una conciencia social y ambiental en el hogar, en las empresas y comunidades.

El tercero de los pilares es la entrega sostenida de resultados. “La economía es el motor de la sociedad, generar empleos bien remunerados, con un óptimo ambiente laboral, con un sentido de pertenencia al mundo, a la sociedad y a la compañía que representamos es vital para entregar resultados sostenidos en el tiempo y que el ciclo de entrega de resultados sea uno virtuoso”.

RON
CENTENARIO
EL RON DE COSTA RICA



Retos

El incremento del costo de las materias primas, el transporte y la escasez de algunos insumos han impactado en las empresas. Medrano dijo que “debe existir un balance entre disponibilidad, costo efectivo y precios razonables para mantener el negocio a flote junto con la calidad y disponibilidad que los consumidores esperan de nuestras empresas”.

**RON
CENTENARIO.**
EL RON DE COSTA RICA

**DISFRUTA
EL LUJO**
en cada
GOTA.



CONSUMA RESPONSABLEMENTE. MS CRPBA 1407 2022



CA: líder en energías renovables y demanda de datos

En las TIC's, la pandemia provocó una explosión por el internet y la conexión móvil

TEXTOS ROBERTO FONSECA
COLABORARON: LUIS ALBERTO SIERRA Y JOSÉ BARRERA

La mayoría de los países de Centroamérica se encuentran dentro del ranking de las 20 naciones a nivel mundial con mayor participación de energía renovable (ER), lo que evidencia el esfuerzo titánico de amplios sectores de la región por ir abandonando los derivados del petróleo en la generación energética.

“El gran impulso a la generación renovable se ha desarrollado gracias a la participación del sector privado, donde las inversiones en generación han incrementado la participación de inversión extranjera directa en la región y generación de empleo verde”, explica Carlos Jacome, especialista del sector Energía del Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

Según el ranking mundial de generación eléctrica renovable, de la Organización Latinoamericana de la Energía (OLADE 2022), entre los 20 países a nivel mundial que presentan una elevada participación de renovable en la generación eléctrica, destacan Costa Rica (100%), El Salvador (84%), Panamá (84%), Belice (76%), Nicaragua (74%) y Guatemala (71%).

Jacome recordó que Centroamérica es una subregión con recursos naturales renovables, como el hi-

AES EÓLICO PENONOME/CORTESÍA





droeléctrico, que es el de mayor capacidad instalada (39%), biomasa (principalmente bagazo de caña en Guatemala, Nicaragua y Honduras), y también aprovecha el recurso geotérmico del cinturón de fuego de volcanes que atraviesa Guatemala, El Salvador, Nicaragua y Costa Rica. Además indicó que los países de la región han impulsado el desarrollo de proyectos de energía renovable variable (ERV) solar y eólica.

“Nicaragua y Honduras son de los diez primeros países a nivel mundial con mayor participación de ERV. Honduras también ha sido el primer país no insular a nivel mundial con la mayor participación de energía solar fotovoltaica en su matriz de generación”, apuntó el experto del BID.

HIDROELÉCTRICAS LIDERAN LA MATRIZ

Desde la oficina de la Comisión Económica para América Latina (CEPAL) sede México, resaltaron que el crecimiento de las energías renovables en los países de la subregión centroamericana ha sido notable, en especial si se les compara con países de mayor tamaño y de mayor nivel de ingreso.

La mayor parte de la energía eléctrica es generada mediante hidroeléctricas y, en menor medida, mediante energías renovables no convencionales. Y el avance en electrificación rural ha sido principalmente con sistemas solares aislados y pequeñas centrales hidroeléctricas, con lo cual está creciendo la importancia de la generación distribuida. “El uso de biomasa para generación de electricidad y cogeneración, principalmente utilizando bagazo de caña, es de los más importantes en América Latina, tan sólo por debajo de Brasil”, agregan.

Tomando datos oficiales proporcionados por CEPAL sede México y por el Ente Operador Regional (EOR), de los 55.000 GWh de energía eléctrica producida por el parque de generación de la región, solamente el 11% provino de centrales térmicas a base de derivados de petróleo, mientras tanto el 53% de esa energía fue aportada por centrales hidroeléctricas.

A su vez, 12% fue de energía proveniente de los parques de generación eólica y fotovoltaica y otras fuentes aportaron el 24% (geotérmica, carbón, biomasa y gas natural). “En los últimos 30 años los países de la región han venido trabajando en un cambio en la matriz de generación, a fin de ir reduciendo su dependencia de derivados del petróleo, dando paso a un desarrollo de centrales de generación principalmente renovables”, asegura René González Castellón, director ejecutivo del EOR.

RK de generación eléctrica renovable OLADE 2022

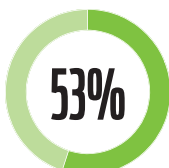


Costa Rica



El Salvador y Panamá

Composición de la generación eléctrica en CA en 2021



Hidroeléctrica



Térmica



Geotérmica y eólica



Tendencia en las TIC's

El acceso a internet: la joya de la corona

Efecto post pandemia



El acceso a Internet ha continuado posicionándose como “el rey” de los servicios de telefonía, pues el consumo de datos se agranda cada vez más, al punto de que,

unido a la telefonía móvil, generó el 87% de los ingresos del sector de las telecomunicaciones en 2021, indicaron a E&N fuentes del sector de Telecomunicaciones del Instituto Costarricense de Electricidad (ICE).

En cambio, en el caso de los servicios de voz, los ingresos continuaron a la baja en el año 2021 (18,7% para telefonía básica tradicional y VoIP y 7,2% para telefonía móvil).

“Puede afirmarse que, en forma agregada, la región ha alcanzado relativamente una baja dependencia de los derivados del petróleo para la generación de electricidad y los planes de expansión de la generación, apuntan a que en el mediano plazo dicha dependencia puede llegar a ser casi nula”, agrega.

RETOS Y DESAFÍOS

Para los expertos de la CEPAL el acceso a servicios energéticos modernos, limpios y asequibles de calidad continúa siendo un reto en la subregión centroamericana, principalmente en las zonas rurales y en las áreas remotas de difícil acceso de los países de la región.



También es un desafío en las zonas marginadas de las áreas urbanas. De acuerdo a cifras proporcionadas por CEPAL, Costa Rica destaca con una cobertura con red eléctrica del 99,4% de la población, seguido de El Salvador (97,8%), Panamá (93,6%), Nicaragua (92,5%), Guatemala (89,3%) y Honduras (85,2%).

“Si bien la cobertura eléctrica en las zonas rurales de los países centroamericanos ha mejorado notablemente mediante los programas de electrificación rural implementados en los países, queda pendiente mejorar la calidad del servicio eléctrico (principalmente la cantidad de interrupciones, la duración de las mismas, así como variaciones de voltaje y frecuencia), llegar a los hogares más apartados y hacer más asequible el servicio eléctrico”, indican.

“Lo anterior aplica, en mayor medida, a las poblaciones indígenas y afrodescendientes, particularmente aquellas que habitan en las zonas más remotas de los países de la subregión”, añaden. En Guatemala, Honduras, Nicaragua y Panamá, con poblaciones indígenas o afrodescendientes a donde no llega el servicio de energía eléctrica con red de distribución, los gobiernos realizan esfuerzos para proporcionar electricidad con diversos sistemas renovables aislados, principalmente sistemas fotovoltaicos con algún tipo de almacenamiento de energía o microcentrales hidroeléctricas.

Jacome, especialista del sector Energía del BID, recuerda que la entidad bancaria regional trabaja por alcanzar una transición justa energética, impulsando el acceso universal de energía en toda América Latina y el Caribe. El Director ejecutivo del EOR, por su parte, resaltó que los seis países que forman parte del Mercado Eléctrico Regional (MER) han hecho esfuerzos importantes en lograr una inclusión de las poblaciones en el acceso a la energía eléctrica.

González destacó que el reto actual es lograr el desarrollo de una matriz energética robusta, pero que finalmente suministre la energía a los usuarios finales a costos cada vez menores, porque para acceder a la energía no solo basta con tener una conexión disponible, sino que sea accesible en cuanto a su precio.

EL EMPUJE DE LAS EMPRESAS

Cuando se creó el Instituto Costarricense de Electricidad (ICE), el 8 de abril de 1949, solo el 14% del país tenía acceso a la energía eléctrica. Hoy, siete décadas después, brinda una cobertura eléctrica al 98,8% de Costa Rica. Actualmente, ICE lidera el plan de descarbonización de la economía, y es reconocida como empresa pionera en la región para la implementación del transporte eléctrico tanto público como privado.

Y añaden que el impulso de la cocción con electrici-



De 55.000 GWh de energía eléctrica producida en la región en 2021



De esa energía fue aportada por las centrales hidroeléctricas.



Provino de los parques de generación eólica y fotovoltaica.



Aportaron otras fuentes: geotérmica, carbón, Biomasa y Gas Natural.

dad en hogares y comercios, la electrificación de procesos industriales y hospitalarios (calderas y hornos) y la facilitación de las inversiones electrointensivas, son algunos de los esfuerzos que se realizan en la evolución del sector por parte del ICE en el corto plazo.

Miguel Bolinaga, presidente de AES Panamá, confirmó a E&N que cuentan con una capacidad instalada de 1.181 MW de los cuales 800 MW, es decir 67% proviene de energía 100% renovable. “Hemos aumentado el portafolio renovable con cuatro parques solares en diferentes áreas del país, un parque eólico, además de las cinco plantas hidroeléctricas que operamos desde los inicios en el país. Además lideramos la transición y la diversificación energética hacia una energía más limpia, a través del gas natural licuado”, dijo.

Desde que iniciaron operaciones en Panamá (1999), han invertido unos US\$2.750 millones en el desarrollo de soluciones de infraestructura y proyectos energéticos inteligentes y amigables con el ambiente.

AES El Salvador, por su parte, cuenta con catorce plantas de generación, 13 de ellas con fuente solar y una a base de biogás. Con la fuente solar generan 116 MW, aproximadamente el 25% del total de la energía solar producida en el país. En total, a través de sus empresas



FOTO | STOCK



EN LOS ÚLTIMOS 30 AÑOS, LOS PAÍSES DE LA REGIÓN HAN VENIDO TRABAJANDO EN UN CAMBIO EN LA MATRIZ DE GENERACIÓN, A FIN DE IR REDUCIENDO SU DEPENDENCIA DE DERIVADOS DEL PETRÓLEO”.

René González Castellón,
Director Ejecutivo EOR.

distribuidoras, atienden a 1.5 millones de clientes.

De cara al corto y mediano plazo, las prioridades de AES son invertir en impulsar más energías renovables, la implementación de sistemas de almacenamiento de energía, fomentar la electromovilidad y desarrollar planes de modernización y digitalización de la red.

