

# COMERCIO

REVISTA OFICIAL DE CÁMARA DE COMERCIO E INDUSTRIA DE TEGUCIGALPA

GLOBAL

Tema de Portada

## NEURO marketing

LIDERAZGO EMPRESARIAL

*Importancia del Liderazgo  
a Nivel Gerencial*

PASIÓN CULTURAL

*Ana Low*

CONSEJOS MOTIVACIONALES

*Habilidades Blandas*

SECCIÓN LIBRE

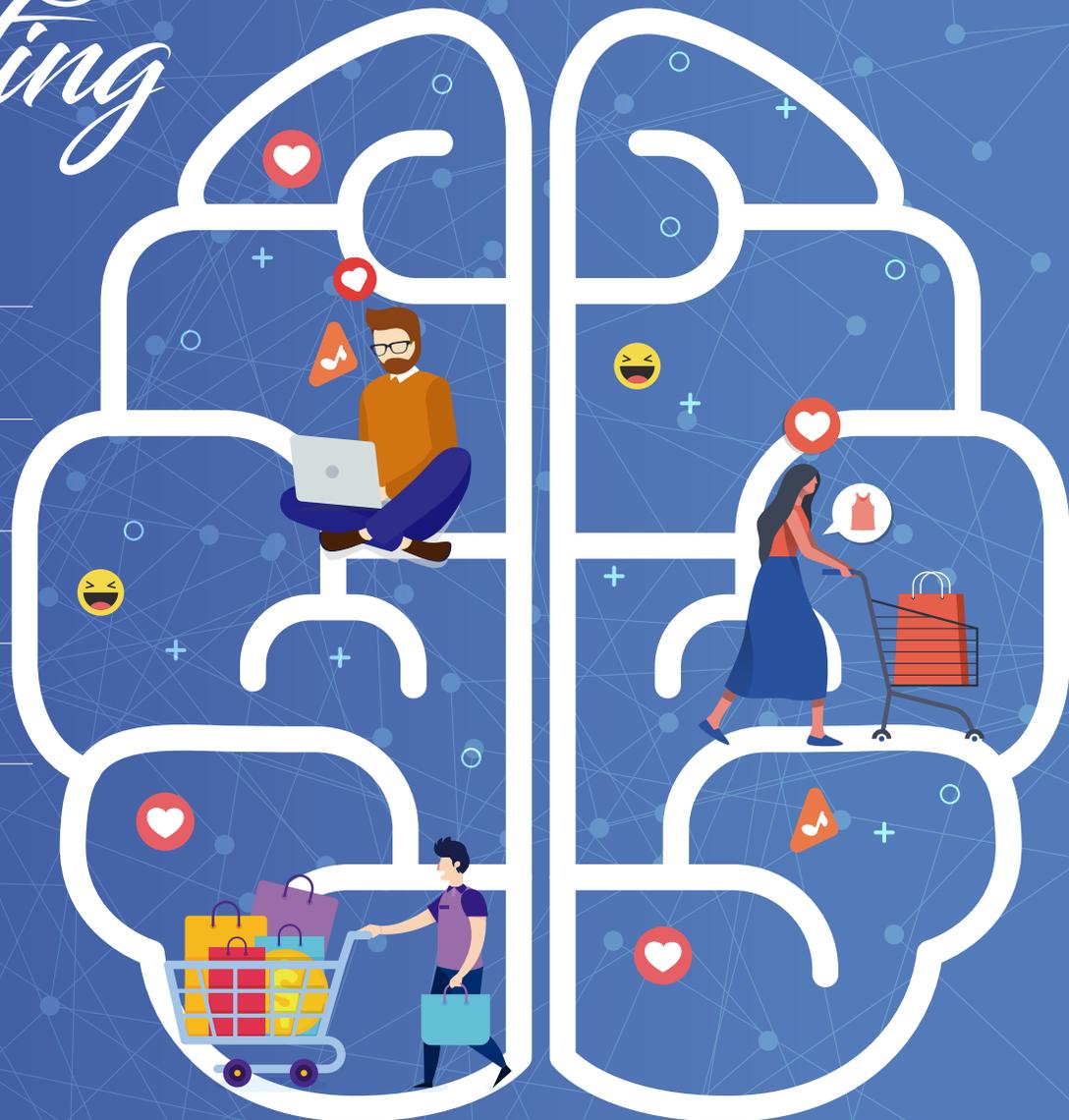
*Asamblea CCIT*

TECNOLOGÍA

*Digital Signage*

ACTUALIDAD

*Acceso a Créditos*



Edición **34**



**CCIT**  
CÁMARA DE COMERCIO  
E INDUSTRIA DE TEGUCIGALPA

[www.ccit.hn](http://www.ccit.hn)

**Patrullas**  
en todo el  
territorio

**Servicios  
de seguridad**  
al alcance de  
su mano



## NUESTROS SERVICIOS

- Seguridad física
- Custodia de transporte de valores y carga
- Capacitación de persona
- Seguridad electrónica
- Servicios de reacción armada
- Protección a dignatarios
- Otros servicios

## PRODUCTOS

- Sistema de CCTV
- Alarmas y monitoreo
- Sistema perimetral
- Control de acceso
- Sistemas de detección de incendio
- Sistema de rayos X y detección de armas
- GPS

Socios corporativos  
de la ASOCIACIÓN  
LATINOAMERICANA  
DE SEGURIDAD

Reconocimiento a  
la excelencia con el  
premio Business  
Management Ward  
2018



Col. Lomas del Guijarro,  
Bloque C, L-1-A  
Tegucigalpa Honduras.



