

Data Export

DATAEXPORT.COM.GT

La conexión al comercio exterior



Mujeres de las **LÍDERES** Exportaciones



En Agenda

AGEXPORT organiza y participa anualmente en más de 100 actividades. Le invitamos a conocer los eventos próximos

Del 19 al 22 de junio

Food Taipei (Taiwán)

Una de las ferias más importantes de Asia. Es considerada la puerta de entrada al mercado asiático con más de 1 mil 700 expositores y más de 60 mil visitantes. Habrá cinco eventos en uno: Foodtech & Pharmatech Taipei, Taipei Pack, Taiwán Horeca, Halal Taiwán.



5 de julio

Lanzamiento del Simposio de Acuicultura 2020

El Sector de Acuicultura y Pesca de AGEXPORT presentará la segunda edición de su simposio a realizarse en 2020



17 de julio

Desayuno para nuevos asociados de los sectores de Servicios y de Contact Center y BPO

Durante la actividad, se dará a conocer la institución, beneficios y planes que los sectores programaron para el 2019



18 de julio



El evento se realizará en el Campus Tec y busca establecer vínculos entre la industria nacional y la tecnología. Habrá un programa de conferencias enfocado en los diferentes sectores productivos



26 al 28 de julio

expomUEBLE

La tradicional exposición y venta de muebles con calidad de exportación se llevará a cabo del 26 al 28 de julio



Para ampliar la información de estos y otros eventos visite <http://export.com.gt/calendario>



Guatemala

ES EL SECRETO



LA ANTIGUA GUATEMALA SACATEPÉQUEZ



#ViajemosEnVacacionesDeMedioAño ¡SORPRÉNDETE!

5 PASOS PARA SER UN BUEN TURISTA

- 1 **INFÓRMATE.** Antes de visitar cualquier lugar, busca toda la información posible sobre el destino, informándote de sus costumbres así como los lugares de interés. También esto te ayudará para ir preparado con la indumentaria adecuada y artículos que te pueden ayudar a mejorar tu experiencia.
- 2 **PREPÁRATE.** Cuando visites el destino que tienes en mente, asegúrate de llevar

lo necesario para estar preparado en tu estadía. También toma en cuenta el equipo adecuado que debes tener para realizar las actividades donde estés y contrata servicios registrados en el INGUAT.

- 3 **PRESERVA.** Visita los lugares de interés y mantenlos intactos, no hagas marcas en ellos y conserva la biodiversidad de la mejor manera para que todos la puedan

seguir apreciando en su totalidad.

- 4 **LIMPIA.** Cuando visites un lugar, mantenlo limpio, si llevas comida o refrescos lleva contigo también un recipiente o bolsa para llevar los desechos de regreso, ya que la basura deteriora considerablemente los atractivos turísticos.

- 5 **RESPETA.** Respeta las costumbres y creencias de los lugares que visitas.

10

A Profundidad

Mujeres Líderes de las Exportaciones

16

Mujeres AGEXPORT

57% de los colaboradores de AGEXPORT son mujeres

22

AGEXPORT Hoy

Resumen de las noticias que los exportadores tienen que conocer

28

Ruta del Exportador

¿Cuál es el mejor mercado para exportar según mi producto o servicio?

34

Una Chilera Historia de Exportación

Conozca el éxito acelerado de una empresa exportadora de salsas picantes.

Patrocinadores institucionales:



AGEXPORT es una institución Carbono Neutral y sus instalaciones cuentan con certificación LEED (Leadership in Energy & Environmental Design)



Síguenos en:

Equipo Editorial

Consejo Editorial
Amador Carballido, Fernando Herrera, Fanny D. Estrada, Marlene Martínez, Patricia Marchorro, Brenda García, Carlos Tárano, Devadit Barahona, Carlos Morales Monzón, Jessica García Kihn.

Dirección Editorial
Marlene Martínez

Editor
José Pablo Coyoy

Dirección de Comercialización y Diseño
Patricia Marchorro

Diseño y Diagramación
Alfredo Monterroso
Diego Acabal
Daniel Cifuentes
Steven Concohã
Amner Aguilar

Colaboradores
Andrea Vides, Diego Monterroso, Jacobo Pieters, Jennifer Fuentes, Nevi Lemus, Wendy Mena

Comercialización
Lucrecia Morales
lucrecia.morales@agexport.org.gt

ASOCIACIÓN GUATEMALTECA
DE EXPORTADORES
-AGEXPORT-

15 avenida 14-72, zona 13, GCA-01013 Ciudad de Guatemala, Guatemala, C. A.
PBX: (502) 2422 3400
E-mail: servicioalcliente@agexport.org.gt
www.export.com.gt

Filial de Occidente
7a. calle 29-25, zona 3, Quetzaltenango, Guatemala
Teléfono: (502) 2422-3400
E-mail: servicioalcliente@agexport.org.gt

JUNTA DIRECTIVA AGEXPORT

Presidente: Licda. Connie de Paiz
Vicepresidente: Lic. Guillermo Montano
Secretario: Lic. Javier Castillo
Director General: Lic. Amador Carballido
Tesorero: Lic. Carlos Gabriel Biguria
Directores:
Ing. Manuel Gordo,
Lic. Carlos Arias,
Lic. Francisco Ralda,
Lic. Jorge Mario del Cid,
Ing. Estuardo Castro,
Ing. Devadit Barahona,
Ing. Antonio Malouf,
Licda. Luisa Villavicencio,
Licda. Leticia Salazar,
Lic. Alfonso Muralles,
Ing. Francisco Viteri,
Lic. Francisco José Menéndez

Secretaría Ejecutiva: Licda. Fanny D. Estrada

Contacto
(502) 2422 3685
dataexport.com.gt
lucrecia.morales@agexport.org.gt

Derechos Reservados 2019: Los artículos publicados en Data Export solamente pueden ser reproducidos con autorización escrita por parte del editor. La responsabilidad de los artículos publicados en Data Export incumbe a sus autores y su publicación no necesariamente significa que AGEXPORT los sancione.

Guatemala

ES EL SECRETO

PARQUE NACIONAL YAXHÁ-NAKUM-NARANJO PETÉN



#ViajemosEnVacacionesDeMedioAño ¡SORPRÉNDETE!

5 PASOS PARA SER UN BUEN TURISTA

- 1 **INFÓRMATE.** Antes de visitar cualquier lugar, busca toda la información posible sobre el destino, informándote de sus costumbres así como los lugares de interés. También esto te ayudará para ir preparado con la indumentaria adecuada y artículos que te pueden ayudar a mejorar tu experiencia.
- 2 **PREPÁRATE.** Cuando visites el destino que tienes en mente, asegúrate de llevar

lo necesario para estar preparado en tu estadía. También toma en cuenta el equipo adecuado que debes tener para realizar las actividades donde estés y contrata servicios registrados en el INGUAT.

- 3 **PRESERVA.** Visita los lugares de interés y mantenlos intactos, no hagas marcas en ellos y conserva la biodiversidad de la mejor manera para que todos la puedan

seguir apreciando en su totalidad.

- 4 **LIMPIA.** Cuando visites un lugar, mantenlo limpio, si llevas comida o refrescos lleva contigo también un recipiente o bolsa para llevar los desechos de regreso, ya que la basura deteriora considerablemente los atractivos turísticos.
- 5 **RESPETA.** Respeta las costumbres y creencias de los lugares que visitas.



Mujeres en la Economía

Fernando Herrera

Director de Servicios al Exportador
AGEXPORT
fernando.herrera@agexport.org.gt

Sobre liderazgo y, en particular, sobre de la participación de las mujeres en empresas hay literatura, historia y muchas perspectivas. En la edición junio - julio de la revista Dataexport queremos ofrecer una visión propositiva sobre la temática, aportar un enfoque de trabajo en equipo.

En la experiencia de AGEXPORT, las alianzas, las propuestas y la filosofía de sumar antes que restar (herencia de nuestro director Amador Carballido - padre -), han sido vitales en la búsqueda de nuestra visión.