TELECOMUNICACIONES: PANDEMIA DISPARÓ CONECTIVIDAD

El último reporte de la Unión Internacional de las Telecomunicaciones (UIT), titulado Global Connectivity Report 2022, refiere que la pandemia de la Covid-19 provocó una oleada a nivel global en el uso del Internet, debido al confinamiento, teletrabajo, clases remotas, etc., estimándose que alrededor de 466 millones de personas empezaron a utilizarlo por primera vez.

Impulsado por ese boom, UIT estima que al finalizar 2021, alrededor de 4.900 millones de personas (63% de la población total), estarán conectadas al internet. Y a nivel geográfico, en las Américas -desde Canadá hasta Argentina- también lo estará el 81% de la población.

En cuanto a telefonía móvil, la organización mundial de Naciones Unidas estima que en 1994 habían 56 millones de suscripciones móviles a nivel global, lo que re-

presentaba menos una suscripción por cada 100 habitantes. Para 2021, había más suscripciones a telefonía móvil que habitantes en el mundo. Y, en cuanto a la conexión móvil a internet, las suscripciones aumentaron de 4 por cada 100 habitantes en 2007 a 83 por cada 100 habitantes en 2021 en solo 14 años.

“Resultado de los cambios en los patrones de consumo producto del teletrabajo, la tele-educación y de las plataformas virtuales, estamos ofreciendo mayores capacidades de servicios de datos LTE / 4G a nuestros clientes; lo que se ha traducido en una tendencia sostenida hacia el alza en el consumo, elementos que, combinados, limitan nuestra capacidad de red disponible, por lo que siempre vamos a requerir de espectro adicional adecuado a un costo razonable para atender las necesidades del mercado”, dice Betzalel Kenigshtein, Presidente Ejecutivo y Gerente General de Cable & Wireless Panamá.

Agrega que el primer paso para el despliegue de la tecnología 5G es disponer de espectro adicional. “Nuestra plataforma está lista para realizar el upgrade a 5G en el momento que las autoridades otorguen las bandas de frecuencias requeridas para iniciar con esta red. Hay avances constructivos con el Regulador”, añade.

Por su parte Mauricio Ramos, director ejecutivo de la multinacional Millicom, aseguró que han invertido US\$5 billones en los últimos 3 a 4 años en Centroamérica. “Me cuesta trabajo imaginarme una empresa que haya comprometido tal cantidad de recursos frescos, porque van, en suma, al billón de dólares que invertimos al año en inversiones en redes”, refiere.

A finales de octubre del presente año, Millicom informó que los ingresos en el tercer trimestre de 2022 aumentaron un 37,9% en comparación con el mismo periodo del año pasado.

Kenigshtein previó que la conectividad seguirá su ruta como un servicio de alta necesidad. “Nuestra estrategia se dirige justamente en esa dirección. Seguimos invirtiendo en infraestructura fija y móvil para que el usuario siga experimentando lo último del mercado de acuerdo a sus requerimientos; mientras invertimos también en nuestras plataformas digitales para seguir mejorando el servicio que brindamos a nuestros clientes en Panamá”. Destacó que +Móvil “lleva algunos años dando paso a nuevas tecnologías de red de acceso tales como red híbrida fibra-coaxial (HFC) y red de fibra óptica hasta el hogar (FTTH) como parte de nuestro plan de expansión de cobertura de Red Fija”. La inversión de tecnologías de la empresa en los últimos 5 años ha sido superior a los U\$430 millones, consecuente con el proceso de expansión de la cobertura y capacidad de red móvil y fija”, finalizó ●

PARA 2021, LA UIT ESTIMA QUE LA SUSCRIPCIÓN A INTERNET MÓVIL PASÓ A UNA TASA DE 83 POR CADA 100 HABITANTES A NIVEL GLOBAL.

AGRICULTURA 4.0

FOTO CORTESÍA CIAT.



El uso de drones es parte de las herramientas tecnológicas.

Agricultura digital inclusiva: una ruta a seguir en Centroamérica

Para involucrar a pequeños productores falta reducir la brecha digital y fomentar la adopción de la tecnología.

TEXTOS ROBERTO FONSECA L.

En Centroamérica ya está en marcha la agricultura digital en rubros como arroz y café entre otros, con el apoyo de países donantes y de préstamos internacionales al sector público, sin embargo falta superar obstáculos y limitaciones para que ésta escale hacia miles de pequeños productores de la región, reflexiona Armando Martínez, representante de la Alianza Bioversity International – CIAT (Centro Internacional de Agricultura Tropical).

Uno de los primeros programas de agricultura digital en la región se realizó con el sector arrocero de Nicaragua en el periodo 2016-2018, con el apoyo de la cooperación taiwanesa, buscando investigar variables fecha de emergencia, fecha de cosecha, variedad óptima y rendimiento de quintales por manzana, entre otras.

Con el concurso del organismo gremial de los productores de arroz en el país y de las instituciones estatales Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) e Instituto Nicaragüense de Estudios Territoriales (INETER), los expertos del CIAT hicieron minería de datos - múltiples análisis de varias bases de datos- para explicar el rendimiento del arroz en el país.

“Lo interesante en este caso específico fue que el liderazgo lo retomó el gremio de los productores, con el apo-



yo del INTA, fueron muy abiertos en compartir todos sus datos digitalizados de producción, y encontramos elementos clarísimos relacionados con variedad y manejo del cultivo. Fuimos capaces de decirles entonces que se enfocaran en una variedad y en un tipo de manejo”, explica Martínez.

También con el uso de tecnología láser, nivelaron los suelos y contribuyeron así a disminuir el consumo de agua en la producción de arroz. En Nicaragua, además, CIAT ha contribuido a desarrollar mapas sobre la idoneidad o riesgo climático futuro para cultivos de café y de cacao en sitios específicos del país.

TECNOLOGÍA PARA EL CAFÉ SALVADOREÑO

En El Salvador participan en apoyo al proyecto “Fortalecimiento de la resiliencia climática de los bosques cafetaleros”, que se impulsa desde 2021, gracias a un préstamo por US\$45 millones otorgado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) al gobierno de ese país. De esa suma, un total de US\$25.5 millones se destinarán para la adopción de tecnologías climáticamente inteligentes por parte del sector cafetalero.

Este proyecto es ejecutado por el Ministerio de Agricultura del país centroamericano, con la participación también del Consejo Salvadoreño del Café. Según nota de prensa del gobierno salvadoreño, se beneficiará a 7.500 productores de café; 40 asociaciones de productores y 70 emprendimientos juveniles.

“Nosotros participamos del diseño de este programa, es inversión pública y lo que se busca es restaurar la capacidad productiva de café en El Salvador, ya que había serios problemas por la edad de los cafetales que rondaban los 30 o 40 años en la mayoría de los casos. Hay ahora un proceso de renovación de cafetos, pero también un componente altísimo de resiliencia. Estos nuevos cafetales son resistentes a los impactos de cambio y viabilidad climática”, explica Martínez.

La Alliance Bioversity International – CIAT está impulsando entre los pequeños y medianos productores la adopción y uso de la aplicación GeoFarmer, que ha sido puesta a prueba en proyectos de agricultura digital desarrollados en África este, oeste y en América Latina.

“Es una herramienta (TIC’s) con gran uso potencial para productores y técnicos agrícolas, que puede ayudarles a manejar mejor sus cultivos y sus fincas, reduciendo los riesgos, incrementando la productividad y mejorando sus niveles de vida”, apuntó Anton Eitzinger en un artículo relacionado a la App GeoFarmer.

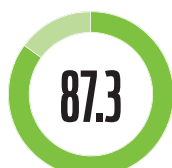
Martínez, por su parte, explica que la App GeoFarmer contribuye a coleccionar datos, compartir contenido y



**LAS NUEVAS
TECNOLOGÍAS
DIGITALES
PUEDEN
VOLVER MÁS
ATRACTIVA LA
AGRICULTURA,
PARA LA
JUVENTUD”.**

**Armando
Martínez
Investigador
de Alliance
Bioversity-CIAT**

Tasa de conectividad
a banda ancha móvil



Tasa de Costa Rica por
cada 100 personas en
2021.



Tasa de Guatemala por
cada 100 personas en
2021.

Fuente: CEPAL.

Para el éxito de App GeoFarmer Experiencia + juventud: lo ideal

Resiliencia
cafetalera



Con respecto a la App GeoFarmer, cita el caso del proyecto de resiliencia cafetalera que se desarrolla actualmente en El Salvador, en el que muchos de los

usuarios de la App son técnicos de edad avanzada y con gran experiencia y trayectoria en el rubro del rojito.

“Queremos a este tipo de personas con mucha experiencia en la caficultura para el desarrollo de los formularios y de la App, y qué mejor que la gente que tiene 20 o 30 años de experiencia en los cafetales, pero a la par necesitamos jóvenes muy predispuestos a aprender estas herramientas digitales”, dice Martínez.

sirve como canal para retroalimentación de persona a persona. Confirmó que se ha empleado en Honduras, Nicaragua y ahora El Salvador con la perspectiva de ampliar su uso entre productores.

“Cuando se inició el uso de GeoFarmer en África, uno de los primeros problemas que se encontró fue el tema de la conectividad a internet. Así que se han hecho mejoras para superar esto”, dice el experto de la Alianza Bioversity International – CIAT. La baja tasa de conectividad al internet móvil en los países de la región es un obstáculo real para ampliar la adopción y uso de la aplicación GeoFarmer. Al 2021, de acuerdo a cifras obtenidas de la base de datos de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), Costa Rica destaca en la sub región con una tasa de 87.3 suscripciones activas a banda ancha móvil por cada 100 personas.

Le siguen Panamá (78.4), El Salvador (77.0), República Dominicana (66.7), Nicaragua (55.2), Honduras (47.5) y Guatemala (18.6). La tasa promedio en América Latina y el Caribe corresponde a 79.4 suscripciones activas a banda ancha móvil por cada 100 personas.

“Lo ideal sería que mejorara la conectividad en todas las zonas rurales de alta producción de alimentos en Centroamérica, pero mientras pasa, hay alternativas para optimizar aplicaciones en zonas con poca cobertura. Otro problema es la adopción de la tecnología”, señala Martínez ●

JUAN VERDE

Sostenibilidad, la demanda del mercado actual

El experto apunta que no es necesario elegir entre seguridad alimentaria y desarrollo sostenible, sino que ambos conceptos “van de la mano”

TEXTOS GABRIELA ORIGLIA

Juan Verde, presidente de la Fundación Advanced Leadership; fue subsecretario Adjunto para Europa y Eurasia en el Departamento de Comercio de EE. UU. en la administración de Barack Obama. Trabajó con algunos de los dirigentes políticos más importantes de ese país, así como con los gobiernos de Lituania y de Gibraltar y con numerosas ciudades de Latinoamérica, además de colaborar con instituciones como el Banco Interamericano de Desarrollo, el Banco Mundial y la Universidad de Harvard. Actualmente asesora a grandes empresas.