Tel: 504 2290-7100,  
2290-7101, 2290-7102  
SPS: 2556-4184



# Controle su flota vehicular con nuestra solución de **GPS**



**TREADWAY**  
INTERNATIONAL  
Servicios de Seguridad e Instalaciones Electronicas



## Multiplataforma



### DetECCIÓN Inteligente

- Detección de frenadas bruscas
- Colisión Frontal
- Colisión Lateral
- Vuelco
- Apertura de puertas
- Activación de Alarmas
- Ignición ON/OFF
- Paradas no programadas
- Control de combustible

### Servicios

- Rastreo
- Detección Inteligente
- Multiplataforma
- Reportes
- GPS Básico
- GPS PRO
- GPS Corporate
- GPS Portatil
- Personal Tracker



Experiencia



Asesoría



Soporte



Desarrollo



Innovación

# CONTENIDO

## **Carta del Presidente**

Guy de Pierrefeu  
pág.5

## **Editorial**

José Ernesto Mejía Portillo  
pág.6

## **Perfiles de CCIT**

Hilda Pachú  
pág.8

## **Conozca al Empresario**

Green Spot  
pág.10

## **Negocios**

Interpretación de Estados  
Financieros para no Financistas  
pág.14

## **Actualidad**

Acceso a Créditos  
pág.20

## **Consejos Motivacionales**

Habilidades Blandas  
pág.24

## **Tecnología**

Digital Signage  
pág.28

## **Tema de Portada**

NeuroMarketing  
pág.32

## **Sección Legal**

Nuevo Sistema Nacional  
Anticorrupción de México  
pág.36

## **Pequeños Emprendimientos Grandes Ideas**

Centro Básico Tim Hines  
pág.40

## **Pasión Cultural**

Ana Lozano  
pág.44

## **Liderazgo Empresarial**

La Importancia del Liderazgo  
a Nivel Gerencial  
pág.48

## **Sección Libre**

Asamblea CCIT  
pág.52

# CONSEJO EDITORIAL

## **Director Responsable**

José Ernesto Mejía Portillo

## **Director Ejecutivo**

Rafael Medina

## **Gerente General**

Karla Ruiz

## **Coordinador de Comunicación e Integración**

Rolando Rivera

## **Marketing y Publicidad**

Emyl Vanessa García

## **Oficial de Relaciones Públicas**

Michell Figueroa

## **Diseño y Diagramación**

Emilia Díaz del Valle

## **Producción Editorial:**

Producción General y Comercialización  
Departamento de Comunicación e Integración CCIT

## **Correo:**

publicidad@ccit.hn

**Impreso por:** Publigráficas S. de R.L.

**Cámara de Comercio e Industria de Tegucigalpa**

**Blv. Centroamérica, Apartado Postal No. 3444**

**Tegucigalpa, M.D.C., Honduras, C.A.**

**PBX: (504) 2232-4200**

Gráficos vectoriales diseñados por Freepik.



CO-SC-CER174493



## MARCAS PATROCINADORAS DE COMERCIO GLOBAL





**T**ranscurrido un año más de estar al frente de una de las organizaciones gremiales empresariales más importantes del país, estoy completamente seguro que atraer, conservar y generar inversión privada, nacional y extranjera, constituye el pilar fundamental para la creación de empleo y para el desarrollo económico de Honduras. Es por ello que Cámara de Comercio e Industria de Tegucigalpa (CCIT) apoya, respalda, defiende y promueve todas las acciones encaminadas a mejorar el clima de negocios en el país, con el objeto que el mismo sea el idóneo para el trabajo de cada uno de los valientes que decididamente transforman Honduras.

El año 2018 fue un período de grandes exigencias, debido a los enormes retos que se tuvieron que afrontar por el contexto nacional e internacional que se está viviendo. A pesar de ello, puedo afirmar que tuvimos un año de gestión excepcional, ya que avanzamos en todos los ámbitos de nuestro plan estratégico, ejecutándose las actividades, los programas y los proyectos que se plantearon.

#### **Adecuación de instalaciones:**

Con el objeto de continuar prestando servicios de calidad y excelencia, durante el año 2018 se realizó una importante inversión en la remodelación de sus instalaciones, específicamente en el aseguramiento del edificio CCIT y el estacionamiento, el estudio de suelo previo al reforzamiento del primer nivel del edificio anexo CCIT, la reparación y rectificación del sótano, y el acondicionamiento del comedor para colaboradores.

#### **Creatividad, Tecnología e Innovación:**

Gestionar la creatividad, el desarrollo tecnológico y la innovación, desde la perspectiva del fomento al emprendimiento fue uno de los objetivos perseguidos por CCIT durante el año 2018. Para ello, CCIT a través de su Fab Lab contribuyó en la elaboración de muebles y piezas para el evento artístico “Nosotros Exponemos” del estudio de arte Carolina Carías, se apoyó el Fashion Week Honduras, se elaboraron y entregaron 9 prótesis de miembro superior, 25 soluciones empresariales para migrantes retornados y se apoyaron 10 emprendedores con prototipos y asistencia técnica. Asimismo, se dio inicio al proceso de socialización, visita y diagnóstico a empresas afiliadas a CCIT, con el fin de seleccionar 100 empresas a quienes se aplicará la metodología de trabajo del “Modelo Integral de Servicios

Empresariales (MISE)”.

#### **Exposición con emprendedores:**

En el 2018, CCIT continuó desarrollando su visión de contribuir para que los emprendedores de la capital tengan espacios en los que puedan exhibir sus productos, para lo cual en conjunto con la Alcaldía Municipal del Distrito Central y el Plan Honduras 20/20, desarrolló 7 ediciones de “Mi Feria Distrito Central”, teniendo un total de 1,400 emprendedores participantes y contando con una asistencia de 32,000 visitantes. También se llevó a cabo el concurso Honduras Emprende Nacional, en el que se premiaron 7 emprendedores con un capital semilla de

L 100,000.00 cada uno, y el concurso Honduras Emprende Escolar donde se seleccionaron 4 proyectos, a los que se les otorgó un premio de L 40,000.00 cada uno.