Poco más de la mitad de los colaboradores de la institución son mujeres y no ha sido por un sistema de cuotas, sino sencillamente hemos conformado grupos de trabajo que van más allá del género.

En las diferentes comisiones de trabajo, también tenemos la experiencia de integrar alrededor de 60 mujeres en las juntas directivas.

Dicha vivencia alcanza de igual forma a la empleabilidad en cada uno de los sectores.

Vemos a mujeres trabajando en la industria de vestuario y textiles de forma masiva o a un robusto Sector de Manufacturas lleno de proyectos e iniciativas lideradas por mujeres en asociaciones rurales de diversa índole. Por supuesto, hay ejemplos en los sectores de Servicios, Acuicultura y Pesca, Agrícola o de Contact Center y BPO.

La consultora especializada y autora del libro "Liderazgo Femenino", Betina Rama, apunta que, en general, las mujeres

tienden a ser más participativas para encontrar las mejores soluciones dentro del equipo de trabajo. Y esa es solo una de las cualidades de las mujeres en su rol empresarial.

En AGEXPORT somos conscientes de la importancia de la participación femenina en las exportaciones guatemaltecas y de su liderazgo en las comisiones que conforman la institución. En el ámbito local, las cifras también nos dan información importante sobre ello: 149 mil 519 mujeres son

representantes legales ante el Registro Mercantil y suman 3.9 millones inscritas ante la Superintendencia de Administración Tributaria.

Sabemos también que el 75 por ciento de los créditos otorgados en el sistema bancario nacional para la industria manufacturera, es para mujeres, según estadísticas de la Superintendencia de Bancos.

Esta edición de la revista Dataexport se elaboró pensando en ofrecer información que destaque el valor del trabajo en equipo a la luz de la valiosa labor de las mujeres en este sector económico.

Por nuestra parte, creemos en el trabajo de las personas, perseguimos nuestro propósito: hacer de Guatemala un país exportador.

En AGEXPORT somos conscientes de la importancia de la participación femenina en las exportaciones guatemaltecas y de su liderazgo en las comisiones de trabajo



COTTON USA
 SOURCING PROGRAM
 COTTONUSASOURCING.COM



CALIDAD ■ CONSISTENCIA ■ SOSTENIBILIDAD

**Hilos y Telas de los Estados Unidos:
 Relaciones y Materias Primas en las que Puede Confiar**



COTTON USA
 SOURCING PROGRAM
 COTTONUSASOURCING.COM

Visite nuestro sitio web: www.cottonusasourcing.com
 Si desea más información, comuníquese a:
 +506-2224-0740 o al email: fschuyler@cotton.org

¿Cómo vamos?

Las exportaciones en el primer trimestre de 2019

Las exportaciones del primer trimestre de 2019 acumularon US\$ 2 mil 822 millones, lo que significa una disminución de US\$ 50.4 millones en comparación a ese mismo período en 2018.

Por: José Chávez – analista de competitividad de AGEXPORT / Con colaboración de Wendy Mena

EXPORTACIONES MENSUALES (2018 VS 2019)



El comportamiento a la baja puede deberse a estos factores:

El primer factor es la baja histórica del precio de las materias primas en el mundo. El quintal de café llegó al precio mínimo de US\$ 88, mientras que el azúcar alcanzó el mínimo de US\$ 11 por quintal. La erosión, tanto en el precio como en el volumen exportado, tuvieron incidencia la cifra.

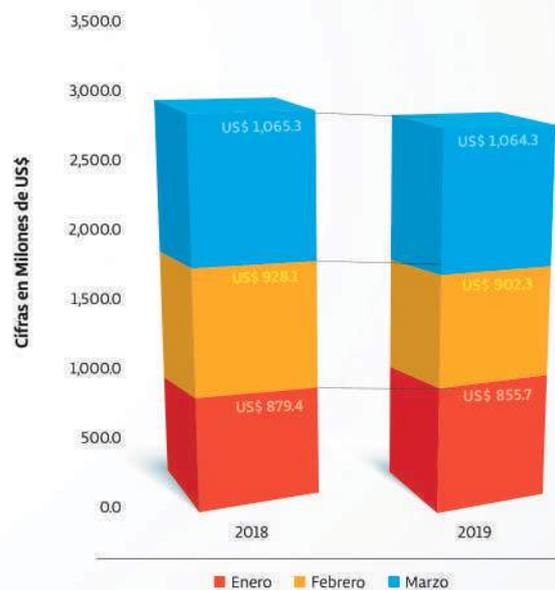
El segundo factor es la desaceleración económica mundial. Recientemente el Fondo Monetario Internacional (FMI) revisó a la baja el crecimiento

económico global, esto considerando la desaceleración del mayor comprador de materias primas del planeta, China, y la recesión de varias economías europeas y latinoamericanas.

Por último, un tercer factor lo genera el efecto interno de la apreciación del tipo de cambio. Este experimentó fuertes presiones a la baja por parte del mercado de divisas, lo que provocó que el atractivo comercial de los productos guatemaltecos se viera afectado respecto a otros homogéneos producidos por países competidores con políticas económicas de depreciación.

Sin embargo, la perspectiva es que las exportaciones comiencen a nivelarse, como se aprecia en la siguiente gráfica:

EXPORTACIONES MENSUALES (2018 VS 2019)



TOP DE DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES EN EL PRIMER TRIMESTRE 2019



EXPORTACIONES MENSUALES POR DESTINO



Mujeres líderes DE LAS Exportaciones

Según una investigación de Grant Thornton International, las mujeres ocupan 29 por ciento de los cargos de liderazgo senior a nivel mundial en empresas.

Por: Dataexport



Convenio 175 de la OIT

La reglamentación del Convenio 175 de la Organización Internacional del Trabajo -OIT- permitirá que más mujeres guatemaltecas tengan un empleo formal, de acuerdo a su tiempo y necesidades.

El Registro Mercantil informó a Dataexport que en Guatemala aparecen como representantes legales de empresas

**149 mil 519
Mujeres**

La Superintendencia de Administración Tributaria (SAT), reportó que el 46 por ciento de los contribuyentes son mujeres, es decir:

3.9 millones

En Guatemala, son mayoría. La proyección más reciente del Instituto Nacional de Estadística (a 2015) señala que en el país hay 8.3 millones de mujeres.

La visión combinada de hombres y mujeres en la dirección empresas permite incrementar la productividad. Así lo señala una investigación (McKinsey & Company. Women Matter 2014. p. 6), la cual afirma que **“se estima que las compañías donde tres o más mujeres ejercen funciones ejecutivas superiores registran un desempeño más alto en todos los aspectos de la eficacia organizacional”**.

En AGEXPORT, por ejemplo, hay aproximadamente 60 mujeres que integran alguna de las juntas directivas establecidas en las comisiones de trabajo. Además, se trabaja en la implementación de un comité específico para promover la participación de las mujeres en la actividad exportadora.

Ya en 1995, Sally Helgesen en su bestseller “La ventaja femenina: las formas de liderazgo de las mujeres”, aseguraba que, a diferencia de los hombres, que parecen agotarse en el día a día, las mujeres son más constantes no perdiendo de vista la perspectiva a largo plazo.

Desde luego hay retos. En Guatemala, según ONU Mujeres, el trabajo femenino no remunerado

representaría el 20 por ciento del Producto Interno Bruto (PIB) y la brecha salarial entre hombres y mujeres alcanza los 30 puntos porcentuales.

Pero también hay que reconocer a quienes participan activamente en la economía. El Registro Mercantil informó a Dataexport que en Guatemala aparecen como representantes legales de empresas **149 mil 519 mujeres**. La Superintendencia de Administración Tributaria (SAT), reportó que el 46 por ciento de los contribuyentes son mujeres, es decir, **3.9 millones**.

En todos los sectores de exportación es posible apreciar la calidad del trabajo de mujeres: manufacturas, servicios, agrícola, vestuario y textiles, acuicultura y pesca y contact center y BPO. Desde tejidos hechos a mano hasta camarones o arvejas que son empacadas para comercializarse en el extranjero; desde empresas dirigidas por mujeres en oficinas con clientes afuera del país hasta asociaciones rurales agrícolas.