Plantea que Centroamérica y el Caribe están entre las regiones “más afectadas y vulnerables” por el cambio climático y enfatiza la necesidad de que se encaren los desafíos para encontrar una solución.

También descreo de que haya que “elegir entre seguridad alimentaria y sostenibilidad, van de la mano”. En esa línea señala que los productores centroamericanos deben entender como una “oportunidad” lo que el mercado está demandando, que es sustentabilidad. “El desarrollo sostenible se trata de ganar dinero durante mucho tiempo”

Incluso indica que hay una “gran conciencia de medio ambiente en los países más pobres” y apunta que los productores son los “más afectados” por las catástrofes climáticas. “El mercado está cambiando. Ya no es un tema que ronde sobre qué producto, qué fertilizante debo usar, sino sobre qué quiere el mercado, que está dispuesto a pagar más. Hay que trabajar en bajar costos

El experto español Juan Verde charló con E&N en Argentina.



FOTO: CORTESÍA

de energía, reducir transporte, ser más eficientes”.

¿Será el mercado el que termina direccionando las formas de producción?

Sí y no. Será el mercado el que al final determine la dirección de los modelos de producción, no la velocidad. La demanda dice una y otra vez que quieren esos cambios. Una encuesta en 39 países de los cinco continentes marcó que el 72% de los consultados dijo que elegirían las empresas que ofrezcan más productos y más servicios responsables. Las compañías buscan lograrlo con aplicación de tecnología, con más eficiencia. Además, el 92% respondió que, a igualdad de condiciones y de precios, prefiere consumir lo más responsable con el medio ambiente. El mercado dice que tenemos que cambiar la manera de producir, pero las compañías tienen, muchas veces, un conflicto para ofrecerlo. Entonces, los Estados deben avanzar con regulación, con penalizaciones y con incentivos. El que contamina paga más.

¿El incentivo resulta mejor que la penalización?

Total y absolutamente sí. Los incentivos pueden ser de mercado y también de los Estados, a través de esque-



mas especiales. Eso para los que están haciendo bien las cosas; para los que no, deben ayudarlos. No dejarlos a la deriva.

¿Se hace lo suficiente en Centroamérica?

No. Los países líderes en esa conducta están, en su mayoría, en Europa y, sorprendentemente, le sigue Estados Unidos bajo esta presidencia de Joe Biden. En Europa se están creando todo tipo de mecanismos para incentivar la producción sustentable. Se avanza en una legislación en la que ya no se puede hacer *green washing*. También se está implantando un mercado de bonos verdes con el que financia programas. La Eurozona está muy avanzada en este tipo de mecanismos.

En Latinoamérica se comienza a hacer porque los fondos comunes de inversión, los bancos y las entidades multilaterales no van a financiar más lo que no avance hacia la sustentabilidad. Los consumidores y los votantes lo están exigiendo. El que dice que es sostenible debe explicar por qué lo dice; todas las compañías deben hacer un reporte de la sostenibilidad, deben cumplir estándares comunes y parámetros legales.

Hay quienes creen que Europa puede usar la exigencia de la sostenibilidad como una barrera para aminorarla...

No tiene por qué ser así y no tiene por qué ser una excusa para que los productores y el país no se suban al carro de la sostenibilidad. Por la misma regla de tres sería injusto que a una empresa de Alemania o de España se le exija un parámetro y no al resto. La sustentabilidad es un incentivo para ser mejores, para hacer más con menos, para ser más competitivos. Es una oportunidad.

¿Cree que los productores de la región tienen en claro que la sostenibilidad es una oportunidad?

El desarrollo sustentable implica ganar dinero durante mucho tiempo; claro que producir sostenible y a menores costos requiere de espíritu emprendedor y de creatividad. La sostenibilidad está lejos de ser un problema; es una ventaja. Es desarrollo de tecnología, de innovación, de nuevas cadenas de suministros. Los países están definiendo criterios para que el campo sea sostenible. Hay una gran conciencia de medio ambiente en los países más pobres, los productores son los más afectados de las catástrofes climáticas. El mercado está cambiando. Ya no es un tema de qué debo usar, sino qué quiere el mercado y está dispuesto a pagar más, bajar costos de energía, reducir costos eficientes.



**EL
DESARROLLO
SOSTENIBLE
SE TRATA
DE GANAR
DINERO
DURANTE
MUCHO
TIEMPO"**

Con la guerra entre Rusia y Ucrania hay especialistas que opinan que habrá un retraso en las exigencias de sustentabilidad energética. ¿Comparte esa idea?

Al principio de la guerra hubo muchas críticas y hubo quienes propusieron ese argumento planteando que la prioridad era la seguridad energética, que estaba en riesgo por la alta dependencia de Rusia que tiene la zona. Pero hay que entender que no hay seguridad sin transición. Dejar de comprarle a Rusia para comprarle a Irán, o pasar de Irán a Venezuela y de los venezolanos a Arabia Saudita, no hace más que correr la dependencia. Siempre se está en una situación de vulnerabilidad. Lo que está pasando debe de ser usado para apretar el acelerador y usar el sol, el viento, las mareas, la geotermia, la biomasa y los biocombustibles. Puede que el proceso se esté frenando un poquito, pero es equivalente a hacer un paso atrás para tomar impulso.

Centroamérica es productora de *commodities* y a la vez registra los más altos índices de pobreza y desigualdad, ¿qué se debería hacer para avanzar hacia su idea de que la "abundancia es posible"?

No creo que haya que elegir entre seguridad alimentaria y sustentabilidad. Van de la mano. Las fuerzas del mercado lo están demandando. Por ejemplo, en Estados Unidos el segmento de mayor crecimiento en el consumo de alimentos es el de orgánicos, naturales. Existe, entonces, una gran oportunidad para vender. Si soy un productor caribeño de plátanos en vez de hacerlo con todo tipo de químicos, me debo volcar a lo ecológico, a los fertilizantes naturales; el mercado va a pagar ese esfuerzo. También, en este contexto, se abre una posibilidad para la reubicación de la cadena de suministros. Estados Unidos no puede depender de China; el 30% de los fertilizantes que usa vienen de China y si se corta la provisión no se puede plantar ni cultivar. Entonces, hay que ir a Centroamérica, a Sudamérica a comprar. La diversificación de la cadena de suministros, a la vez, contribuye al desarrollo, a la sostenibilidad. Hay beneficios adicionales como el menor costo de la logística, la menor contaminación. Puede que se pague algo más, pero lo que se pierde por un lado se gana por el otro. Todos ganan.

¿Entiende que los países más ricos están colaborando con los más pobres y con los más rezagados en la carrera de la sostenibilidad?

Sí colaboran, pero no lo suficiente. Pero si transfieres la inversión, contribuyes al desarrollo. Se puede hacer con proyectos de biocombustibles, reforestación, de todo tipo. Permite una transferencia de tecnología y de dinero ●

Bayer y las oportunidades para la mujer desde Costa Rica

Inversión de US\$200 millones en nueva planta apunta a mujeres de países de ingresos medios y bajos

TEXTOS DANIEL ZUERAS



Marcela Fernández, gerente general de Bayer CR

El gigante farmacéutico alemán Bayer confía en Costa Rica. Poco a poco va sumando nuevas operaciones en el país. Hace escasas fechas anunciaba una inversión de US\$200 millones en la construcción de la Planta Bayer Medical Alajuela, en la que fabricarán anticonceptivos reversibles de acción prolongada (LARC por sus siglas en inglés): Mirena -dispositivos intrauterinos (SIU)- y Yadel (implantes hormonales).

El propósito de la nueva planta, la primera de producción de Bayer que arranca desde cero en décadas, a nivel mundial, es centrarse en las mujeres con pocos recursos. “Es parte de nuestro objetivo de sostenibilidad el poder llegar en 2030 a 100 millones de mujeres que están en países de ingresos bajos y medios, para que puedan tener acceso a la planificación familiar y tomar decisiones sobre su vida, que puedan tener control sobre su futuro, sobre cuál es el momento en que quieren o no tener hijos, entonces es un propósito muy especial”, explica Marcela Fernández, gerente general de Bayer en Costa Rica. El foco no es baladí, pues está dentro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas.

Los productos de la planta de Costa Rica estarán des-

tinados a los programas de organizaciones internacionales como el Fondo de Población de las Naciones Unidas (UNFPA) y la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID), que han agregado recientemente el SIU hormonal de Bayer a sus catálogos y estarán a cargo de coordinar y distribuir según las necesidades de estos.

“Estamos haciendo esfuerzos conscientes por tratar de darle oportunidad a la mujer”, aduce la gerente general. Con un portafolio muy enfocado en soluciones para las mujeres, buscan abrirles espacios de trabajo. “Obviamente, cuando contratamos a alguien el primer factor es su talento, pero sí que estamos muy conscientes de los desafíos que tienen las mujeres y las oportunidades que necesitan para salir adelante. Tenemos algunas iniciativas de sostenibilidad también que están enfocadas en eso”, agrega (ver recuadro).

COSTA RICA Y SU ENFOQUE SOSTENIBLE

El compromiso tico con la sostenibilidad fue fundamental a la hora de que Bayer apostara por la construcción de esta planta de 28.000 m2. En Costa Rica, la empresa cuenta además con una planta de dispositivos



**PARA 2030
BUSCAMOS
LLEGAR A 100
MILLONES DE
MUJERES
QUE PUEDAN
TENER
ACCESO A
PLANIFICA-
CIÓN
FAMILIAR”**



médicos, un centro de servicios compartidos y dos plantas dedicadas a la investigación y desarrollo en el sector agrícola, además de las oficinas centrales y la operación comercial.

En este momento, la multinacional alemana emplea a unas 1.000 personas en el país.

“A nivel mundial realmente nos comprometemos mucho con la sociedad, con el ambiente” y para el corporativo es muy importante “ver que Costa Rica realmente tiene un compromiso muy similar en esa línea. Ese compromiso con la sostenibilidad, que el 99,5 % de la energía en nuestra planta es renovable... Son cosas que nuestros superiores alemanes lo escuchan y es como ‘Wow’, eso no sucede en todo el mundo”.

Adicional, Fernández habla de que el país cuenta con mano de obra calificada “que maneja un inglés de excelente calidad, que en el caso de las plantas de manufactura puede manejar tecnología”, ubicación estratégica y la experiencia de la planta de producción de dispositivos médicos, inaugurada en 2015 (y que fue la primera planta de manufactura de Bayer en América Latina).

Algo más de la mitad de la plantilla de Bayer trabaja en el Centro de Servicios Compartidos, inaugurado en 2017 y que da soporte a todo el continente americano, con excepción de Brasil.