#### **Contribución con la comunidad:**

Como parte de su aportación para apoyar a sectores vulnerables, durante el año 2018, CCIT continuó desarrollando programas de Responsabilidad Social Empresarial, tales como: Programa Becarios Tutores, beneficiando a 61 jóvenes y 61 niños pupilos, de 26 centros educativos. Una Segunda Oportunidad para Nuestros Jóvenes, cuarta subvención, con 49 jóvenes capacitados, 36 kits de emprendimiento entregados. Proyecto Prevjuve, colonia Nueva Capital, con un total de 67 jóvenes en riesgo social que recibieron 120 horas de capacitación y de jornadas de asesoría, logrando beneficiar un total de 18 jóvenes, 10 con una inversión inicial y 8 con un kit de herramientas.

Finalmente, agradezco a mis compañeros de Junta Directiva, asesores y ex presidentes, por el respaldo que me otorgaron durante el año 2018, al staff de colaboradores por su diligencia y efectividad, porque sin su apoyo no sería posible haber alcanzado las metas propuestas.



**JOSÉ ERNESTO MEJÍA PORTILLO**  
Secretario CCIT

## Ética EN LAS Empresas

La ética corporativa, también llamada ética de los negocios o ética empresarial, es un tipo de ética aplicada que estudia los principios morales y éticos que se aplican en el mundo empresarial o de negocios y fue creada para hacer responsables a las empresas por su comportamiento.

El concepto de ética empresarial usualmente es utilizado para describir las prácticas y políticas éticas que conducen un negocio; no solamente en sus relaciones con los demás empresarios, sino también en el trato correcto y justo a sus empleados, en el cumplimiento de las leyes y normas y por supuesto, en el cumplimiento de sus obligaciones ciudadanas colaborando con las comunidades donde operan, en clara relación con la responsabilidad social de las empresas. Como vemos, el concepto de ética corporativa es amplio y no se circunscribe a la forma de producir, sino también a la forma en que las empresas se relacionan con la sociedad y aportan a su crecimiento económico, social y por supuesto, moral.

Desde la perspectiva de los altos mandos en una empresa, la ética empresarial o ética corporativa es fundamental para mantener la sostenibilidad de una compañía: tener un trato injusto con nuestros colaboradores puede resultar en un menor rendimiento laboral, alta tasa de rotación y en la pérdida de motivación, aspectos que impactarán directamente en la línea de flotación de la empresa.

Pero también la estructura ética de una compañía abarca el comportamiento ético de los colaboradores, este comportamiento debe definirse idealmente desde el momento en que se comienzan operaciones y darle continuidad durante toda la vida de la empresa; el uso de las computadoras por parte de los empleados para asuntos exclusivamente de trabajo o tener un comportamiento ético con los suministros de oficina y el equipo electrónico, como celulares y equipo informático proporcionados

para el desempeño de las labores, es también parte de la ética empresarial.

En los Estados Unidos de América funciona un organismo gubernamental que regula los informes de ingresos y las declaraciones de impuestos que presentan las compañías, la Comisión de Intercambios y Valores. Las compañías deben hacer sus declaraciones de ingresos y gastos de una manera ética, hacer una declaración deshonesta puede acarrear grandes multas, el cierre y castigos que incluyen la cárcel para los ejecutivos que presentan información falsa.

¿Y en Honduras? En nuestro país el concepto de ética corporativa es más conocido en las grandes empresas que en las pymes, lo que no significa que éstas últimas no tengan un comportamiento ético; sin embargo, es necesario tomar conciencia del significado y el peso del concepto, que implementado, ayuda a realizar un trabajo del que los colaboradores y ejecutivos se sienten orgullosos, tanto por el ambiente de trabajo como por lo que se aporta a la comunidad empresarial y social, lo



---

que al final, se traduce en un mejor ambiente laboral y por ende, mayor productividad. Mantener prácticas éticas y de responsabilidad social son beneficiosas para la imagen de las compañías y tener una buena imagen se traduce en apoyo y mejores ventas.

Como señalan reconocidos autores “la corrupción empresarial es síntoma de mala administración. La administración sólo puede ser mejorada mediante esfuerzos coordinados de gobiernos, agentes económicos y sociedad civil.”<sup>1</sup> Una empresa mal administrada es susceptible de tener prácticas poco éticas o claramente corruptas y en cualquier caso, ya sea por mala administración o por ausencia de ética, está condenada al fracaso.

Por ello, implementar un código de ética en las empresas es una práctica que debería ser adoptada por los empresarios, pequeños, medianos y grandes, el conocimiento y aplicación del mismo reducirá los márgenes para que se anide la corrupción y exista un mejor ambiente laboral.

Al final, todos deseamos vivir en una sociedad más justa, equilibrada y con oportunidades, por lo que tener un comportamiento moral en nuestra empresa debe ser una norma y no la excepción. Una forma más de contribuir al crecimiento de Honduras y tener un mejor país.

#### Bibliografía:

<sup>1</sup> Forgues-Puccio, G.F., Feb 2013, Corruption and the Private sector, Professional Evidence and Applied Knowledge Services.



**HILDA MARGARITA PACHÚ CHÁVEZ**

Auxiliar de Servicios Generales

## CUANDO EXISTE EL COMPROMISO *los hechos hablan...*

**“A TODOS MUCHAS GRACIAS, AÚN ME SOBRAN FUERZAS PARA CONTINUAR ATENDIENDO Y HACIENDO MI TRABAJO DE LA MEJOR MANERA.”**

Llegué en el año de 1990 en busca de un empleo digno y sin mediar palabras las puertas se abrieron en esta organización gremial empresarial.

Mi recorrido comienza siendo Presidente el reconocido empresario, Señor Juan Ferrera, quien encabezaba en ese entonces la Junta Directiva de esta organización.

Estoy agradecida con Dios por la oportunidad que me ha dado para desempeñarme con mucho compro-

miso, dedicación, respeto y esmero; defino mi trabajo como una bendición de Dios, ya que todos sabemos que hoy en día algunas empresas, organizaciones o instituciones, ya sea por políticas o por otro motivos no tienen en su staff de colaboradores a personas con edad avanzada, hoy a mis 64 años agradezco de todo corazón a CCIT por seguirme dando esa oportunidad y por valorar mi trabajo el cual realizo todos los días agradeciendo a Dios.