Las exportaciones no discriminan, son incluyentes.

“Hay que reconocer que el sector exportador es uno de los más cumplidores en términos Responsabilidad Social Empresarial que a su vez apuntan a los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Desde luego, es una exigencia de los mercados, es un factor de competitividad”, afirmó el director ejecutivo del Centro para la Acción de la Responsabilidad Social Empresarial en Guatemala, Juan Pablo Morataya.

Trabajo en **equipo**

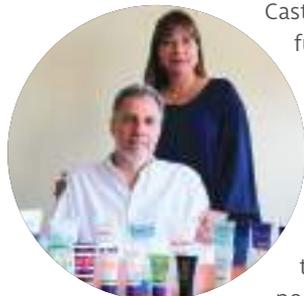
De importadores a exportadores

Cristian trabajó por 15 años en una empresa familiar propiedad de su suegro. La compañía, un laboratorio farmacéutico, importaba de México los envases plásticos que utilizaba, hasta que fue el propio proveedor quien les ofreció la representación en Guatemala y ampliar el giro de su negocio. Ello provocó la creación de una empresa hermana: Casma.

“Recién acababa de nacer nuestro segundo hijo, pero Walleska – su esposa – tuvo la visión de atender al mercado cosmético y ya no solo al farmacéutico”,

contó el gerente general de Casma, Cristian Castillo. Sin embargo, según Cristian, fue la incorporación de Walleska al nuevo negocio y su visión para la gestión comercial lo que hizo crecer la empresa.

Casma ahora produce para venta local y de exportación tubos flexibles (que son utilizados, por ejemplo, por empresas que comercializan cremas, bloqueadores solares, etcétera). Genera empleo para 50 personas y ya atienden a las industrias veterinaria, alimenticia e industrial, además de las cosméticas y farmacéuticas.



Aprovechar las fortalezas de cada uno

La experiencia de Pablo Cordón de la empresa Ethikos Global con su esposa Ingrid Gamboa, le ha llevado por un camino de madurez y reconocer el talento de cada uno en diferentes áreas.

“Trabajar en pareja significa aprovechar las fortalezas de cada uno. Ingrid tiene una visión de lo estratégico y financiero mucho más agudo que yo; en cambio lo comercial es mi fuerte”, contó Pablo a Dataexport.

Ingrid, que también dirige la empresa familiar Avalon – un contact center –, confiesa que lo



más difícil de trabajar con su esposo es que antes tenía mayor individualidad en el trabajo. “Antes tomaba mis propias decisiones, pero ya como socios, tenía que consultarlas con Pablo (y viceversa)”.

Pero, según los entrevistados, ha sido justamente esa situación la que les ha hecho unirse más porque “invertimos nuestro patrimonio, tenemos una meta en común que nos obliga a llegar a acuerdos”, aseguró Ingrid.

Otros casos de éxito.

Mireya Archila – directora ejecutiva de Geoambiente y asociada de la Comisión de Laboratorios de AGEXPORT. Tiene un B. Sc. en geología por la Universidad Lousiana; realizó estudios de geoquímica en Brasil, de gestión ambiental en México y de evaluación estratégica ambiental en Canadá.



La empresa que dirige innovó trayendo al país el primer laboratorio móvil de calidad del aire, que sirve para hacer mediciones en tiempo real. Se trata de una especie de tráiler en donde se transportan todos los analizadores, incluidos los de ruido, de emisiones de las chimeneas, entre otros. Ya han exportado sus servicios a Honduras, Nicaragua y México.

Café de Mujer: l'xkapeh / Asociados de la Comisión de Cafés diferenciados de AGEXPORT.

En Unión Cantinil, un municipio de reciente creación en Huehuetenango, se cultiva el café l'xkapeh. Este es producido por 50 mujeres que ya están exportando a Estados Unidos. Zubmy Yamileth Granados es una de esas mujeres y con orgullo afirma que “es café solo de mujeres, no es de nuestros esposos ni papás, solo de nosotras”. Este café es el que se degusta en las instalaciones de AGEXPORT.



Mujeres en las exportaciones



Gloria Elena Polanco – Es la pionera de las agroexportaciones guatemaltecas. A finales de la década de 1970, mientras vivía en Europa, se percató de que no había tantas frutas y vegetales de la variedad y cantidad que en su natal Guatemala. Por aquel entonces, durante un viaje a Londres, encontró unos mangos importados de India.

Así fue como identificó una oportunidad para la agroexportación nacional. Sin mayor conocimiento sobre la actividad exportadora, pero aprovechando el conocimiento de la oficina antecesora de AGEXPORT (Guatexpro), Gloria Elena, comenzó a vender al extranjero. Actualmente dirige la empresa Frutesa, exportadora de arvejas, ejotes y aguacates.



Leticia Salazar Lima – Sus habilidades de liderazgo, capacidad de análisis, creatividad e innovación la llevan hoy a ocupar el puesto de Gerente General de Carga Global para Guatemala y El Salvador; esta empresa se dedica al diseño de logística para empresas exportadoras e importadoras, pionera en Guatemala en la creación del servicio marítimo de exportación de carga consolidada en contenedores.

Es presidente de la Comisión de Servicios al Exportador de AGEXPORT -SIEX- y Directora de la Junta Directiva General de la institución. Ha promovido y liderado eventos como el Congreso del Operador Económico Autorizado.

“En mi carrera profesional he enfrentado muchos retos, considero que el más importante ha sido el que me he planteado a mí misma: ser una mamá ejemplar y una empresaria y líder exitosa.



Emma Gutiérrez – Es diseñadora industrial por la Universidad Rafael Landívar. Integra la Junta Directiva de la Comisión Hecho a Mano de AGEXPORT. En 2016 inició tres proyectos propios en los cuales participan artesanos de 10 comunidades diferentes de Guatemala, utilizando técnicas tradicionales de telar de cintura, telar de pedal, bordado a mano, mostacilla, cerámica, herrería y vidrio reciclado.

“Creo que estamos en un momento en que la mujer ha sido reconocida por sus capacidades. Actualmente trabajo con artesanos y muchos son hombres, pero todo funciona muy bien. Es importante creer en las capacidades que uno tiene”, comentó.



Natalia Ralda – Licenciada en administración de empresas e integrante de la Junta Directiva de la Comisión de Cosméticos de AGEXPORT y del comité de AGEXPORT Joven. “El papel de las mujeres se ha vuelto fundamental en la gestión empresarial, está marcando historia.

Las mujeres jóvenes tenemos la dicha de vivir en una época en donde las reglas del juego cambiaron, es por esto que estamos muy empoderadas, tenemos ganas de trabajar, crear impacto, hacer negocios y obtener resultados. Las exportaciones son importantes ya que aceleran el proceso de crecimiento de una empresa y abren posibilidades globales, minimizando barreras de cualquier tipo como género, edad o etnia”.

“Según un estudio de McKinsey Global Institute, si hubiese igualdad de oportunidades para las mujeres en el mercado laboral, el PIB mundial anual aumentaría en US\$ 28 billones para 2025. Esto se traduce en un crecimiento del 26 por ciento en la economía mundial.”

Adriana Quiñones: Las mujeres guatemaltecas son innovadoras

La Representante de País de ONU Mujeres, Adriana Quiñones, conversó con Dataexport sobre el trabajo que esa organización realiza localmente.

Por: Dataexport

Uno de los ejes de trabajo de ONU Mujeres es el empoderamiento económico, ¿en qué consiste?

R / Tiene que ver con varios aspectos, vemos las leyes que facilitan u obstaculizan el acceso de las mujeres a créditos, a propiedades, a capacitación o a empleo. Miramos cuáles son las condiciones en un país para que las mujeres participen en igualdad de condiciones.