INNOVACIÓN & DESARROLLO

Además, cuentan con dos centros de I+D, uno en cada costa. En Cañas (zona del Pacífico), cuentan con 800 hectáreas dedicadas a la reproducción de semillas de algodón, que por las condiciones del área son muy resistentes al cambio climático. Estas semillas se exportan a EE. UU. Aquí dan empleo a agricultoras jefas de hogar. Arrancó en 1997 y hoy da trabajo a 39 personas durante todo el año, más 250 de temporada. “Trabajamos con ellas enseñándoles a cómo también ser emprendedores y enseñándoles otro tipo de habilidades, más allá de la técnica de la que utilizan con nosotros en nuestra finca”. Bayer es el segundo mayor empleador de la localidad.

En la Estación Experimental en el Caribe (fundada en 1970), ubicada en Guácimo de Limón, realizan de 40 a 45 ensayos al año, con moléculas en fases tempranas para Global y ensayos para desarrollo local.

“Es muy bonito ver que un producto nuevo nace en Costa Rica. Las condiciones ambientales de la tierra, el clima, es lo que juega un papel importante para decidir que ese centro esté justamente aquí. Las plagas en esa finca, con todo tipo de condiciones extremas, es lo que nos permite probar las moléculas en cultivos y decir si



DESDE COSTA RICA EN 2021 EXPORTAMOS 54 MILLONES DE EUROS, EN DISPOSITIVOS MÉDICOS Y SEMILLAS DE ALGODÓN



Empleabilidad

Apoyo a madres adolescentes

Niñas vulnerables



“Cerca de la planta de Alajuela hay un centro dedicado al cuidado de madres y niñas adolescentes”, cuenta Marcela Fernández. Es La Posada de Belén, auspiciado por

la Iglesia Católica. Hay alrededor de 80 niñas, “desde 12-13 años en condiciones muy vulnerables” y en el centro reciben educación. Pueden permanecer hasta cumplir 18 años.

Bayer ha creado un proyecto donde las entrenan “para que el día de mañana puedan entrar a trabajar con nosotros” y están conversando con otras empresas de Zona Franca para que se impliquen también en el proyecto.

esto funciona o no”, destacó Fernández.

En 2021, Bayer exportó desde Costa Rica 54 millones de euros, de los productos de la planta de dispositivos médicos y las semillas de algodón. Esa cifra se verá fuertemente incrementada cuando sumen los de la nueva planta, que se prevé comience a funcionar en 2024.

Marcela Fernández, además de ser la primera mujer costarricense en dirigir la operación tica, también lidera el clúster de la División Farmacéutica, que engloba a Costa Rica, Guatemala, Panamá y República Dominicana. Costa Rica conforma la mayor parte de este negocio. “Tiene que ver con el negocio de salud femenina, que históricamente fue muy fuerte en el país y que hemos hecho crecer el acceso. También por la fortaleza de su Seguridad Social y la cobertura universal” ●

TRANSNORTE LANZA LA PRIMERA EMISIÓN DE VALORES VINCULADOS A LA SOSTENIBILIDAD

ES LA PRIMERA ENTIDAD EN EMITIR ESTE TIPO DE INSTRUMENTOS QUE GENERAN GRAN DEMANDA EN EL ÁMBITO INTERNACIONAL Y ES UNA DE LAS PRIMERAS ENTIDADES PRIVADAS DEL SECTOR ENERGÉTICO GUATEMALTECO EN APOSTAR POR EL FINANCIAMIENTO BURSÁTIL.

La compañía Transporte de Energía Eléctrica del Norte (Transnorte) enfocada en el desarrollo de obras de transmisión para el transporte y distribución de energía eléctrica, con la aprobación de Bolsa de Valores Nacional, lanzó al mercado la primera emisión de 25 millones de acciones con la etiqueta de “vinculación a la sostenibilidad”.

Transnorte, subsidiaria de ERC Capital Corp., entidad propietaria de sociedades operativas en Guatemala, generadoras y transportistas de energía renovable e hidroeléctricas que incluyen Visión de Águila, Pacayas, Hidroeléctrica Raaxha, Oxec y Oxec II.

La emisión de acciones cumplió todos los requisitos vigentes en la normativa de la Bolsa de Valores Nacional, incluyendo la designación de “valores vinculados a la sostenibilidad”, aprobada por el Consejo de Administración de la Bolsa.

“Transnorte es la primera entidad en emitir este tipo de instrumentos que generan gran demanda en el ámbito internacional y es una de las primeras entidades privadas del sector energético guatemalteco en apostar por el financiamiento bursátil, lo cual nos satisface y reta a la innovación constante”, manifestó Ana Cristina Ramos, Gerente Financiero de la compañía emisora.

Para este tipo de valores “vinculados a la sostenibilidad”, tanto la normativa de la Bolsa como los principios internacionales establecen que es necesario contar con la opinión de



Transnorte es una subsidiaria de ERC Capital Corp.

EL ESTRUCTURADOR A CARGO DE LA EMISIÓN FUE IDC VALORES, QUIEN TAMBIÉN SERÁ EL AGENTE ENCARGADO DE LA COLOCACIÓN DE LOS TÍTULOS. DE IGUAL MANERA, NEGOCIARÁ LAS ACCIONES PREFERENTES A TRAVÉS DE BOLSA DE VALORES NACIONAL

un tercero independiente para verificar el cumplimiento de los estándares respectivos.

Para cumplir con este estándar, Transnorte encargó a Pacific Corporate Sustainability (PCS) la elaboración de un Informe de Segunda Opinión sobre el alineamiento de sus indicadores y metas con los principios aplicables de la Asociación Internacional de Mercado de Capitales (ICMA).

Los indicadores en cuestión abarcan criterios ambientales, entre ellos la reducción en cantidad e intensidad de gases de efecto invernadero (GEI), así como aspectos de género, fomentando la proporcionalidad



Valeria Prado, Gerente de Sostenibilidad de ERC, y Ana Cristina Ramos, Gerente Financiero de Transnorte.



De izquierda a derecha: José Rodrigo Barillas, Gerente Legal; Ana Luisa Martínez-Mont, Presidente; y Deborah Ann Robles, Gerente de Estructuraciones Financieras, todos de IDC Valores.

lidad de mujeres en puestos de liderazgo dentro del grupo ERC.

La empresa emisora se suma a los esfuerzos liderados por la Organización de Naciones Unidas en favor de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, considerando que su logro también demanda la participación de la comunidad empresarial.

“Los inversionistas que adquieran acciones vinculadas a la sostenibilidad, adicional a obtener un atractivo retorno estarán apoyando la reducción de emisiones de CO2 y la inclusión de la mujer en posiciones de liderazgo empresarial, dos ODS de la propuesta global de la ONU”, señaló Valeria Prado, Gerente de Sostenibilidad de ERC.

El estructurador a cargo de la emisión es IDC Valores, quien también será el agente encargado de la colocación de los títulos. De igual manera, negociará las acciones preferentes a través de Bolsa de Valores Nacional, por lo que podrá conformar y liderar una red de agentes de bolsa.

IDC Valores es una casa de bolsa registrada ante el Registro del Mercado de Valores y Mercancías y es miembro de la Bolsa de Valores Nacional. En su desarrollo como casa de bolsa, ha sido pionera en la estructuración y colocación de emisiones de acciones preferentes en Guatemala, así como en la estructuración y administración de fondos de inversión.

“Emisiones como la presente, que permi-



ANTECEDENTES DE LA EMISIÓN

En marzo de 2022, el Consejo de Administración de Bolsa de Valores Nacional, S.A. autorizó normas para la emisión de valores etiquetados o designados como verdes, sociales, sostenibles y vinculados a la sostenibilidad. Dichas etiquetas se refieren a lo siguiente:

1. Los “Valores Temáticos” son títulos de deuda o crédito. Su emisión se utiliza para financiar exclusiva y directamente proyectos verdes (es decir, amigables con el ambiente), sociales (de beneficio para ciertas poblaciones específicas) o sostenibles (una mezcla de verdes con sociales).

2. Los “Valores vinculados a la Sostenibilidad” pueden ser cualquier tipo de instrumento, ya sea de deuda o de participación, como acciones. No es relevante el destino de los fondos que se obtengan con su emisión, pero quedan sujetos al cumplimiento de indicadores determinados relacionados con aspectos de sostenibilidad, con un plazo preconcebido y que se miden periódicamente mediante metas concretas.

Para todos estos tipos de valores se exige, entre otros requerimientos, que una entidad profesional y experimentada en aspectos de sostenibilidad evalúe la alineación de los proyectos y emisiones con relación a los principios internacionales aplicables a cada uno. Asimismo, una vez autorizadas las ofertas de este tipo de valores, anualmente debe presentarse un reporte sobre el desarrollo de los proyectos, indicadores y/o metas ofrecidas.

ten democratizar el capital, sin duda alguna contribuirán, por un lado, a dinamizar el mercado de capitales en el país, permitiendo que más personas tengan oportunidades de inversión con un balance de riesgos y retornos adecuado, y por el otro, a enseñar sobre las bondades del modelo existente que rige el sector eléctrico en Guatemala”, manifestó Carlos Colom, Director de Energía e Infraestructura de IDC Valores.

IDC Valores pertenece a IDC Network, un grupo corporativo formado en 1995, con más de 25 años de experiencia en Centroamérica en la prestación de servicios de asesoría y consultoría financiera y en la gestión de fondos de inversión y proyectos, así como inversora de capital propio.

Sus diversas áreas de operación abarcan fusiones y adquisiciones en Guatemala, creación y gestión de fondos de inversión en empresas de desarrollo inmobiliario, infraestructura, energía, tecnología e industria de alimentos, entre otros.

“Estamos seguros que la iniciativa de emitir valores de Transnorte es el inicio de un prometedor futuro para el mercado de valores verdes y sociales, vinculados a la sostenibilidad en Guatemala. Confiamos que en el país, al igual que en el ámbito internacional, más empresas e inversionistas participen en la emisión y negociación de estos instrumentos”, enfatizó Rolando San Román, Gerente General de Bolsa de Valores Nacional, S.A. ●



Lissette Barrios,
Gerente de RRHH
y Comunicación
de ENERGUATE.

NAPOLITAN 2022

ENERGUATE GANA PREMIO DE TALLA MUNDIAL

LA COMPAÑÍA FUE RECONOCIDA POR THE WASHINGTON ACADEMY OF POLITICAL ARTS & SCIENCES.

La estrategia de comunicación de la empresa ENERGUATE fue reconocida en la ciudad de Washington D. C., donde obtuvo uno de los reconocimientos más prestigiosos de la comunicación.

La compañía recibió el premio Napolitan 2022 en la categoría Campaña Audiovisual del Año Causa/ Organización, el cual fue entregado durante una gala efectuada en la capital estadounidense.