Han transcurrido ya 29 años de estar en este lugar y me siento con el mismo entusiasmo y el compromiso de cuando inicié allá por 1990.

Quiero agradecer de manera especial a todas las Juntas Directivas que he tenido el honor de atender desde mi estadía en este lugar de trabajo, a todos los Presidentes por su confianza y por su buen trato gracias especiales a:

**“ESTOY AGRADECIDA CON DIOS POR LA OPORTUNIDAD QUE ME HA DADO PARA DESEMPEÑARME CON MUCHO COMPROMISO, DEDICACIÓN, RESPETO Y ESmero; DEFINO MI TRABAJO COMO UNA BENDICIÓN DE DIOS...”**

*Sr. Juan Ferrera, Sr. Eduardo Facussé, Sr. Rigoberto Stefan, Sr. Antonio Tával Otero, Sr. José María Agurcia, Sr. Amílcar Bulnes, Dra. María Cristina de Handal, Sra. Aline Flores, Sr. Miguel R. Mourra, Sr. Guy de Pierrefeu*

A todos muchas gracias, aún me sobran fuerzas para continuar atendiendo y haciendo mi trabajo de la mejor manera.

Y no puedo dejar de agradecer y recordar con mucho cariño a Doña Dolores Mondragón a quien la recuerdo con mucho respeto quien se desempeñó como mi jefa por mucho tiempo, fungiendo en aquel entonces como jefe de evento, al mismo tiempo agradezco a todas mis compañeras y compañeros de trabajo por compartir conmigo a lo largo de estos 29 años.

Para finalizar “Agradezco a Dios cada día por mi salud, trabajo y por esas ganas que me da todas las mañanas al levantarme y salir con mucho optimismo a desempeñar el trabajo que Él me ha dado”.



# MISE

Modelo Integral de Servicios Empresariales

Plataforma mediante el cual los empresarios podrán encontrar la guía de servicios y el acompañamiento profesional para el fortalecimiento de sus empresas.

Nuestro deseo es ser el aliado para que los sueños empresariales se vuelvan realidad, sean sostenibles y generen valor con más y mejores empresas.



2232-4200  
ext. 782, 750



ceuced@ccit.hn  
aalonzo@ccit.hn



PROGRAMA  
COFINANCIADO  
POR LA UNIÓN  
EUROPEA



APC-COLOMBIA  
Agencia Presidencial de Cooperación Internacional

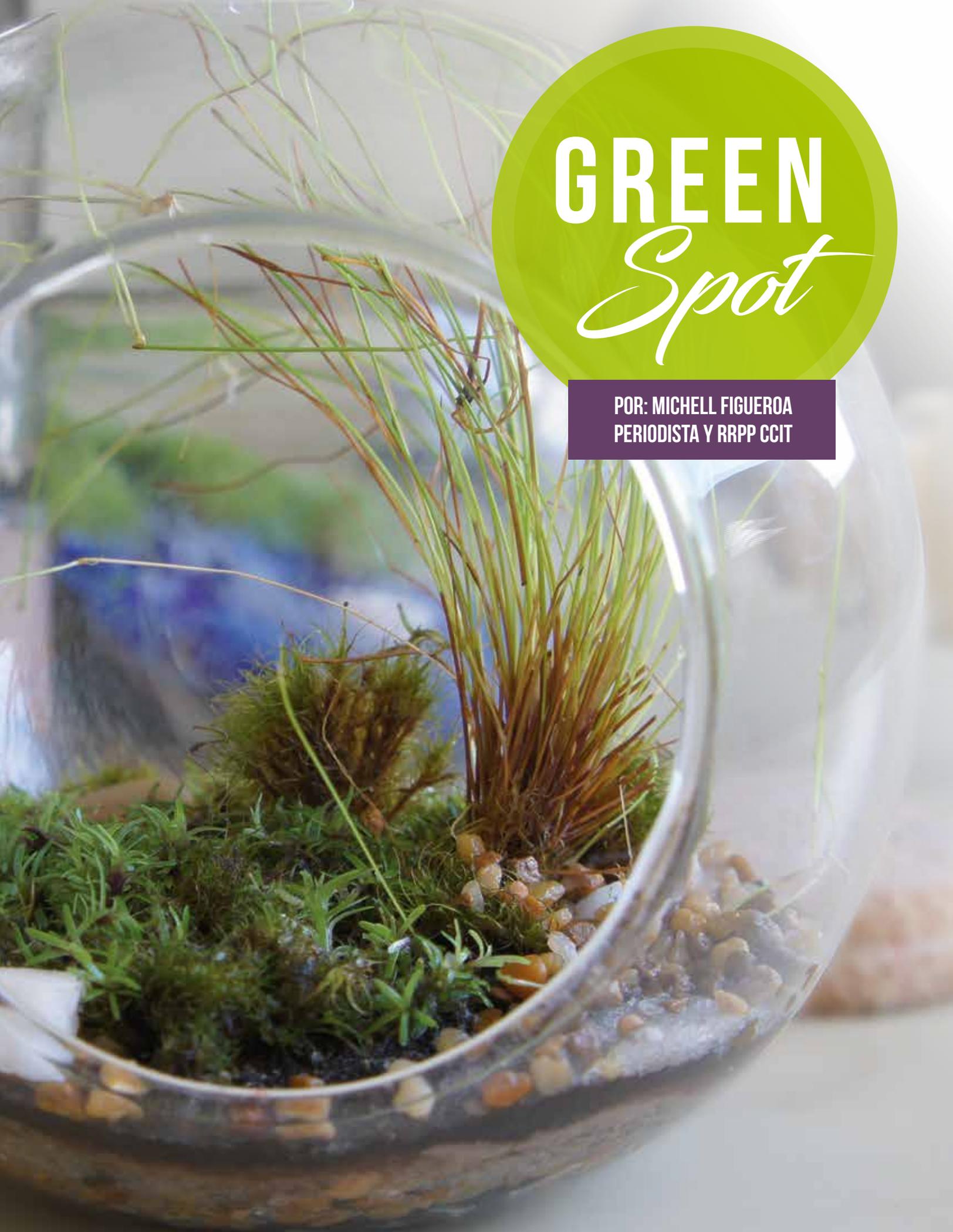


CCIT  
CÁMARA DE COMERCIO  
E INDUSTRIA DE TEGUCIGALPA



Cámara  
de Comercio  
de Bogotá





**GREEN**

*Spot*

POR: MICHELL FIGUEROA  
PERIODISTA Y RRPP CCIT



“NOS CAPACITAMOS  
CONSTANTEMENTE EN  
GCIT Y APROVECHAMOS  
LOS ESPACIOS DE MI  
FERIA DC Y OTROS  
BENEFICIOS QUE OFRECE  
LA ORGANIZACIÓN...”