Hemos descubierto, por ejemplo, que hay algunas dificultades para que las mujeres hereden propiedades en Guatemala porque hay legislación discriminatoria. Después pasamos a entender cómo funcionan los mercados, qué capacidad tienen de acceder a empleos o generarse empleo formal.

En Guatemala la mayoría de las mujeres están en el sector informal y estos empleos no tienen acceso a seguridad social ni salario mínimo, entonces podemos decir que las mujeres están en situación vulnerable. Hemos descubierto que la mayoría de mujeres que trabajan en actividades domésticas están en su edad más productiva, desde los 14 hasta los 45 años y es justo ese tipo de empleos los que son menos remunerados. En la fuerza laboral, solo el 40 por ciento son mujeres. Nosotros hemos apoyado a mujeres en Alta

Verapaz para que comiencen sus grupos de ahorro, sus microemprendimientos y ahora las estamos vinculando a mercados locales, gracias a las mesas de competitividad y en los consejos de desarrollo.

Entiendo que están procurando cuantificar el trabajo no remunerado de las mujeres. ¿Qué cifras hay en Guatemala?

R / Apoyamos estudios de uso del tiempo y sabemos que las mujeres (en Guatemala) trabajan en promedio seis horas más que los hombres, sin remuneración.

Es casi una jornada laboral completa y esa es una barrera a la participación de las mujeres. El trabajo no remunerado representa el 20 por ciento del Producto Interno Bruto (PIB), según estimaciones que se han hecho.

Mckinsey (una firma estratégica global focalizada en la administración) hizo un estudio muy interesante y decía: si logramos incluir a todas las mujeres en la fuerza laboral esto repercutiría en un incremento del 25 por ciento del PIB; también se hicieron cálculos para determinar en cuánto tiempo se lograría esto y se hablaba de 100 años. Por eso necesitamos empujar la escala y no solo tener pequeños ejemplos.

LAS MUJERES EN LA POBLACIÓN ACTIVA MUNDIAL
PROPORCIÓN POR SECTOR



Cifras según ONU Mujeres



Adriana Quiñones,
La Representante de País de ONU
Mujeres,

Seguramente hay muchas aristas, pero ¿qué cosas urgentes faltan por hacer para involucrar más mujeres en la economía?

R / Hay un tema importante y es el acceso a la educación. Vemos en las comunidades rurales que las niñas abandonan la educación al terminar la primaria, eso restringe las oportunidades. El embarazo adolescente y el matrimonio temprano también es un factor, porque una niña que abandona la escuela y tiene hijos joven pierde en promedio cuatro años de educación formal y eso es el tiempo de un bachillerato o una carrera universitaria y entonces los empleos a los que puede acceder son de menores ingresos.

Ese es un tema muy importante pero también hacemos un estudio sobre legislación discriminatoria en el empoderamiento económico de las mujeres en Guatemala.

Un asunto importante es cómo podemos preparar al recurso humano para los trabajos del futuro, hay estudios que señalan que el trabajo de cuidado uno a uno son los del futuro porque la mayoría de los otros se automatizarán, entonces hay que pensar cómo podemos preparar a esa fuerza laboral para que esté certificada.

Hay mucha inversión en Guatemala en el tema de microemprendimiento, pero no necesariamente se acompaña a las empresas para integrarse a los mercados nacionales

o internacionales, por eso las compras con perspectiva de género son importantes.

¿Cómo ve a la mujer guatemalteca?

R / Para mí son sobre todo innovadoras, emprendedoras y la riqueza cultural del país con los diferentes idiomas mayas y todo el arte que tienen es sorprendente, porque existe a pesar de haber sufrido muchísima discriminación.

Nosotros tenemos dos programas globales para la eliminación de violencia contra las mujeres y para la igualdad de género con empoderamiento económico y participación política; cada año lanzamos concursos en todo el mundo y participan alrededor de 6 mil organizaciones y siempre hay una de Guatemala que gana.

Entonces las mujeres guatemaltecas están produciendo muchas soluciones y a veces no las vemos porque son a pequeña escala. Siento que Guatemala es un ejemplo de cómo las mujeres han sido constructoras de la paz, del desarrollo, de redefinir temas de resiliencia.

Son las mujeres las que crean programas de prevención, de cambio climático, etcétera. Quizás no se ve porque lo hacen gratis, pero si lo cuantificáramos, es lo que cobra un consultor por hacer soluciones adaptadas al terreno, eso hacen las mujeres guatemaltecas.

LAS MUJERES EN PUESTOS DE LIDERAZGO

ESCAÑOS PARLAMENTARIOS
23% MUJERES



CARGOS DE DIRECCIÓN GENERAL
EN EMPRESAS INCLUIDAS EN LA
LISTA FORTUNE 500
4% MUJERES



Cifras globales según ONU Mujeres

Mujeres AGEXPORT

Hay mujeres en la Junta Directiva general, en las gerencias de departamento, en las gerencias de sector, en la coordinación de comisiones, en puestos operativos, en mandos medios: en todos los niveles y en todas las áreas de trabajo. De hecho, son mayoría en la institución, el 140 de 245 colaboradores son mujeres.

Con esta fotografía y esta edición especial de la revista Dataexport queremos destacar el rol de las mujeres en la institución y en la economía.

Por: Dataexport



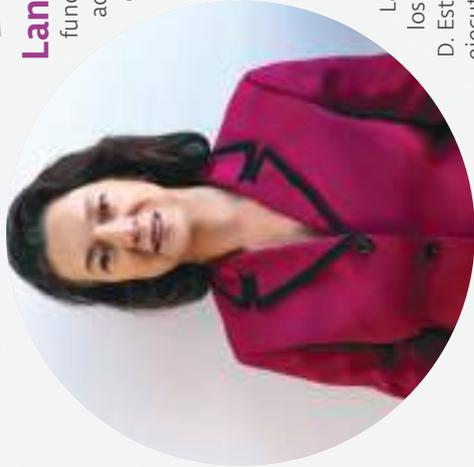
Amador Carballido - Director General de Agexport

“El compromiso con la misión y visión de hacer de Guatemala un país exportador es el valor más grande que ha unido el talento de mujeres y hombres en AGEXPORT, lo cual forma parte de su mística”.



Landa Ketty Miranda.

Es una de las colaboradoras fundadoras de la institución. Ha servido desde el ámbito administrativo a diferentes generaciones de exportadores. Ella es parte del equipo que vela por el uso óptimo de los recursos financieros, la transparencia en su uso, y la rendición de cuentas de AGEXPORT. “Ser parte de AGEXPORT ha sido una experiencia increíble, porque desde sus inicios ha sido una institución incluyente en todo sentido y por supuesto, eso incluye el aspecto de género, ya que la discriminación hacia la mujer nunca han sido parte de su accionar ni mucho menos de su política”.



Landa comentó que para ella ha sido muy inspirador que, desde los inicios de la institución, la dirección fuera ejercida por Fanny D. Estrada, quien “además de ser toda una dama, fue la persona que ejecutó la estrategia de las juntas directivas que iniciaron y que han ejercido un liderazgo espectacular hasta llevar a la actual presidencia a una mujer”.

“En AGEXPORT participan mujeres en todos los niveles: dirección, ejecutivo y operativo. De hecho, las mujeres son mayoría en muchos períodos, porque han prevalecido las capacidades, mística y formación”.



Del personal de AGEXPORT son mujeres



Rita Cruz y Cruz. “Doña Rita”, como le conocen quienes han tenido el gusto de compartir con ella en el ámbito laboral, llega todos los días a las 6 de la mañana a AGEXPORT. Trabaja en el área de Servicios Generales, asistiendo en el quinto nivel.



Se ha ganado el cariño de visitantes y colaboradores de la institución tras más de dos décadas de trabajo, gracias a su entusiasmo y disposición de servicio.

“En este lugar Dios me permitió sacar a mis hijos adelante, la mayor ya es abogada y notaria y fue gracias a este trabajo que pude darles estudio. Para mí ha sido una experiencia excelente trabajar en AGEXPORT”, relató.