Los premios Napolitans son otorgados por The Washington Academy of Political Arts & Sciences y son considerados como los más prestigiosos en el mundo de la comunicación. La estatuilla dorada se ha convertido figurativa y literalmente en el premio que más peso tiene en dicha industria.

ENERGUATE recibió el reconocimiento por el desarrollo de la campaña El Valor de la Energía, con la que muestra los beneficios en el uso de la energía eléctrica y las experiencias agradables que se disfrutaron al tener acceso a la electricidad.

La campaña ganadora se compone de tres audiovisuales: Con Energía la Vida es Mejor, Impulsamos el Desarrollo y Seguimos Conectando

Guatemala, mensajes que son difundidos por medios escritos, radiales, televisivos y plataformas digitales.

“Haber sido premiados entre tantos participantes de alto nivel demuestra el compromiso de los colaboradores y de la empresa por ser parte del desarrollo de los guatemaltecos”, valoró Lissette Barrios, Gerente de Recursos Humanos y Comunicación de ENERGUATE.

Como parte de los resultados positivos que la empresa obtuvo con el desarrollo de la campaña destaca que los clientes tienen una mayor comprensión del mercado eléctrico nacional, además de una mayor conciencia sobre las ventajas de contar con un subsector eficiente y el estímulo para el emprendimiento económico individual.

También enfatiza el avance de los proyectos de electrificación en los últimos 25 años, tiempo en el cual se aumentó la cobertura de un 50 % a un 90 %. En el caso de ENERGUATE, pasó de 600.000 clientes a atender a 2.2 millones.

En el 2019, la empresa también fue galardonada con el premio Napolitan en la categoría Campaña de Bien Público por el impacto en redes sociales ●



Campaña ganadora

ENERGUATE recibió el premio en la categoría Campaña Audiovisual del Año Causa/ Organización, esta se compone de tres mensajes: Con Energía la Vida es Mejor, Impulsamos el Desarrollo y Seguimos Conectando Guatemala.

Ampliamos la cobertura eléctrica

Estamos llevando desarrollo a los lugares con mayor dificultad de acceso invirtiendo en electrificación rural.

Con esto posibilitamos el bienestar de segmentos de población vulnerable activando su inserción en la vida productiva.

FACIO&CAÑAS

OCHO DÉCADAS DE BRINDAR CONFIANZA Y EXCELENCIA

LA FIRMA LEGAL DE ORIGEN COSTARRICENSE ES UNO DE LOS REFERENTES DE LA REGIÓN Y GRACIAS A SU DESEMPEÑO ES REPRESENTANTE DE LAS PRINCIPALES REDES GLOBALES.

La firma legal costarricense Facio&Cañas, uno de los referentes legales de Centroamérica, cumple ocho décadas afianzada como una de las de mayor prestigio en la región centroamericana.

A partir de su enfoque renovador y multigeneracional, los servicios de la firma garantizan la ética, calidad, especialidad y actualidad de los servicios legales bajo un esquema *full-service*, lo que permite a sus clientes centralizar en la atención de todos sus asuntos legales.

Desde sus inicios, los socios de Facio&Cañas han procurado ser mentores de los estudiantes y asociados de la firma, velando por el aprendizaje profundo del Derecho y así combinar talento generacional de forma innovadora.

Actualmente, la firma cuenta con más de 100 colaboradores que ejercen un marcado liderazgo en las distintas áreas, entre los que destacan 49 abogados especialistas.

A lo largo de su historia, Facio&Cañas ha invertido y participado activamente en proyectos de responsabilidad social, esfuerzos hacia la protección de personas en estado de vulnerabilidad y programas de sostenibilidad ambiental e incluso es una orgullosa portadora de la marca país Esencial Costa Rica.

Este año, la firma se prepara para seguir creciendo con la pronta apertura de dos nuevas oficinas en las provincias de Guanacaste y Puntarenas, desde donde se proyecta cubrir las necesidades que exige el mercado actual.

En la actualidad, es la representante exclusiva en



La firma de origen costarricense cuenta con 100 colaboradores.



territorio costarricense de las principales redes globales de las firmas legales Lex Mundi y TerraLex, lo cual le permite y exige dar servicios legales de la más alta calidad en todo el mundo.

Además, están rankeados en Chambers, The Legal 500, Latin Lawyer y otras calificadoras de firmas de abogados ●

Facio&Cañas



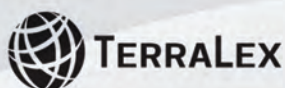
Trayectoria

Facio&Cañas fue fundada en 1942 por abogados visionarios de la época. Con 80 años de historia, tradición y experiencia, la firma legal continúa trascendiendo en el mercado por la altísima calidad de sus servicios



80 años brindando
soluciones legales de alto valor
a sus proyectos.

LexMundi
World Ready



📍 Edificio Sabana Business Center,
piso 11. San José, Costa Rica.

☎ Tel: +506 2105 - 3600

✉ info@fayca.com



www.fayca.com

UTH FLORIDA UNIVERSITY

UNA EDUCACIÓN DE CALIDAD PARA ESTUDIANTES DE PERFIL GLOBAL

LA UNIVERSIDAD HA LOGRADO IMPACTAR EN LA VIDA PROFESIONAL DE CIENTOS DE ESTUDIANTES ORIGINARIOS DE MÁS DE 35 PAÍSES DE AMÉRICA, EUROPA, ASIA Y ÁFRICA.



PERFILES

Gabriela De Sanctis:

Obtuvo su Maestría en Administración de Recursos Humanos en UTH Florida University. Ha publicado dos libros e inició igual cantidad de empresas en línea.

Ángela Kokler:

Graduada de las Maestrías en Administración y Marketing, y Negocios Internacionales en UTH Florida University. Es ganadora del Latin American Leaders Awards por su emprendimiento social.

Maurio Mejía:

Obtuvo un Bachelor en Administración de Empresas y Maestrías en Negocios Internacionales como el Máster en Administración y Mercadeo de la UTH Florida University.

Ángela Kohler dejó su país para iniciar una nueva etapa de su vida. En Colombia había estudiado la carrera de Psicología en la Universidad de Antioquia, al graduarse ingresó al Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), donde laboró por 17 años y ocupó diversos cargos, especialmente de dirección.

Su experiencia también incluye el trabajo en el Ministerio de Educación (por 20 años), tiempo en el que alternó sus labores con sus estudios de maestrías y especializaciones en las áreas de Educación, Gerencia y Derecho. Pero, ya en nuevas tierras decidió continuar estudiando, esta vez en UTH Florida University, Estados Unidos, su nuevo país de residencia.

Kohler tiene una carrera destacada, obtuvo el Latin American Leaders Awards, el reconocimiento más importante en Europa Central para Líderes de América Latina que trabajan en Desarrollo Sostenible e Innovación. Además ha escrito dos libros que están disponibles en Amazon.com y es parte de las muchas historias de éxito de estudiantes que han culminado sus estudios en UTH Florida University.

La casa de estudios abrió sus puertas hace siete años, tiempo en el que se consolidó como opción para los estudiantes de todo el mundo que buscan crecer en Estados Unidos con un título certificado en dicho país.

“El valor de esta universidad es que utiliza tecnología y metodología innovadora y con costos asequibles”, destacó Kohler, quien primero optó por estudiar Administración y Marketing y luego continuó con su formación superior con la maestría en Negocios Internacionales.

“Fue una maravillosa experiencia porque el método que utilizan es el de estudio de casos y esto nos lleva a resolver situaciones reales; los docentes y el personal administrativo son muy profesionales”, señaló.



Ronald A. Lacayo, director ejecutivo de UTH Florida University; Roger E. Valladares, presidente de UTH; Roger D. Valladares, Chairman of the Board, y Edgardo Enamorado, Director de Maestrías.

APRENDIZAJE CONTINUO

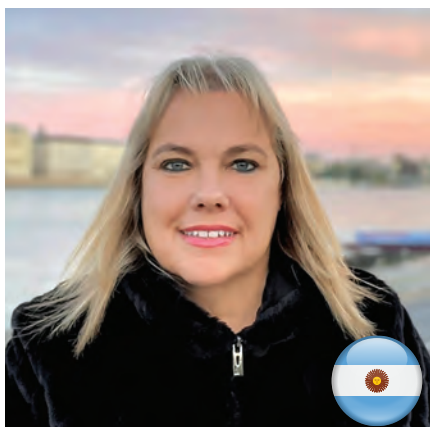
Otro caso es el de Gabriela de Sanctis, de nacionalidad argentina, quien contaba con la Licenciatura en Psicología y obtuvo la Maestría en Leyes, en la Ciudad de México, además graduada de Paralegal en la Universidad de Miami (UM), pero que decidió continuar con sus estudios con una Maestría en Administración de Recursos Humanos en la UTH Florida University.

Luego de graduarse, se dedicó a la escritura, y ha logrado publicar dos libros, en tanto -en su vida empresarial- también decidió abrir empresas en línea, GD Coaching Miami y GD Jewelry Miami, logros que relaciona directamente a su formación en Estados Unidos.

“Todo esto fue posible gracias a los conocimientos adquiridos a través de esta excelente universidad, la cual me brindó las herramientas necesarias para expandir mis conocimientos en la parte administrativa de mis empresas y del manejo del personal”, dijo De Sanctis.

La profesional señala que estudiar la maestría fue “una experiencia muy positiva y maravillosa”, dada la calidez y profesionalismo, tanto de los profesores como de sus compañeros y de la disponibilidad de materiales didácticos fácilmente comprensibles.

De Sanctis invitó a las personas que desean recibir una



“LA UNIVERSIDAD ME BRINDÓ LAS HERRAMIENTAS NECESARIAS PARA EXPANDIR MIS CONOCIMIENTOS EN LA PARTE ADMINISTRATIVA DE MIS EMPRESAS Y DEL MANEJO DEL PERSONAL.
GABRIELA DE SANCTIS,
Maestría en Administración de RRHH



“FUE UNA MARAVILLOSA EXPERIENCIA PORQUE EL MÉTODO QUE UTILIZAN ES EL DE ESTUDIO DE CASOS Y ESTO NOS LLEVA A RESOLVER SITUACIONES REALES.
ÁNGELA KOHLER,
Maestría en Administración y Marketing / Maestría en Negocios Internacionales



“LA FLEXIBILIDAD DE HORARIOS Y EL CONTENIDO DE LAS MATERIAS SON LOS MAS ACTUALIZADOS, INCLUYENDO EL ESTUDIO DE LOS CASOS DE LA UNIVERSIDAD DE HARVARD.
MAURO MEJÍA,
Bachelor en Administración de Empresas y Maestrías en Negocios Internacionales como el Máster en Administración y Mercadeo

educación de alto nivel académica, a “que no duden en acudir a UTH Florida University”.