## HISTORIA

Todo comenzó hace 3 años cuando dos amigos -Leonardo Castillo de 33 años y David Soler de 28 años- deciden hacer realidad sus sueños de ser emprendedores y de incursionar con una iniciativa de negocios en la que ellos confiaron y siempre creyeron que tendrían éxito: la elaboración de TERRARIOS denominada pieza de arte en vida, iniciativa que tiene mucho auge en países como Brazil, Colombia, México, EEUU y Sur América.

Para hacer realidad esta iniciativa estos jóvenes emprendedores tuvieron que comenzar con el cultivo de musgos en el año 2015, siendo ésta la materia prima principal para la creación de esos hermosos y llamativos terrarios.

## DISEÑOS ÚNICOS PARA INTERIORES

Desde ese año nace GREEN SPOT; la confianza y persistencia de estos jóvenes que siempre creyeron que al elaborar terrarios en Honduras se convertirían en los primeros en incursionar en el mercado con esa iniciativa de negocio que sin duda alguna ha tomado fuerza y aceptación desde su creación.

La valentía ha sido factor clave para el crecimiento de este emprendimiento único en el mercado hondureño, la imaginación vuela sin límites cuando estos jóvenes comienzan a crear y elaborar diseños únicos que llaman la atención de las personas.

En el año 2017 estos amigos comienzan con la elaboración de terrarios, mini-jardines, en el año 2018 las ventas comienzan, los precios de los terrarios oscilan desde cien a cuatro mil lempiras, y los más vendidos son los terrarios de esferas y cuevas, los terrarios se riegan una vez al año y debe estar expuesto a la luz. Dentro de su paquete, Leonardo y David le dan consejos de cómo cuidar su terrario y brindan el servicio de limpieza de los mismo.



## SUEÑOS

Otro de sus sueños es tener locales en lugares estratégicos del país para expandir sus ventas y contar también con un laboratorio de creaciones ecológicas que encierre cultivos de musgos, cultivo de plantas, reciclaje, cuidado del ecosistema, capacitaciones a los centros educativos para hacer conciencia de cómo cuidar el medio ambiente y conservación de los recursos naturales.

**“LA VALENTÍA HA SIDO  
FACTOR CLAVE PARA  
EL CRECIMIENTO DE  
ESTE EMPRENDIMIENTO  
ÚNICO EN EL MERCADO  
HONDUREÑO...”**



## MOTIVACIÓN Y FORMACIÓN

Los sueños de estos jóvenes no tienen límites, este año concursan con su idea de negocio en uno de los programas insignias para emprendedores, “HONDURAS EMPRENDE” liderado por Cámara de Comercio e Industria de Tegucigalpa desde el año 2013 beneficiando desde sus inicios a más de 1461 emprendedores, estructuración de 402 planes de negocio, asistencia técnica a un total de 67 beneficiados y un otorgamiento de capital semilla en nombre de todos los patrocinadores a 45 ganadores.

Las capacitaciones constantes que reciben Leonardo y David son factor clave para el orden de sus finanzas y para el crecimiento de su empresa, “nos capacitamos constantemente en CCIT y aprovechamos los espacios de MI FERIA DC y otros beneficios que ofrece la organización para continuar potenciando habilidades para el crecimiento de nosotros mismo y de nuestro negocio, agradecemos a CCIT por incentivarlos a la formalización”.



## LEONARDO Y DAVID

Emprendedores Green Spot

**SUS DISEÑOS**

Arte y Vida

**INSPIRACIÓN**

Mucho problema ambiental, queremos marcar la diferencia con estos TERRARIOS.