“AGEXPORT ha crecido bastante. Me he dado cuenta de la superación que hay. Aquí trabajamos muchas mujeres y pienso que es porque en este tiempo – y no es por hacer de menos a los hombres (rie) – tenemos entusiasmo y somos dinámicas”, comentó.

Doña Rita llegó a AGEXPORT como colaboradora externa en 1994 y debido a su buen trabajo, fue contratada directamente por la institución cinco años después.



Fanny D. Estrada.

Fanny ha dedicado su vida al desarrollo de las exportaciones de Guatemala. Estudió mercadeo en la Universidad Rafael Landívar y al egresar de inmediato se involucró a Guatexpro, una entidad gubernamental dedicada a la promoción de las exportaciones que nueve años después fue cerrada. “Los empresarios exportadores ya estaban vinculados a esa organización y entonces me ofrecieron formar parte de lo que hoy conocemos como AGEXPORT”, comentó.



Cuando le preguntan sobre las dificultades en el ámbito laboral, de inmediato responde que para ella no existen.

“Yo veo retos y oportunidades; desde luego, todo tiene su lado negativo y positivo”, indicó. “He sido testigo de cómo muchas mujeres, encadenadas a cadenas productivas de exportación, han alcanzado el desarrollo a través del empleo formal. Por supuesto, también hay emprendedoras que con su tenacidad han alcanzado el éxito. Las exportaciones no discriminan”, finalizó.

Exportaciones guatemaltecas solo para mujeres

Guatemala exporta poco más de 4 mil bienes y servicios al mundo. En esta infografía le presentamos algunos productos que, según las partidas arancelarias, son para mujeres.

Por: Dataexport

Valor exportado en 2018 (cifras en US\$)



Abrigos, chaquetones, capas o similares para mujeres (de punto)

US \$ 978,946



Trajes de sastre, conjunto sacos, faldas, vestidos para mujeres

US \$ 65,071,127



Blusas de punto para mujeres o niñas

US \$ 288,821,097



Combinaciones (incluidas las que no llegan hasta la cintura)

US \$ 3,792,933



Bañadores de punto de fibras sintéticas para mujeres y niñas

US \$ 71,708



Bañadores de punto (con materia textil) para mujeres y niñas

US \$ 2,668



Bañadores para mujeres y niñas (exclusiva de punto)

US \$ 1,693



Abrigos, chaquetones, capas

US \$ 11,266,077



Trajes sastre, conjuntos, faldas, falda pantalón, pantalones

US \$ 202,232,037



Prendas de vestir confeccionadas con tejidos

US \$ 31,032



Camisetas interiores, combinaciones

US \$ 200,162



Blusas para mujeres y niñas

US \$ 6,916,167



Medias para mujeres

US \$ 35,030

Bolsos de mano

Bolsos de mano (carteras), incluso con bandolera o sin asas, con exterior de cuero
US\$ 1,100,973

Bolsos de mano (carteras), incluso con bandolera o sin asas, con exterior de plástico o textil
US\$ 74,186

Bolsos de mano (carteras), incluso con bandolera o sin asas, los demás
US\$ 1,615,262



REUNIÓN PORTUARIA
DEL ISTMO CENTROAMERICANO

XLI REPICA



ORGANIZADO POR:



SICA
Sistema de la Integración
Centroamericana



Comisión
Portuaria
Nacional
Guatemala

ANTIGUA GUATEMALA
**26 al 30 DE
AGOSTO
2019**

repica@cpn.gob.gt
www.cpn.gob.gt



/comisionportuarianacional





Cómo la industria de vestuario y textiles

• apoya a la **reinserción**

de mujeres privadas de libertad en Guatemala

Por: Dataexport

20



Máquinas de coser fuerón donadas

58



Mujeres serán capacitadas



En el municipio de Fraijanes, Guatemala, se ubica el Complejo Carcelario Pavón, en donde se desarrolla un nuevo modelo de gestión penitenciario. Este implementa un plan llamado cero ocio, el cual capacita constantemente a 58 mujeres en diferentes temáticas.

A raíz de ello, la Asociación de la Industria de Vestuario y Textiles – Vestex – donó 20 máquinas de coser para que 58 mujeres sean capacitadas en el ramo de corte y confección por parte del Instituto Técnico de Capacitación y Productividad – INTECAP –.

El sector del vestuario y los textiles en Guatemala constituyen el principal producto de exportación del país, superando los US\$ 1 mil 700 millones en ventas foráneas por año. Además, el 46 por ciento de las plazas de trabajo que requiere son ocupadas por mujeres.

En cuanto al proyecto en Pavón, se estima que, en un plazo no mayor de tres meses a partir de la quincena de marzo de 2019, las participantes aprenderán a confeccionar una prenda de vestir. De



esa forma, al cumplir sus condenas, podrán emprender o adquirir un empleo en las empresas del sector.

La iniciativa forma parte de las acciones de la fundación FUNTEJER, misma que desde 2011 ofrece asistencia y actividades de proyección social en diferentes áreas de impacto de la industria.

Otros proyectos en los que la fundación ha colaborado son con la Asociación de Mujeres Viudas de Pilotos del Transporte Público, con la municipalidad de Masagua (Escuintla), con la Cooperativa Integral de Producción Textil La Estancia, R. L., y con el propio Intecap. Con esta última institución la alianza ha servido para capacitar a sobrevivientes de la erupción del volcán de Fuego.

Las noticias que los **exportadores** TIENEN QUE CONOCER

En las últimas semanas se desarrollaron eventos relevantes para el sector exportador.
A continuación, le ofrecemos un resumen:

Por: Andrea Vides – AGEXPORT Hoy



1.

El Congreso de la República aprobó nuevos mecanismos para la devolución del crédito fiscal

Mediante el Decreto 4-2019, se aprobó la Ley para la Reactivación Económica del Café, la cual incluyó la creación de un mecanismo electrónico para la devolución del crédito fiscal, lo que permitirá agilizar el proceso. La medida aplicará para empresas incorporadas en el Régimen de Factura Electrónica en Línea.



2.

Plan piloto permitirá la formación en idioma inglés de 200 estudiantes de la Escuela Nacional de Ciencias Comerciales

El Sector de Contact Center y BPO de AGEXPORT en alianza con el Ministerio de Trabajo y Previsión Social y la Dirección General de Gestión de Calidad Educativa y el Programa Nacional de Educación Alternativa del Ministerio de Educación, implementaron el primer proyecto para la formación en idioma inglés en centros educativos públicos.

Según la gerente de ese sector, Ninoshka Linde, dicha iniciativa permitirá que 200 alumnos de la carrera de perito contador aprendan el inglés como herramienta de trabajo.





Visite: <http://agexporthoy.export.com.gt>
o escanee el código QR



3.

Mercado chileno degusta del mango guatemalteco

Después de dos años de gestiones con apoyo de autoridades gubernamentales nacionales, de Chile y del Comité de Mango de AGEXPORT, se envió el primer contenedor cargado con 22 mil 400 kilos de mango Tommy. La primera exportación de mango fresco de Guatemala hacia Chile se realizó el 10 de abril de 2019.



4.

AGEXPORT contribuye con 40 proyectos para el cumplimiento de los ODS

AGEXPORT ha contribuido con el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible a través de 40 proyectos que han impactado en promedio, a 422 mil 345 guatemaltecos. Esto se dio a conocer en un evento conjunto con el resto de cámaras del sector privado nacional. Estos proyectos impactan en la seguridad alimentaria y nutricional, valor económico, entre otros.



5.

Integrantes del FMI conocieron iniciativas de AGEXPORT para generar empleo formal

Representantes del Fondo Monetario Internacional (FMI) sostuvieron una reunión con integrantes de AGEXPORT, con el objetivo de evaluar el desempeño económico de Guatemala, esto en el marco del Artículo IV del Convenio Constitutivo del FMI.



6.