HOSPITALITY, UNA VOCACIÓN

“Lo que estudies nadie te lo podrá quitar”, solía decirle su padre al hondureño Mauro Mejía, un consejo que supo aplicar en su vida, por lo que decidió estudiar en el Centro Técnico Hondureño Alemán (CTHA) y la Universidad Tecnológica de Honduras (UTH), donde se graduó de ingeniero.

Posteriormente, incursionó al mundo textil como gerente de producción de una importante compañía maquiladora con más de 1.000 empleados.

Cuando llegó a los Estados Unidos desarrolló proyectos de Lean Production para compañías de manufactura que buscan eficiencia y eficacia en sus procesos; sin embargo, pese a que le iba bien, sentía que su trabajo era muy rutinario.

Fue así que su vida dio un giro inesperado. Comenzó a trabajar en un restaurante, donde puso en práctica todo lo aprendido en la universidad y gracias a sus aptitudes creció en la empresa. “Propuse el desarrollo tecnificado de un programa de entrenamiento para todas

las posiciones. Fue un éxito”, recuerda con orgullo. Inmerso en el mundo de los restaurantes, Mejía trabajó para las marcas internacionales Smith & Wollensky, Rusty Pelican, BLT Prime, entre otras.

Mauro Mejía, quien es un apasionado de la educación, relató que, en su afán de mantenerse actualizado, encontró a UTH Florida University, una casa de estudios que destaca por su sistema de aprendizaje en línea para titularse como Bachelor en Administración de Empresas y Maestrías en Negocios Internacionales como el Máster en Administración y Mercadeo

Mejía dijo que la universidad se acopló a sus necesidades a partir de la flexibilidad de horarios y la ventaja de contar con contenido actualizado de las materias y que incluyen el estudio de los casos de la Universidad de Harvard.

Afirmó que gracias a su experiencia y las herramientas adquiridas en la entidad, actualmente es parte del grupo corporativo liderado por uno de los restauranteros internacionales más apasionados por el arte del *hospitality*: Santiago López, COO de Divieto Ristorante.

FORMACIÓN GLOBAL

UTH Florida University fue fundada en 2014 y cuenta con el respaldo y visión de los líderes de la Universidad Tecnológica de Honduras (UTH), pero cuenta con una operación independiente en el estado de Florida.

El modelo permite a personas -de diversas nacionalidades- lograr un grado universitario en Estados Unidos, de hecho, actualmente cuenta con estudiantes de más de 35 nacionalidades y un 60 % de sus estudiantes activos residen en dicho país.

Desde su fundación, la universidad ha sido liderada por su director ejecutivo, Ronald A. Lacayo, quien dirigió el proceso de concesión de licencias para operar como universidad en el estado de la Florida y los Estados Unidos.

La entidad cuenta con la Licencia Número 5315, otorgada por la Comisión Independiente de la Florida, la cual fue emitida por primera vez en 2015 y es renovada anualmente.

Lacayo tiene más de 40 años de experiencia en diversas industrias como educación, telecomunicaciones, manufactura, consultoría, banca y finanzas. Es MBA, graduado de Harvard University (1979) e Ingeniero Industrial, título obtenido en Georgia Tech (1975) ●

Cada vez más vulnerables a los ciberdelincuentes

4 lecciones aprendidas en materia de ciberseguridad

DAVID LÓPEZ AGUDELO/ VP DE APPGATE

La ciberseguridad toma un lugar indispensable en la transformación digital. Las tendencias y los cambios culturales en los últimos años, han potenciado el uso del mundo digital.

Cada vez hay más personas, empresas e instituciones que han adoptado tecnologías que les permiten agilizar y mejorar su desempeño. Sin embargo, es vital ser conscientes que todos los usuarios, portales y sistemas son susceptibles a ciberataques. El 2022 fue un año que evidenció la importancia de la ciberseguridad para proteger los dispositivos y redes empresariales.

En el primer semestre del 2022 el Centro de Operaciones de Seguridad (SOC) de Appgate, reportó más de 8.500 incidentes en Latinoamérica, cifra que preocupa a los equipos de seguridad informática. Además, los casos de información revelada se incrementaron un 60% respecto al 2021.

Conocer cuáles son las modalidades, amenazas y tendencias más relevantes es esencial para contrarrestar el accionar de los ciberdelincuentes. Este año las tendencias y amenazas latentes son cuatro: Ingeniería social, secuestro de información, tecnologías obsoletas y dispositivos móviles.

Ingeniería Social: Los ciberdelincuentes buscan estrategias masivas y de fácil ejecución, que usan plataformas con un amplio alcance como: redes sociales, correos electrónicos y textos SMS con el fin de difundir mensajes engañosos o enlaces fraudulentos para acceder a la información personal de los usuarios y robar credenciales que les den acceso a otras redes o sistemas. La ingeniería social se consolida como la principal estrategia usada por los cibercriminales para engañar a las personas.

Secuestro de Información: También conocido

EL 2022 FUE UN AÑO QUE EVIDENCIÓ LA IMPORTANCIA DE LA CIBERSEGURIDAD PARA PROTEGER LOS DISPOSITIVOS Y REDES EMPRESARIALES.

como *ransomware*, los ciberataques que buscan secuestrar información o accesos a los sistemas, le han costado hasta US\$4.62 millones a aquellas organizaciones víctimas de esta modalidad, y se prevé que para el 2031 la suma alcance los US\$265.000 millones, según datos recopilados y expuestos en el informe Fraud Beat de Appgate.

Este año el grupo de *hackers* Conti tuvo gran protagonismo y puso el *ransomware* en el radar internacional, siendo el autor del conocido *hackeo* al gobierno de Costa Rica, en el que se afectaron 27 entidades estatales y vulnerando la infraestructura crítica del país. La gran preocupación por este tipo de ciberataques es que su costo puede llegar a ser hasta siete veces mayor al pago del rescate, debido a los gastos asociados.

Tecnologías obsoletas: Los cibercriminales han aprovechado el rápido avance de la tecnología para ejecutar ataques más sofisticados y que les permite violar restricciones anticuadas con mayor facilidad. En 2022, se hizo evidente la necesidad de renovar los sistemas de protección como VPN y de autenticación como credenciales de Usuario/Contraseña, ya que su uso no representa un reto para los delincuentes.

Dispositivos Móviles: Son un importante vector de ataque que guarda una gran cantidad de información personal, accesos a cuentas bancarias y contactos con redes empresariales donde los delincuentes aprovechan aplicaciones falsas o conexiones poco seguras, junto a los mensajes de *phishing*, para acceder a sistemas mucho más complejos y de mayor impacto ●



David López Agudelo, vicepresidente de ventas para Latinoamérica de Appgate

El experto Miguel de Merodio

La hora de la verdad

Opinión

Quienes trabajan conmigo, especialmente miembros de familias empresarias, juntas directivas o equipos ejecutivos saben de mi aversión a hablar del pasado. Y yo sé de su adicción a hablar del pasado y de los mecanismos inconscientes que emplean para contarme lo que pasó hace tiempo.

Uno de los más sutiles y recurrentes es que hablan del pasado para darme contexto, me dicen. El problema es que cuando trabajamos con grupos de personas siempre comenzamos nuestra asesoría entrevistando a todo lo que se mueve para que nos hablen del pasado y no tener que volver a tocarlo de nuevo. Así que cuando alguien insiste en volver a darnos contexto sobre lo que ya pasó, la cosa tiene truco... ni evidente, ni consciente, pero truco al fin y al cabo.

A veces, es una inocente llamada a la nostalgia y, por tanto, un juicio al presente. Más concretamente, a los líderes del presente. Otras veces, contar una historia del pasado supone recordar un crimen sin castigo. Algunas otras, una deuda pendiente. A veces, incluso, hay una llamada a dejarse arrastrar por "el remolino del ni modo".

¿Por qué estamos tan atentos a enfocar a las personas con las que trabajamos a hablar del presente y del futuro y somos tan pesados y necios con no entrar a hablar del pasado? No es que no nos gusten los chismes. Nos fascinan. Pero como no somos ni jueces, ni verdugos, ni cobradores, ni curas, poco podemos hacer con esas historias. Son inútiles porque no podemos cambiarlas.

Hablar del pasado, además, consume tiempo y -sospechosamente- hay gente especialista en sacar el pasado a colación cuando la con-



Miguel de Merodio, socio fundador de Skaleno Advisory.

versación sobre el futuro se pone más interesante. ¿Casualidad? Solo a veces.

Encima, hablar del pasado es hablar, en muchas ocasiones, de etiquetas puestas hace décadas y cuando etiquetamos a alguien le estamos robando la posibilidad de cambiar o de aportar algo distinto a lo que suponemos que trae. Estamos haciendo desaparecer a esa persona porque ya sabemos lo que va a decir. Lo que dice su etiqueta que le pusieron en el pasado.

Recuerdo el inicio de mi trabajo con una familia empresaria que venía de un conflicto fuerte entre hermanos. Estábamos en el momento en que había que hablar del legado que esa generación quería construir juntos. Pero no conseguíamos avanzar en parte porque uno de los hermanos socios nos remitía una y otra vez a los errores del pasado del hermano CEO. A solas, casi inconscientemente, me reconocí lo injusto que le parecía que su hermano no reconociera sus errores y pidiera disculpas. Su bloqueo personal se quebró cuan-

do le pregunté si estaba más interesado en castigar a su hermano por los pecados pasados o en trabajar junto a él para que no se volvieran a producir. Eligió renunciar a castigar a su hermano y enfocarse en llegar a acuerdos que permitieran al negocio salir de la difícil situación en la que estaba.

Cuando los miembros de los grupos humanos se libran del ancla del pasado, el barco del cambio avanza.

En otro caso, una accionista comprendió que sus reiteradas referencias al pasado sólo buscaban un reconocimiento por parte del resto de socios. Quería desesperadamente que le dijeran que la mayor parte del éxito de la organización se debía a los negocios que ella había traído a la compañía. Y tenía razón. Pero sus socios no lo iban a reconocer nunca porque ellos sólo recordaban de ese pasado los negocios que no habían salido bien. Y también tenían razón. Cuando, una y otros aceptaron dejar de hablar del pasado pudimos hablar de lo que querían para el futuro. Y querían cosas muy distintas. Ella quería crecimiento agresivo y tomar más riesgos. El resto quería crecimiento moderado y seguridad. Decidieron separarse como accionista y seguir como buenos amigos.