**APOYO**

Familia y amigos

**SATISFACCIÓN**

Ver la aceptación de producto

**ANHELO**

Exportan y ver su marca crecer

**INNOVACIÓN**

Construcción de espacios verdes en edificios

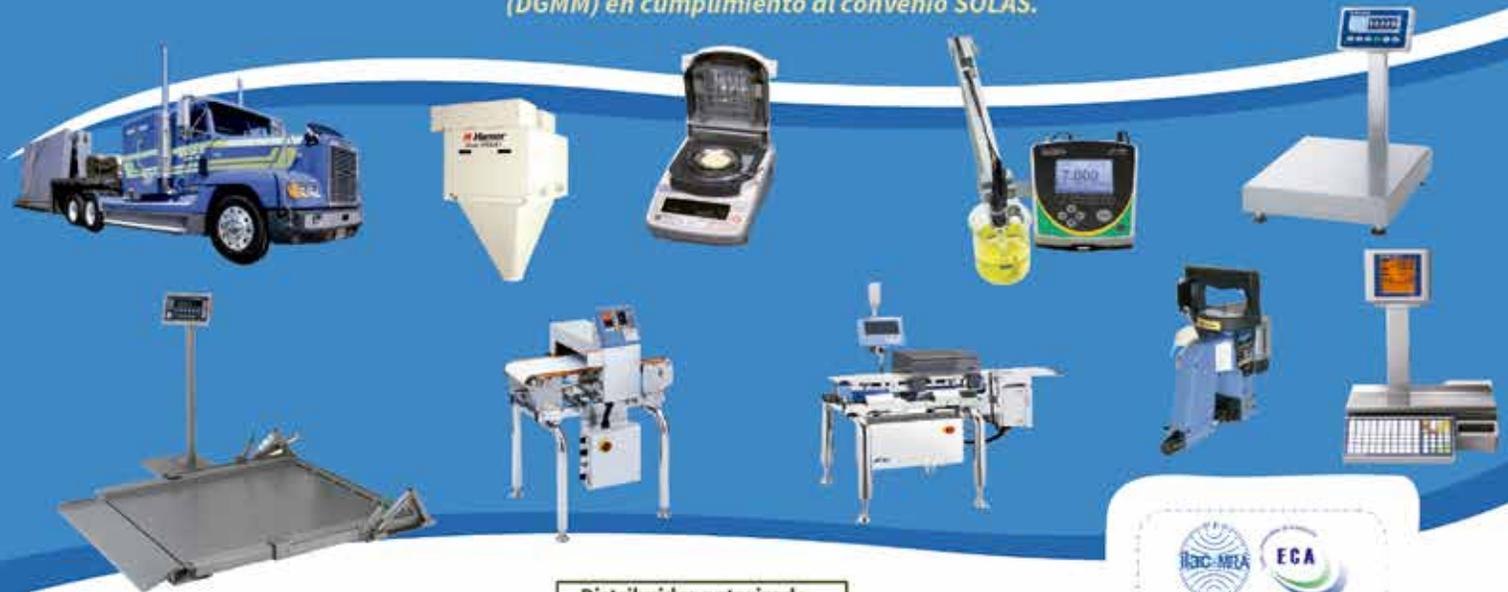
**¿POR QUÉ  
GREEN SPOT?**

Porque en todo lugar debe existir un punto verde

Pedimos a todos los que nos quieran ayudar regalando botellas para reciclar llamar al: 97559510, en Facebook e Instagram como: Green Spot.

- Asesoría, ventas, arquiler, instalación, calibración y mantenimiento.
- Básculas industriales.
- Báscula mesa y piso.
- Básculas de camiones.
- Básculas de supermercado.
- Scanner para supermercado.
- Detectores de metal.
- Impresoras Industriales.
- Balanzas de Laboratorio y determinadores de humedad.
- Pesaje dinámico.
- Pesaje de tanques y silos.
- CheckWeigher
- Detectores de metal.
- Ensacadoras, pesaje en jumbo, pesaje a granel.
- Costuradoras de sacos manuales, sistema de costura de sacos.
- Masas patrón.
- Medidores de PH, conductividad /TDS.
- Oxígeno disuelto, turbidez, colorimetría y temperatura.
- Sistema de control estadístico de la calidad (contenido neto).
- Automatización y software relacionado a sistema de pesas.

*Organismo autorizado por el Centro Hondureño de Metrología (CEHM) para realizar calibraciones de los instrumentos de pesaje, destinados a la determinación de la "masa bruta verificada" según convenio de Cooperación Interinstitucional entre el Instituto Hondureño de Ciencia, Tecnología y la Innovación (IHCIETI) y la Dirección General de la Marina Mercante (DGMM) en cumplimiento al convenio SOLAS.*



**Distribuidor autorizado**

**Servicio Técnico:**  
 (504) 2551-3072  
 Ext. 7176 y 7177  
**Sala de Ventas:**  
 (504) 2551-3072  
 Ext. 7145, 7148 y 7189  
**Sala de Venta (Tegucigalpa)**  
 (504) 9557-0331 y  
 2551-3072 ext 7145



**Toledo do Brasil**  
 Indústria de Balanças Ltda.



Laboratorio de Calibración Acreditado por Ente Costarricense de Acreditación (ECA), conforme a la Norma INTE-ISO/IEC 17025:2005 requisitos generales para la competencia de laboratorio de ensayo y calibración, tal como lo indica el alcance de la acreditación.  
 Ver alcance: [www.eca.or.cr](http://www.eca.or.cr)

**San Pedro Sula**  
 Boulevard del Norte, borde derecho Rio Blanco.

**Tegucigalpa**  
 Boulevard Kuwait enfrente de Honduras Computer Trading (HCT.)

# INTERPRETACIÓN

## *de* ESTADOS FINANCIEROS PARA *No* FINANCIEROS

ALEJANDRO DÍAZ B., MAE.  
CONSULTOR FINANCIERO Y RIESGOS





**“ANALIZAR LA ADMINISTRACIÓN Y USO DEL DINERO NOS PERMITE TOMAR LAS MEJORES DECISIONES SEGÚN LA SITUACIÓN ECONÓMICA DE LA ORGANIZACIÓN, TAMAÑO, INDUSTRIA, ENTRE OTROS FACTORES.”**

Cuando inicié mis estudios universitarios de la carrera de Administración de Empresas en la Universidad de Kansas, (Lawrence, Kansas, U.S.A.) tuve muchas dificultades en mis primeras clases de Contabilidad y Finanzas, pues no tenía ninguna base académica, experiencia de trabajo, ni actividad alguna relacionada con números y mucho menos con negocios donde tuviera que manejar dinero. Mi formación de colegio fue culminada con un título de Bachiller en Ciencias y Letras, es más, recuerdo muy bien que mi primer clase de Contabilidad fue un completo martirio, pues no entendía en absoluto lo que la maestra se refería cuando hablaba de activos, pasivos, ni capital contable. La clase se desarrolló en un auditorio de 250 alumnos, en inglés y pues naturalmente, no me atrevía a hacer alguna pregunta. Leyendo los libros me ayudó a aprobar la clase, pero no fue hasta que inicié a realizar ejercicios prácticos y a ejercer la contabilidad y finanzas en el mundo real, donde comencé a encontrarle sentido a estas ciencias que son tan indispensables para la vida de todos los seres humanos.

*Lawrence J. Gitman (2007) en su libro “Principios de Administración Financiera, Edición 11, USA, Pearson,* me ha ayudado muchísimo no solo a solidificar mis conocimientos financieros de una forma práctica y sobretodo útil, sino que también a enseñarlas eficazmente a mis alumnos de maestría en las universidades públicas y privadas, dentro y fuera del país.