AGEXPORT se sumó a la gira mundial de los United Buddy Bears

Desde hace más de 17 años la exposición United Buddy Bears ha visitado alrededor de 29 países del mundo llevando un mensaje de tolerancia y convivencia pacífica. AGEXPORT se sumó como uno de los patrocinadores de la iniciativa. La exposición se presentó en La Antigua Guatemala y en la Ciudad de Guatemala durante abril y junio

Los programas de cumplimiento no son únicamente para las grandes empresas. Se pueden y deben hacer a la medida.

La preocupación creciente por la ética y el compliance es un fenómeno que tiene explicaciones que son necesarias conocer y entender para avanzar en la determinación de los estándares que debemos gestionar para tener un efectivo impacto en las organizaciones.

El compliance es un conjunto de políticas y procedimientos encaminados al cumplimiento normativo por parte de la empresa y de todos sus empleados. Incluye normativa nacional, internacional e interna. Esta normativa afecta la actividad empresarial directamente.

Pareciera que esta visión llegó para quedarse, pero aún existe mucho desconocimiento acerca de la forma de implementar programas eficaces de compliance.

Tan importante es la efectividad del programa de cumplimiento

como el programa mismo. Su implementación en la empresa debe ir enfocado directamente con el nivel de riesgo, tamaño, giro, posicionamiento en el mercado y socios comerciales de la empresa.

No es necesario un programa de cumplimiento elaborado y complejo si las operaciones o riesgos de la empresa no las son.

El mito del costo elevado y la cantidad de horas que hay que invertir para implementar un programa de cumplimiento debe de ser, a mi criterio, erradicado.

El tamaño y la complejidad de un programa de cumplimiento en la empresa es consecuencia directa de haber identificado el nivel de riesgo que tiene la empresa. Para esto, es importante realizar un proceso de evaluación de riesgos, mejor conocido como Risk assessment.

Implementar un programa sin antes haber definido e identificado los riesgos es implementarlo con los ojos cerrados.

Paola de la Torre
Abogada
pdelatorre@blplegal.com



Los programas de cumplimiento
no son únicamente
para las grandes
empresas

Gaby Gordo

Gerente de comunicación y cultura corporativa de Allied Global
Integrante de New Gen-AGEXPORT



La importancia de empoderar a las mujeres de comunidades rurales

Uno de mis primeros trabajos al graduarme de la universidad fue en una fundación en Guatemala, en el cual supervisaba proyectos de prevención de desnutrición crónica y de tecnología educativa en departamentos como Quiché, Chimaltenango y Sacatepéquez. Viajaba aproximadamente una vez al mes a estos lugares, convivía con mujeres, madres y niños para escuchar sus historias y experiencias.

Recuerdo vivamente una vez que platicué con mujeres artesanas sobre los productos que confeccionaban y cómo los vendían. Una de las señoras trabajaba cintas de mostacilla, dependiendo de lo largo de la cinta y del tipo de diseño, estas le podían tomar desde tres días hasta casi un mes en terminarlas.

Ella me contó que le vendía a un señor, quien le proveía los materiales y este luego las revendía en mercados centrales o en la Ciudad de Guatemala. Por cada mostacilla, dependiendo del largo, le pagaba solamente entre Q 5 a Q 10.

Recuerdo mi indignación al escuchar lo que estaba ganando la señora por su trabajo hecho a mano, sabiendo que, en mercados centrales o en el extranjero, se venden a un precio mucho mayor.

Fue entonces que entendí que para que estas mujeres puedan participar activamente en la

economía con condiciones adecuadas, había que llegar a ellas, capacitarlas y conectarlas a través de cadenas de exportación o comercio.

En un país como el nuestro, donde hay una economía centralizada, es difícil lograr estas conexiones, pero no es imposible.

Como país, como personas, como empresas e instituciones, tenemos que trabajar para lograr llevar mejores condiciones y oportunidades de trabajo, de negocios, de exportación a todas estas mujeres y comunidades.

Un ejemplo de iniciativas positivas es la “Metodología para el desarrollo económico de grupos de mujeres en el área rural de Guatemala” que AGEXPORT está impulsando.

Con esta, la asociación busca lograr la inclusión económica y empoderamiento de mujeres del área rural, conectándolas a la economía a través de cadenas de exportación.

Durante el tiempo que trabajé en la fundación, pude ver cómo, al empoderar y educar a una mujer, se traslada ese conocimiento a toda su familia, y esto, a largo plazo, es de gran beneficio y crecimiento para la sociedad guatemalteca.



Nuevos Asociados AGEXPORT

AGEXPORT es una institución con 37 años de servicio, cuyo propósito es fomentar el desarrollo económico y social a través de las exportaciones.

Al comparar el crecimiento total de las exportaciones 2018 con el de empresas asociadas del mismo período, las estimaciones internas permitieron establecer que aquellas empresas asociadas a AGEXPORT experimentaron un aumento a un ritmo más acelerado que las exportaciones del país.

Lo anterior evidencia que el trabajo de los Sectores, Comisiones y Comités de trabajo, así como de las diferentes áreas de servicio de la institución, inciden directamente en la concreción de negocios de las empresas.

Cursos, seminarios y talleres exclusivos para asociados, pero además de una dinámica de networking e información oportuna, son solo parte del alcance que la plataforma institucional dispone desde el primer día para aquellos que deciden formar parte de AGEXPORT.

Queremos trasladar una calurosa bienvenida a los nuevos asociados, quienes a partir de ahora forman parte del grupo de empresas que buscan hacer de Guatemala un país exportador.

AMIKOO GUATEMALA

info@amikoo.com.gt
Redes sociales: Amikoo.Guatemala
Marca guatemalteca que desea expresar amor y nacionalidad a través de nuestros productos y diseños para mascotas.



CREACIONES THELMA DAVILA

info@thelmadavila.com
www.thelmadavila.com
Piezas exclusivas hechas a mano por artesanos guatemaltecos.



FAMESA INTERNACIONAL

eliu.dubon@gci.com.gt
PBX: (502) 2320 9200
www.facebook.com/FamesaCentroAmerica
Empresa dedicada a la venta de muebles retail en Guatemala y Centroamérica, especializada en roperos, closets, cocinas, alacenas, centros de entretenimiento, camas y salas.



CHEMMER AMERICAS, S.A

PBX: (502) 6637-1586
info@chemmeramericas.com
www.superfuerte.com
Tu mundo quebrado..... Pégalo



TECNIFORJA NOE

ja_rc1996@hotmail.com
Teléfono: 54070733
Productos decorativos en hierro forjado



EXPORTACIONES E IMPORTACIONES EXCLUSIVAS

crivas@exclusivas.com.gt
PBX: 40585520
www.exclusivas.com.gt
Comercializan variedad de productos típicos y artesanales de alta calidad de las regiones más emblemáticas de Guatemala.



Le invitamos a informarse sobre los eventos institucionales en este link:
<http://export.com.gt/calendario>

También puede conocer la Ruta del Exportador en el link:
<http://export.com.gt/la-ruta-del-exportador>



FUSION CAFE

ventas@fusioncafe.com.gt
Celular: 4221-1501
www.fusioncafe.com.gt

Fabricantes de top y barra de cocina, recubierto con laminado de alta presión que aporta una superficie antibacteriana.



BALNEARIO CECILINDA

grutasdelreymarcos@gmail.com
Tel: 53089307

www.grutasdelreymarcos.com

Uno de los principales destinos de Alta Verapaz, donde pueden apreciar una de las grutas más legendarias del país, se brindan recorridos y diferentes actividades.



MAYA REAL CENTRO NATURISTA

La Cabaña San Cristobal
PBX: 3379-8471

spa.lacabana@gmail.com
www.lacabañaguatemala.com

Centro naturista de salud integral y Spa



CENTRAL CALIFORNIA TMS GUATEMALA

info@depresionclinica.com
Teléfono: 2296-2726
www.depresionclinica.com

Clinica especializada en el tratamiento de la Depresión Clínica Severa, Ansiedad y Migraña con Estimulación Magnética Transcranial



GRUPO SOSTAVISA

mr@gruposostavisa.com
PBX: (502) 2308-5223

<http://gruposostavisa.com/>

Tour operador y DMC que se dedica a planeación y operación de circuitos personalizados que sorprenderán a cada uno de sus visitantes.