En realidad, no odio el pasado. Mirar al pasado para saber qué nos funcionó y qué no o para comprender qué capacidades tenemos para afrontar el futuro es algo lógico y útil. Lo que no veo útil es contraponer monólogos sobre lo que cada cual hizo o dejó de hacer. Lo que me desespera es ver como se consume el tiempo tratando de retrasar la hora de la verdad. La hora de empezar a hablar del futuro. De llegar a acuerdos, de tomar acción, de gastarse el dinero en lo que realmente hace la diferencia. Y de ser felices hoy ●

* **Miguel de Merodio** es socio fundador de Skaleno Advisory, consultor de estrategia y gobierno corporativo y asesor de familias empresarias y equipos ejecutivos. Autor del libro *La Alquimia del Legado* es también, Director del Foro de la Empresa Familiar.



FOTO: CORTESÍA



Volaris apuesta por reducir las brechas de género en la aviación

La aerolínea mexicana cuenta con diversos programas y compromisos para promover la inclusión de la mujer

Susana Martínez es la directora de talento humano y desarrollo organizacional de Volaris. Nos cuenta sobre los compromisos de la aerolínea con las mujeres en cargos de liderazgo y el funcionamiento de la compañía desde la meritocracia.

¿Cómo se compromete desde el proceso de selección, a sumar más mujeres a su operación?

En Volaris es muy importante promover la igualdad de oportunidades y no discriminación. En el caso específico de las mujeres, nos hemos distinguido por apoyar a nuestras Embajadoras en sus estudios de alto nivel, capacitaciones, trabajos de profesionalización, así como hacerlas participe de foros de empoderamiento. Al cierre del año pasado contábamos con una plantilla de más de 6.000 ‘embajadores’, 47 % mujeres y 53 % hombres. Es una compañía que valora y promueve una cultura basada en la meritocracia y no hace diferencias entre hombres y mujeres al momento de seleccionar a las personas encargadas de llevar esta organización al nivel más alto del mercado.

¿Hay ahora más mujeres pilotos?

Aunque la estadística mejora poco a poco, las mujeres en la industria de la aviación cada vez están más pre-



sentes en puestos aún subrepresentados. Volaris fue la primera aerolínea mexicana con una mujer Jefa de Pilotos. Actualmente, en promedio tenemos una capitana por cada dos aeronaves, y el total de nuestras mujeres pilotos representa alrededor de 5 %, una cifra similar a la de aerolíneas internacionales como American Airlines y Air New Zealand, y por encima del promedio de la industria en México (2,1 %). Un ejemplo de la filosofía de inclusión y crecimiento con perspectiva de género es la trayectoria de nuestra capitana Marta Maldonado, quien en 2007 fue la primera mujer en Latinoamérica en pilotear un avión modelo A320. Además, se ha convertido en un caso de inspiración para muchas mujeres, dentro y fuera de la compañía

¿Cuáles son los compromisos de Volaris para sumar más mujeres en su posición y cargos de liderazgo?

Con el fin de otorgar a nuestras ‘embajadoras’ mayores oportunidades para su desarrollo profesional en un entorno de trabajo seguro e inclusivo, en 2021 nos sumamos a la iniciativa “25by2025” de la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA) para incrementar 25 % la presencia de mujeres en puestos de liderazgo y en otras áreas subrepresentadas para el 2025. Además, con el objetivo de fomentar el talento interno, participamos en la creación del Programa de Becas para Pilotos Volaris, el cual dará a 15 mujeres y 12 hombres la oportunidad de obtener la certificación como piloto comercial. A su vez, el programa se enfoca en seguir promoviendo la inclusión de las mujeres en las cabinas de mando para reducir la brecha de género en la industria y turismo del país.

¿Cómo va ese compromiso del que habla que adoptaron en 2021?

Sin duda las expectativas son muy favorables. Actualmente, el 14 % de nuestro Consejo de Administración está constituido por mujeres. De igual forma, 87 % de los mandos operativos, así como el 26 % de los puestos de liderazgo los representan también mujeres. El año pasado fuimos reconocidos por las organizaciones 5050 Women On Boards y Women Corporate Directors, como una de las diez empresas que cotizan en la Bolsa con mayor participación de consejeras independientes en su Consejo de Administración.

¿Cuentan con programas que promuevan la equidad dentro de la empresa desde las contrataciones, salarios, ascensos y otras políticas paritarias?

Sí. Nuestra Política de Remuneración Volaris, garantiza una retribución igualitaria por responsabilidades iguales entre hombres y mujeres. Además, la Política de Maternidad, Paternidad y Uso de Salas de Lactancia, así



LAS MUJERES EN LA INDUSTRIA DE LA AVIACIÓN CADA VEZ ESTÁN MÁS PRESENTES EN PUESTOS AÚN SUBREPRESENTADOS”



LA BRECHA ENTRE HOMBRÉS Y MUJERES EN EL SECTOR DE LA AVIACIÓN SE REDUCE CADA VEZ MÁS”



como los acuerdos con guarderías, nos permiten no sólo reducir las brechas de género en el lugar de trabajo debido a las responsabilidades del cuidado, sino también ofrecer oportunidades a nuestros embajadores para equilibrar su vida personal y profesional.

Como usuarios, ¿podríamos ver en algún momento un vuelo completamente tripulado por mujeres?

Durante los últimos años con el fin de impulsar acciones que sensibilicen sobre la importancia de la inclusión en una de las industrias con menor representación de mujeres, hemos realizado diversos vuelos comerciales, tripulados únicamente por mujeres. En octubre pasado, por ejemplo, tras recibir nuestro avión número 115, llevamos a cabo todo el proceso de entrega de la aeronave con un equipo administrativo, de mecánicas y pilotos compuesto por mujeres. También en fechas coyunturales y de sensibilización acerca de la inclusión y equidad, hemos formado varios equipos de tripulaciones compuestos únicamente por mujeres.

¿Tiene un mensaje para las mujeres que aún no se han decidido a ingresar a la industria aérea?

La brecha entre hombres y mujeres en el sector de la aviación se reduce cada vez más, esto es un reflejo de la transformación que se está viviendo desde las familias, que cada vez le abren más las puertas a sus hijas para desarrollarse en ámbitos que culturalmente no son percibidos para mujeres, prepararse y cumplir sus sueños. De igual forma, en el mundo corporativo cada vez hay más oportunidades para asegurar un plan de crecimiento constante de las mujeres. Como directiva de la aerolínea más grande de México, es muy emocionante ver cómo la industria de la aviación sigue transformándose con el liderazgo de las mujeres en sus puestos de trabajo y desde las cabinas de mando ●

Ocio

Pez Pescado,
de Maito
Restaurante.



Los 10 Mejores Restaurantes de
Centroamérica seleccionados en

50 BEST LATAM

Por primera vez, 10 restaurantes de la región conquistaron posiciones
en la lista que corona lo mejor de la gastronomía de América Latina.

TEXTO CLAUDIA CONTRERAS Y ANDREA MEZA / FOTOS CORTESÍA MAITO, SUBLIME Y 50 BEST



Mario Castrellón, MAITO

EL MEJOR RESTAURANTE DE PANAMÁ

“En Maito, todos trabajamos con pasión y hacemos lo humanamente posible para mantener la calidad, los sabores y la experiencia de Panamá dentro de nuestro restaurante”, expresó Mario Castrellón, el chef ejecutivo y socio de Maito, tras ganar el sexto lugar en los Latin America 50 Best Restaurants. E&N habló con Castrellón tras el histórico gane en noviembre:

¿Qué significa ser el pionero de la región que va abriendo brechas para el talento centroamericano?

Muy contento de ver como la región crece y como nuestros países han ido aceptando restaurantes con conceptos propios y locales. A mí me da mucha felicidad ver el crecimiento de Centroamérica en el mundo gastronómico. Esto nos brinda mayores oportunidades de ir creando un turismo gastronómico.

¿Cómo su historia personal le ha llevado a vivir muchos hitos en el mundo gastronómico, en su Maito?

Siempre hemos comunicado nuestros valores con respeto, humildad y pasión. Desde poner en valor a todas las piezas de rompecabezas hasta crear un orgullo por lo propio. Lo que hacemos lo hacemos con un sentimiento real, para aportar un bien al país.

Fue el primero en visibilizar la grandeza de la gastronomía panameña. ¿Qué piensa del hito que logró Centroamérica este año?

Es maravilloso. Creo que cada país que tiene un representante gastronómico fortalecerá sus negocios, los de sus colegas y de múltiples industrias. La cadena de valores de la gastronomía aporta un bien, desde los campesinos hasta las grandes ciudades. Son muchas familias las beneficiadas en la industria gastronómica.

¿Cómo la agricultura sostenible tiene estrecha relación con la alta gastronomía?

Mucho. Son el pilar de nuestros restaurantes. Entre más trato directo con el productor tenemos, mejores ingredientes podemos llevar a la mesa.

¿Qué lecciones aprendió en pandemia y cómo innovó en postpandemia?

El que se proyecta lo consigue. Tuvimos la oportunidad de crecer espacios abiertos en Maito lo cual nos inspiró a volver a una comida rica, divertida y descomplicada.



Nº
6

Mario Castrellón fue el primer centroamericano en poner un pie en la lista en 2016, con una apuesta ambiciosa por fusionar sabores criollos, con ingredientes nativos de Panamá. Para Castrellón, el siguiente paso es generar un turismo gastronómico regional.



Nº
31

En palabras del chef Sergio Díaz, el objetivo de Sublime es "crear y contagiar orgullo guatemalteco mediante nuestros sabores e ingredientes". Jocelyn Degollado aporta datos sobre personajes, lugares, sucesos en creaciones de Díaz.



Sergio Díaz, SUBLIME

EL MEJOR RESTAURANTE EN GUATEMALA

Sergio Díaz, el chef ejecutivo de Sublime, quería cocinarle a su Guatemala. Quería contar su punto de vista de la gastronomía guatemalteca y su historia. Así nació Sublime. Cada plato narra la historia de su país, desde la época precolombina hasta la cocina futurista. Sergio Díaz, chef ejecutivo de Sublime junto a la antropóloga Jocelyn Degollado están detrás del mejor restaurante de Guatemala. "Nuestro objetivo número uno es crear y contagiar orgullo guatemalteco mediante sus sabores e ingredientes", dijo Díaz a E&N.

¿Qué significa ser el mejor restaurante de Guatemala?

Llevo 18 años, 17 años de carrera. Definí mi vida a nivel gastronómico desde muy pequeño (...) se siente lindo obtener esto. Lo comparo como los Óscar de la cocina, los Grammy de la cocina, estar dentro de este listado tan importante a nivel Latinoamérica y estar dentro del Top 50 de Latinoamérica. Entramos por primera vez. Guatemala está entrando a la lista con dos restaurantes. Nosotros entramos como Mejor Restaurante Guatemala. Esto te llena de mucha emoción y orgullo, decir "bueno todos estos 18 años de carrera han valido la pena y están generando este resultado". Realmente eso significa para mí vida, la verdad que es sumamente emocionante.

¿Cuál es la apuesta de futuro de Sublime?