Hago la referencia a mi trayectoria académica y a uno de los textos que más me ayudó en el ámbito financiero con el fin de demostrarle a usted que así como yo inicié sin ningún conocimiento básico financiero, sin ser Perito Mercantil, o sin haber tenido conocimientos previos del manejo de negocios desde joven, logré llegar a tener una comprensión profunda de esta ciencia que es elemental para todo tipo de negocio o actividad económica.

Uno de los principales elementos para ser un buen financista (o al menos una persona que sabe interpretar los informes financieros y tomar las decisiones más beneficiosas para el negocio) es el análisis financiero.

Tal y como el término lo indica, analizar la administración y uso del dinero nos permite tomar las mejores decisiones según la situación económica de la organización, tamaño, industria, entre otros factores. Lo mejor de todo, es que no es necesario tener profundos estudios en finanzas o ser un Perito Mercantil o Contador para lograr esta importante faena.

Como veremos a continuación, interpretar las finanzas y hacer un buen análisis financiero según los informes contables de una organización nace de

## TRES PRINCIPALES DECISIONES

que los administradores debemos conocer:

### 1. DECISIONES OPERATIVAS

Son todas aquellas relacionadas con la actividad normal del negocio; en otras palabras más amigables, estas radican en “lo que el negocio se dedica.” Por ejemplo, una barbería se dedica (entre otros servicios) a cortar el cabello a los clientes. Entonces una factura emitida por el servicio de corte de cabello, constituye una transacción de operación, o bien una decisión operativa. Por otra parte, todos los gastos relacionados con la prestación del servicio de corte de cabello, como salario del barbero, talco, energía eléctrica, depreciación de las tijeras, etc. son egresos que también provienen de la actividad normal del negocio.

Estas transacciones y decisiones operativas afectan directamente el informe financiero denominado *Estado de Resultados*, el cual conlleva un período de tiempo, el cual puede ser un año, un mes, una semana o inclusive hasta un día. Las compañías modernas llevan Estados de Resultados con la mayor frecuencia de tiempo posible ya que este es el único informe que indica nos responde si se está cumpliendo la finalidad o espíritu por el cual se constituyó el negocio, que es *ganar dinero*. Tiene lógica, si realizando la actividad normal del negocio se perciben ingresos de dinero, es necesario rebajarle los costos y gastos de operación, y el resultado significará una ganancia o pérdida operativa. En caso se gane dinero, habrá que declarar el impuesto sobre la renta que la ley establece y de ahí establecer la ganancia neta que se obtuvo al final del período que se ha seleccionado.

“LA LIQUIDEZ ES LA CAPACIDAD DEL NEGOCIO DE OPERAR A CORTO PLAZO (UN AÑO), O SU HABILIDAD PARA ATENDER SUS NECESIDADES DE EFECTIVO...”

Los activos del negocio que se detallaron anteriormente están clasificados en otro de los más importantes informes financieros que se denomina el *Balance General*, donde se equilibran los activos de un negocio con sus deudas y su patrimonio. En otras palabras, todo el dinero necesario para la compra de los activos proviene, ya sea de deuda o de aportaciones sus propietarios y ganancias del negocio. Esta conclusión nos lleva a *la fuente* del dinero para “financiar” o “apalancar” los activos, que detallamos en siguiente párrafo.

### 2. DECISIONES DE INVERSIÓN

Por su parte, se relacionan directamente con la compra y venta de activos fijos. Como *activos*, podemos entender que son los “bienes y derechos de una organización”. Volviendo al ejemplo de la barbería en el párrafo anterior, toda la compra de mobiliario y equipo para que el negocio pueda operar (sillas de corte, toallas, tijeras, secadoras, aire acondicionado, mostradores, etc.) son activos del negocio. Todos estos se pueden comprar al iniciar el negocio y en cualquier momento se pueden vender en caso no sean muy útiles para la barbería, pero estas transacciones siempre serán *de inversión* y nunca *operativas*, pues el negocio no se dedica a comprar y vender las sillas de corte o activos relacionados. Estos artículos son en efecto, necesarios para que el negocio opere eficazmente y realice los servicios a los que realmente se dedica, que son el corte de cabello, barba, mascarillas, etc.



## 3. DECISIONES DE FINANCIAMIENTO

Es importante comprender que todos los fondos que se invierten en los activos, algunos de ellos detallados en inciso anterior, se obtienen a través de deuda o de recursos propios. Y la decisión de mezcla de estas dos fuentes se vuelve aún más crítica que el monto total a invertir. Dicha mezcla determinará factores importantes para los socios y los acreedores, según los costos de capital o niveles de endeudamiento que el negocio mejor le convenga. Más adelante, detallaremos las herramientas más idóneas a utilizar para hacer los análisis correspondientes y tomar este tipo de decisiones de la mejor forma para cada negocio, según su tamaño, rubro, clientela, mercado, entre otros.

### RENTABILIDAD VS *Liquidez*

Frecuentemente los empresarios (no financistas) toman decisiones en sus negocios sin tener una claridad profunda de la diferencia entre **rentabilidad y liquidez**. O a veces, aunque conozcan la discrepancia entre estos términos, no las miden o las consideran para decidir.

**Rentabilidad** es, a mi criterio, el concepto más importante en un negocio. Si partimos del principio de que todos los negocios se crean para ganar dinero, la rentabilidad y sus indicadores son los que miden si una empresa tuvo ganancias o pérdidas. Y aún más importante, estos indicadores me establecen el motivo por el cual no se ganó lo esperado, o en el mejor de los casos, nos destaca las áreas donde sí tuvimos un buen desempeño operativo, como ser buenas ventas y/o una gestión eficaz en la administración de costos.

Lo que no me dice la rentabilidad es si existe suficiente efectivo para operar, haciendo las erogaciones necesarias en capital de trabajo que el negocio requiere, y a la vez, cumpliendo fielmente con los pagos a los acreedores.