TOP TRAVEL

info@toptravelguatemala.com
PBX: 44800022

www.toptravelguatemala.com

Empresa dedicada a la actividad turística Internacional. Diversifican su producto a través de tecnologías de vanguardia y fortalecimiento del servicio personalizado a través de la dignificación humana.



VIDEOVISION M.M.

estuardotorres5555@gmail.com
PBX: 54138361

Redes sociales FB, Instagram

Productora de contenido especializados en transmisiones en vivo vía web, crean contenido original, asesoran empresas y producen eventos con el fin de incrementar funcionalidad online.



CLOUD

project-manager@cloud.com.gt

PBX: 24408552

<http://www.cloud.com.gt>

Cloud ERP, Cloud Comercial, Cloud POS. Servicios: Implementación, consultoría y desarrollo de aplicaciones.



FORO DE INFORMACION, SOCIEDAD ANONIMA

info@inforumsol.com

Teléfono: (502) 2417-2400

www.inforumsol.com

Proveen soluciones de tecnología en el mercado para que las empresas puedan llegar aún más alto y así optimizar cada proceso dentro de la misma para alcanzar mejores resultados.



MONTE DE ORO SOCIEDAD ANONIMA

mdo@mdo.gt
PBX: (502) 23865700

Una de las mas grandes compañías exportadoras de cardamomo a nivel mundial y es reconocida por su alta calidad de exportacion.



LISIANTHUS

PBX: 32966207
oscarsiquiej@gmail.com

Empresa con más de 4 décadas de experiencia en la distribución de flores de todo tipo para todo el país y el extranjero.



INVERSIONES INNOVADORAS

info@estilotishas.com
estilotishas.com

Tel: 4454-5755

Marca guatemalteca de calcetines únicos, que brinda a sus usuarios formas de expresarse, divertirse y verse bien con nuestros estilos.



¿Cuál es el mejor mercado para exportar según mi producto o servicio?

Una parte vital del proceso para convertirse en exportador es la selección del mercado. ¿A qué país conviene venderle, según el producto o servicio que se ofrece?

Por: José Pablo Coyoy

Tendencias, requisitos de admisibilidad y en general el desarrollo del plan de exportación son factores relevantes en la selección del mercado al que se le pretende vender algo.

AGEXPORT posee su programa especializado de 18 meses para llevar un emprendimiento a exportar: la Ruta del Exportador.

Este consta de seis fases con diferentes contenidos programáticos que forman paso a paso a nuevos exportadores o bien fortalecen las capacidades de empresas ya consolidadas tanto en el mercado nacional como internacional.

La etapa de selección del mercado es abordada en la tercera fase del programa.



“La idea es que el participante aprenda a identificar y seleccionar los mercados potenciales para generar un plan de exportación enfocado en ese destino de interés. Para ello se le ofrece una serie de herramientas que llevan a un proceso exitoso”, afirmó la jefe de la Ruta del Exportador de AGEXPORT, Rosy Dardón.

También se evalúa la capacidad exportadora de la empresa, su imagen corporativa y los activos internacionales útiles para la internacionalización.

Si desea más información puede solicitarla al correo electrónico servicioalcliente@agexport.org.gt o al teléfono 2422-3400.

Temas que se desarrollan en la segunda fase de la Ruta del Exportador:

- Presentación de los Best Markets, Best Products y Best Services.
- Introducción a los principales canales de distribución y modalidades de prestación de servicios en mercados internacionales.
- Cómo analizar la capacidad de producción de la oferta exportable.
- Elaboración de propuesta de KPI's para el proyecto de exportación.
- Cómo desarrollar un plan de exportación.
- Marketing internacional.
- Cómo hacer un análisis DAFO (o FODA) - Balanced Scorecard (KPI's).
- Análisis de la competencia: Las 5 fuerzas de Porter.

La uberización de las pymes Guatemaltecas

Uber ha cambiado la industria del transporte de personas: permite contratar vehículos particulares geolocalizados mediante una aplicación móvil. Esa lógica es posible aplicarla a las empresas en cualquier giro de negocio.

Por: Dataexport

Se dice que cuando se desarrolló la fibra óptica, se aplanó la tierra. Cerró las brechas entre países desarrollados y aquellos que buscan serlo.

Por supuesto, esa industria evolucionó; trajo consigo más y mejor cómputo, software y otros elementos coasociados.

En palabras del Country Manager de C&W Business, David Rodríguez, “más importante que la marca es el aplicativo que utiliza la empresa para manejar la relación con el cliente, esa es la nueva lealtad. Uber no es famoso por la marca sino por el API (Interfaz de Programación de Aplicaciones, en inglés) que le permite usar el servicio”.

C&W Business es una empresa proveedora de infraestructura que tiene capacidad de explotar nichos con capacidad ociosa. “Cuando voy en el tráfico, es un tiempo ocioso. ¿Cómo se monetiza? con Uber. Para eso necesito una herramienta en donde se interactúe pero que también brinde información sobre en dónde se ubica la persona. Eso pasa también con Airbnb”, explicó Rodríguez.



La evolución tecnológica ya ha superado la simple conexión rápida que ofreció hace unas décadas la fibra óptica. Ahora se habla del internet de las cosas: prácticamente cualquier objeto puede tener una dirección de IP y permitirá una comunicación entre dispositivos. Así, un electrodoméstico de uso regular en casas como un refrigerador, podrá comunicarse con el propietario directamente a su celular para indicarle qué artículos le faltan, el yogurt o la leche, que también tendrá una dirección IP. Todo, gracias a la tecnología.

Según el experto, si bien el sustantivo “uberización” explica la lógica del modelo, tampoco se trata de copiar a Uber, sino que hay un procedimiento específico para desarrollar una plataforma específica en cada caso.

La tecnología está cambiando la economía global, elimina los costos marginales porque los gastos se realizan bajo demanda. “Esto es para quien quiere emprender un negocio aprovechando al máximo la tecnología, pero no sabe cómo le irá”, puntualizó Rodríguez.



Foro de RSE presenta perspectivas de Ciudadanía empresarial en Guatemala

El Centro para la Acción de la Responsabilidad Social Empresarial en Guatemala -CentraRSE- realizó recientemente el doceavo foro nacional de responsabilidad social empresarial titulado "Comprometerse" con el objetivo de impulsar a empresarios, emprendedores y jóvenes a comprometerse con la sostenibilidad del país por medio de la aplicación de principios ciudadanos.

Por: Jorge Toruño - Presidente XII Foro Nacional de RSE

CentraRSE ha venido promoviendo reflexiones sobre la perspectiva de la ciudadanía empresarial en Guatemala y la cual ha materializado en la Guía de ciudadanía empresarial entregada durante el pasado foro.

Es importante hacer énfasis que el sector empresarial tiene la oportunidad de incidir y transformar sociedades a través de la empresarialidad, provocando impactos positivos y trabajando en conjunto con otros sectores, poniendo en primer lugar a Guatemala.

Dese el año 2018 CentraRSE viene trabajando sobre estos conceptos de ciudadanía empresarial, a través

de espacios de diálogo como este que buscan colocar el tema en la agenda de país, y que los empresarios reconozcan que antes de ser empresarios son ciudadanos y su compromiso con el desarrollo de Guatemala.

El foro contó con la participación de expositores nacionales e internacionales quienes, por medio de sus experiencias, abordaron la necesidad de asumir un compromiso, trascendiendo intereses personales. Asimismo, se presentaron casos nacionales e internacionales, herramientas prácticas y acciones concretas que brindan beneficio a las empresas y sus áreas de influencia.



Jorge Toruño
Presidente XII Foro
Nacional de RSE

En esta edición del foro, CentraRSE enfocó esfuerzos en ampliar su red de impacto a jóvenes estudiantes, emprendedores y academia en la promoción de una ciudadanía activa y responsable, ya que son quienes están liderando procesos de cambio necesarios para el país, realizando por cuarta ocasión un foro destinado para estas audiencias donde alrededor de 1,000 jóvenes reiteraron su compromiso con trabajar desde sus espacios por la sostenibilidad.