El siguiente paso de Sublime es que vamos creciendo, pero no vamos creciendo solos. Tenemos que ir jalando a los otros que vienen porque, para ser un destino gastronómico como país, no solo un restaurante o no solo dos restaurantes pueden estar haciendo propuestas. Sino que muchos restaurantes tienen que estar haciendo propuestas en Guatemala. Mi responsabilidad es seguir apoyando y contribuyendo a que la gastronomía de la región y de Guatemala siga creciendo.

¿Cómo es su proceso creativo? Trabajamos con Jocelyn Degollado, que es una antropóloga. Ella es nuestra fuente de inspiración en función a la historia que vamos a contar (...) contamos historias a través del tiempo. Pero la historia y el hilo conductor nos lo da ella para que en función a esa historia, a ese personaje o a esa época de del tiempo nosotros contemos una historia.





CENTROAMÉRICA CONQUISTÓ POR PRIMERA VEZ UN LUGAR DESTACADO EN LA MEJOR GASTRONOMÍA DE LA REGIÓN CON LOS 10 MEJORES RESTAURANTES DE CENTROAMÉRICA SELECCIONADOS EN 50 BEST LATAM			
POSICIÓN EN 50 BEST			
06	Maïto	Panamá	Mario Castellón. Sexto mejor restaurante de LATAM y Mejor restaurante de Panamá
31	Sublime	Guatemala	Sergio Díaz. Mejor restaurante de Guatemala
47	Diacá	Guatemala	Debora Fadul. Premio Restaurante Sostenible Flor de Caña
51	Flor de Lis	Guatemala	Diego Telles
57	Fonda Lo Que Hay	Panamá	José Olmedo Carles
70	Íntimo	Panamá	Carlos Alba
76	Cantina del Tigre	Panamá	Fulvio Miranda
76	Mercado 24	Guatemala	Pablo Díaz
86	Sikwa	Costa Rica	Pablo Bonilla
91	El Xolo	El Salvador	Gracia Navarro y Alex Herrera, ambos creadores también del movimiento gastronómico Centroamérica Unida



Diego Telles, FLOR DE LIS GUATEMALA

No todos los cocineros tienen la oportunidad de haber trabajado en el mejor restaurante del mundo durante tres años. El guatemalteco Diego Telles ha sido *stagier* para Mugaritz, cuarto mejor restaurante del mundo en 2009 y para Noma, en 2010, 2011 y 2012. El menú de Flor de Lis, creado por Telles, se caracteriza por su pasión por innovar y por su amor por los ingredientes guatemaltecos.

¿Cómo su historia personal le ha llevado a vivir muchos hitos en el mundo gastronómico?

Es mucho por la presión y metas que me pongo yo mismo. Al tener carencias de niño y de joven (...) El deseo de querer ser mejor, el deseo de crecer me ha ayudado me ha llevado a estar en los lugares donde he estado: el cuarto mejor restaurante del mundo en su momento o el mejor restaurante del mundo también, hasta abrir Flor de Lis. Lograr lo que hemos logrado con el restaurante ha sido por las metas que nos hemos impuesto de querer ser siempre ser mejor que ayer.

¿Qué lecciones le dejó la pandemia?

Tenemos bien clara nuestra filosofía y la hemos mantenido así por 9 años. Mantener nuestra filosofía intacta es lo que nos ha llevado a alcanzar logros que se nos han



entregado. Hemos sido un restaurante que ha innovado desde antes de la pandemia. Buscamos ser diferentes en todo momento. La pandemia no vino a cambiar eso. Siempre hemos sido transgresores en la gastronomía y es algo que pandemia o sin pandemia lo hemos hecho y seguimos con esa filosofía de trabajo.

¿Cómo reescribir la historia de su país desde la gastronomía?

Nuestra tarea es entregar algo bien hecho. Nuestro compromiso es servirte algo que está bien hecho, algo que está hecho con el corazón. Creo que si haces bien tu trabajo vas a lograr hacer cambios.

Nº
51

Diego Telles con su restaurante Flor de Lis ganó el premio al Chef del Año 2016 en Guatemala. Su pasión por la cocina comenzó desde niño hasta madurar su propia versión que mezcla los mejores ingredientes guatemaltecos.



El streaming de música gana terreno

LA PLATAFORMA DIGITAL MÁS USADA EN EL MUNDO PARA REPRODUCIR MÚSICA ES SPOTIFY

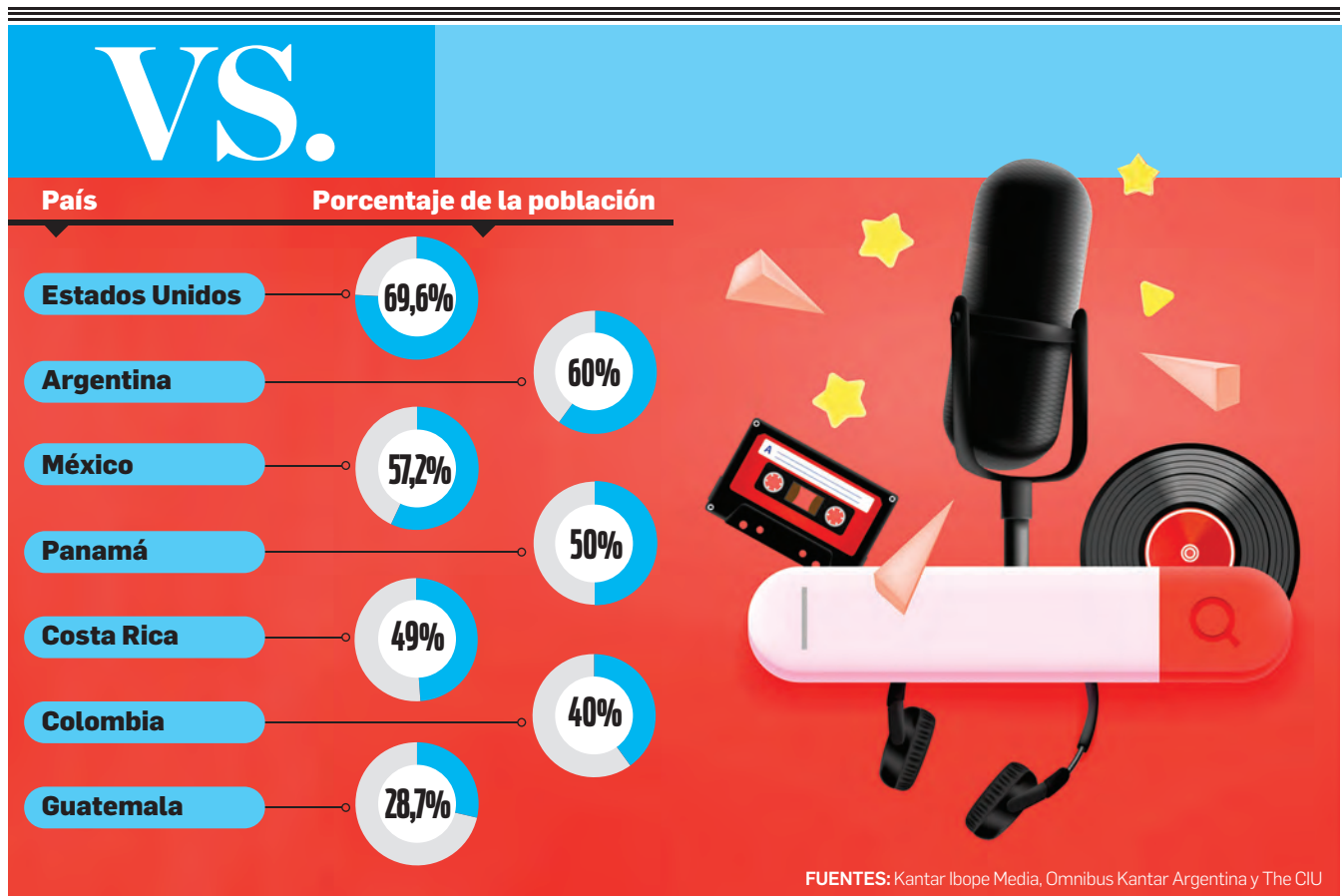
El auge del Internet está cambiando la forma en la que las audiencias consumen música. En mercados como el estadounidense, entre 7 de cada 10 personas lo hacen usando aplicaciones de este tipo.

Latinoamérica no escapa al efecto, pero firmas analistas de consumo de medios destacan que mercados como el argentino y el mexicano reportan que cerca del 60 % de la población escucha música vía streaming.

Según datos de Kantar Ibope Media, en Centroamérica el país con mayor cantidad de usuarios es Panamá, con el 50 % de la población, segui-

do de Costa Rica (49 %) y Guatemala con (28,7 %).

Datos de Statista destacan que el streaming representó el 65 % de los ingresos mundiales del mercado de la música grabada en 2021, cuando 80 millones de personas se subieron al carro del streaming. Los servicios de música en estas plataformas acumularon 523 millones de usuarios de pago en todo el mundo a finales de 2021.



* Según la Federación Internacional de la Industria Fonográfica, el consumo medio de música en el mundo se disparó en 2022 hasta 20,1 horas semanales, un 9 % más que las 18,4 horas que se registraban en 2021.

* En Panamá, un 48 % de las personas que acceden a sitios de streaming lo hacen en Spotify. Kantar Ibope Media destaca que el 30 % del total usa las aplicaciones en su tiempo libre cuando salen a caminar.

* En el mercado guatemalteco, por ejemplo, el 83 % de los usuarios de las plataformas lo hacen desde dispositivos móviles, mientras que un 18 % escucha entre 15 minutos y una hora de música por día por esta vía.

LO QUE NECESITAS DECIR, DILO EN

ESTRATEGIA&NEGOCIOS

E&N

Así se siente decir algo en una comunidad de
738,000 emprendedores





TUDOR

#BORN TODARE

¿Qué es lo que nos hace grandes? ¿Enfrentarse a lo desconocido, aventurarse por lugares inexplorados y arriesgarlo todo? Este es el espíritu del que nació TUDOR: el espíritu que encarnan todos los relojes de la marca. Algunos prefieren seguir lo establecido. Otros se arriesgan.

Agujas «Snowflake»

Un distintivo de los relojes de submarinismo de TUDOR desde 1969



Calibre de manufactura

MT5400 con reserva de marcha de 70 horas «a prueba de fines de semana», espiral de silicio y certificación oficial del COSC



Caja de 39 milímetros en plata 925



Garantía transferible de cinco años sin necesidad de registro ni de revisiones de mantenimiento periódicas

BLACK BAY FIFTY-EIGHT 925

FSRICHARD
TRADICIÓN PERPETUA 1891

AVIA • Galerías La Pradera

fsrichard.com f fsrichard @ fsrichard

OFFICIAL ROLEX SERVICE CENTER