Como parte del foro, también se realizaron mesas de trabajo en las que se presentaron buenas prácticas

empresariales en temas ambientales, económicos, sociales y empresariales, donde empresas locales e internacionales coincidieron en la importancia de incorporar la responsabilidad social en la estrategia central del negocio sin importar su tamaño o industria.

En ese sentido, se resaltó la necesidad de gestionar un sistema de compliance que garantice la transparencia y la rendición de cuentas, así como comunicar las buenas prácticas para crear una cultura empresarial positiva.

A photograph of two men in dark suits and blue ties. The man on the right is smiling and holding a dark award with a silver 'X' on it. The man on the left is looking at the award. The background is a blurred wall with large white and red geometric shapes.

Apparel Sourcing Show

presentó innovación en la industria de
vestuario y textiles

Con una visión futurista de la industria, el Apparel Sourcing Show
se llevó a cabo en su versión 2019.

Por: Dataexport



El evento es organizado por la Asociación de la Industria de Vestuario y Textiles (Vestex) y es la única plataforma regional en donde todos los integrantes de esa cadena productiva exponen sus capacidades y cualidades.

La edición 2019 se vio marcada por una muestra de tecnología e innovación en la fabricación textil. Hubo una exposición de la integración de la cadena de valor que desde el

ingreso exhibió el proceso de confección de una prenda a través de expresiones artísticas hechas con materiales como algodón, hilos, tela, incluso plásticos y material PET.

Al acto inaugural asistieron autoridades de gobierno, del cuerpo diplomático, así como empresarios de diferentes nacionalidades.

La industria de vestuario y textiles reportó un crecimiento del 9 por ciento en 2018 y en lo que va del 2019 sus cifras continúan al alza

Reconocimiento al ingeniero

Roberto Zaid

Roberto Zaid es un empresario industrial guatemalteco, católico, casado y padre de dos hijos. Sus abuelos son palestinos.

En 1982 heredó, tras la trágica muerte de su padre, una empresa dedicada a la fabricación y venta de ropa en el mercado nacional. Por aquel entonces la situación fue difícil, pero con la determinación que caracteriza a un empresario exitoso, su preparación profesional y con sus estudios ininterrumpidos desde su licenciatura a hoy, ha logrado construir un gran equipo de trabajo.

Ese equipo se ha convertido en un referente de la región CAFTA y en especial en Guatemala y que genera empleo formal y digno para 860 personas de forma directa en el área textil y a más de 4 mil trabajadores subcontratados en el área de costura y acabados especiales.

Ha puesto el nombre de Guatemala en alto, compite contra varios países en el mercado más grande del mundo: Estados Unidos. Su habilidad para hacer negocios en ese país ha sido gracias a las sólidas relaciones que tiene con empresas estadounidenses.

Sus colegas, las autoridades que lo conocen, sus proveedores, clientes, sus trabajadores, su esposa Silvia, sus hijos Jose Roberto y Jose María y familia, admiran en él su especial sensibilidad humana y su intensa dedicación al trabajo que desde siempre le ha dado un excelente nombre al sector económico que más exportaciones genera a nuestro país: el de la industria de vestuario y textiles.

En ocasión del Apparel Sourcing Show 2019, la Junta Directiva de Vestex reconoció la trayectoria visionaria del ingeniero Roberto Zaid, quien con su liderazgo empresarial ha contribuido al desarrollo de la industria.

Una (chilera)

historia de exportación

Envases coloridos y canales de distribución modernos, han sido parte del éxito de las salsas picantes KIB.

Por: José Pablo Coyoy

KIB significa “guerrero” en la cultura Maya, la cual utiliza el fuego como uno de sus elementos. De allí surge el nombre de la marca que comercializa en forma de salsa el chiltepe, el chile cobanero y el jalapeño.

“La misión era hacer algo disruptivo. Hacer picantes que no fueran solo la tradicional botella roja y verde que se ve en los anaqueles de los supermercados”, explicó el gerente general de la empresa, Ricardo Galindo.

Pensando en ello, Matías Rodríguez y Eric Avilés, socios fundadores, recurrieron a una receta casera, familiar, que ya se utilizaba en un restaurante de carne.

Eso fue en 2016. Ahora ya exportan a 650 puntos de venta en Estados Unidos y a El Salvador, además de la comercialización por internet a través de Amazon. Desde luego, en Guatemala tienen presencia en unos 750 supermercados y pronto esperan llegar al resto de Centroamérica.

Pero, ¿cómo sucedió todo?

La Comisión de Alimentos y Bebidas de AGEXPORT creó en 2018 su núcleo de salsas. Desde esa instancia “nos han capacitado y dado herramientas, todos hemos logrado ya ciertos objetivos”, contó Galindo.

En el caso de KIB, además, recurrieron a una agencia de publicidad para crear un concepto único: las botellas son transparentes, lo que deja a la vista el color natural de las

salsas (según el tipo de chile), pero también agregaron el diseño de las máscaras de la tradicional danza de Moros.

Principalmente la intención era transmitir que se trataba de sabores autóctonos, latinos. “Sabíamos que había potencial exportable desde el principio; la gente en Estados Unidos extraña sus sabores, así que todo se diseñó pensando en ello, en ese mercado nostálgico”, comentó el gerente.

El “chile cobanero” es provisto por productores que viven en las orillas del río Cahabón en Alta Verapaz. La empresa ha capacitado a mujeres de esas localidades para que participen en todo el proceso: desde la siembra hasta la elaboración de las salsas.

Un aspecto clave fue la adaptación del etiquetado para la admisibilidad en el país del norte: desde el tamaño de las letras hasta la especificidad de ingredientes y la categorización del nivel de picor. Sin embargo, mantuvieron los nombres tradicionales como cobanero pepper.

“Queremos incentivar a los guatemaltecos a crear productos con calidad exportadora. Nosotros estamos teniendo una experiencia de éxito rotundo. Sabemos que hay oportunidades”, puntualizó.



“Me encanta utilizar el Connecting Best Markets (una plataforma digital de AGEXPORT que une la oferta exportable con compradores extranjeros).

Me conecto continuamente y ha sido una herramienta para entender y enfocar estrategias”,

Gerente General de KIB, Ricardo Galindo.



DIPLOMADO PROFESIONALIZACIÓN DE LA MUJER

EMPRENDIMIENTO, LIDERAZGO,
COMERCIO Y EMPRESA

TODOS LOS JUEVES
**DEL 22 DE AGOSTO AL
12 DE DICIEMBRE**
DE 8:00 A 11:30 HRS.

OBJETIVOS:

- Desarrolle habilidades técnicas para maximizar la oportunidad comercial exportadora
- Adquiera conocimientos teóricos y prácticos fundamentales que le permitirán fortalecer sus capacidades comerciales y legales para el emprendimiento de negocios internacionales.
- Aumente las posibilidades de hacer crecer su negocio actual
- Adquiera conocimientos para que como mujer empresaria pueda tomar mejores decisiones de negocios

BENEFICIOS:

Al finalizar el programa usted tendrá creado un modelo de negocio y las estrategias para poder financiarlo e implementarlo



MAYOR INFORMACIÓN

PBX: 2422-3690

 **5628-0555**

escuela@agexport.org.gt

 **AGEXPORT**
ESCUELA
DE COMERCIO
EXTERIOR - ECE -



AHORRAR DINERO EN CADA TRÁMITE

IMPORTA



FÁCIL · RÁPIDO · SIN COLAS

MAGA

Fitosanitarios y Zoonosanitarios,
Insumos Agrícolas

MARN

Equipos de Refrigeración y Aire
Acondicionado, Productos,
Sustancias y Materias Primas

 agil-import.gt

 2422-3646

 servicioalimportador@agil-import.gt
guillermo.mendez@agexport.org.gt

agil-import.gt

Gestiones de importación