**La liquidez**, por su parte, sí me ayuda a establecer la asignación de efectivo propicia para una buena gestión del capital de trabajo de la compañía. Su análisis no necesariamente se centra en la cantidad de efectivo que hay en las cuentas bancarias de un negocio. Tampoco significa que si una empresa tiene mucho dinero en sus cuentas bancarias, pues entonces tiene mucha liquidez. Éste es más bien otro común error que los empresarios suelen cometer con frecuencia. Lo que sí me dice la liquidez es la capacidad del negocio de operar a corto plazo (un año), o su habilidad para atender sus necesidades de efectivo que consisten en compras de inventario, materias primas, gastos operativos y obligaciones con sus acreedores.

A continuación detallo algunos indicadores de **rentabilidad y liquidez** que considero prioritarios para cualquier negocio. Estos me permitirán al gerente, analista de crédito, tesorero, presidente de junta directiva u otra figura relacionada a realizar un profundo análisis financiero de un negocio, tanto en su nivel u oportunidad de ganancias y su administración de efectivo y control de su margen de endeudamiento.



### RAZONES DE RENTABILIDAD

- **Margen de Utilidad Bruta:** nos indica el valor porcentual que gana la compañía a cada producto o servicio vendido habiendo rebajado su costo de venta. Éste es muy similar al margen de contribución y es la aportación de ganancias netas previo a afrontar sus gastos de operación.
- **Margen de Utilidad Operativa:** considero este margen es quizás el más significativo del negocio, pues es el que nos refleja las ganancias operativas (únicamente en base a lo que el negocio se dedica) en relación a sus ingresos. Muchas empresas (de forma acertada) utilizan este indicador para medir el desempeño de las gerencias intermedias, y en algunos casos inclusive evalúan la gestión de la gerencia general con este mismo parámetro.

- **Margen de Utilidad Neta:** esta razón financiera proviene del último renglón del estado de resultados. Específicamente detalla la cantidad de centavos que se ganaron en relación a cada lempira vendido.
- **ROA (Rotación de Activos):** el ROA comparará la utilidad neta con los activos totales del negocio, pues nos ilustra la cantidad de centavos ganados en relación a cada lempira invertido.



## RAZONES DE LIQUIDEZ

- **Solvencia:** La solvencia divide los activos corrientes (efectivo, cuentas por cobrar e inventarios) con los pasivos corrientes (cuentas por pagar a proveedores, documentos por pagar a bancos e impuestos por pagar). Dicha comparación nos indica con cuántos recursos cuenta el negocio para afrontar cada lempira que debe a corto plazo. Mientras más elevada es la solvencia, se interpreta que la compañía cuenta con mayor capacidad de pago.
- **Prueba Ácida:** Hace los mismos comparativos que la solvencia, con la única diferencia que resta el inventario de sus activos corrientes. Esto es importante en vista de que nos analiza la liquidez del negocio únicamente con sus dos activos corrientes más líquidos, que son el efectivo y las cuentas por cobrar.
- **Capital de Trabajo Neto:** hace la resta entre los activos corrientes y los pasivos corrientes, mostrando así el dinero líquido disponible de un negocio después de haber cubierto sus obligaciones a corto plazo.
- **Endeudamiento:** como su nombre lo indica, la razón de endeudamiento divide las deudas totales entre los activos totales, lo que nos

expresa cuántos centavos de cada lempira de activo son financiados con deuda. Normalmente los bancos buscan que este indicador no sobrepase el 50% y los socios por otra parte, desean financiar sus operaciones con capital externo, así que siempre y cuando la deuda sea manejable, no muestran inconveniente que el mismo sobrepase esta cifra.

En conclusión, el análisis financiero va mucho más allá de estos ocho indicadores; no obstante, si no somos financieros o si tenemos dificultades para interpretar los estados financieros de un negocio, la práctica y buen manejo de estos ocho indicadores financieros nos dará una buena guía para tomar las mejores decisiones de rentabilidad y liquidez de nuestro negocio.

**SCT Seguro Total**  
 LO MEJOR EN ASESORÍA DE SEGUROS  
 CORREDURÍA DE SEGUROS

"Lo mejor en asesorías de seguros"  
 Porque tu seguridad y tranquilidad es nuestro mayor compromiso, por eso contamos con planes de seguros que se acoplan a tu presupuesto y necesidades, brindando un servicio óptimo y protección.

Números de teléfono:  
 Teg: 2239-6481  
 Sps: 2510-0514  
 Cel: 9430-5358

Tegucigalpa: Edificio Florencia, cubículo n° 109-112, Boulevard Suyapa, Tegucigalpa, M.D.C.  
 San Pedro Sula: Plaza Comercial San Martín, Local N° 8 2do piso, Bo. Paz Barahona, 9 ave, S.O. 11 calle, San Pedro Sula.

@segurototalsc1  
 Segurototal.correduria  
 cstsegurototal@yahoo.com



# AHORA TU MUNDO SE HA VUELTO MÁS GRANDE



NUEVA  
**RAV4**  
ES OTRA HISTORIA  
2020



Nuevo diseño robusto

Más espacio

Nuevo diseño interior



CORPORACION FLORES

GRUPO  
FLORES

• Tegucigalpa Col El Prado: 2216-4000 / Anillo Periférico: ext 1722 1723 • San Pedro Sula: 2561-8600 • La Ceiba: 2442-4140 • Choluteca: 2782-2524



@toyotahonduras



www.toyotahonduras.com



# ACCESO *al* CRÉDITO

**ARTURO ALVARADO SÁNCHEZ**  
**CONSULTOR DE EMPRESAS Y FINANCIERO**  
**DIRECTO DE BANCO COMERCIAL Y DEL COHEP**

**“ EL TIPO DE CRÉDITO SIEMPRE DEPENDERÁ DE LA NECESIDAD A FINANCIAR. EN EL CASO DE LAS EMPRESAS EXISTEN FACILIDADES BAJO LÍNEAS DE CRÉDITO REVOLUTIVAS PARA CAPITAL DE TRABAJO Y TRANSACCIONES ESPECÍFICAS PARA NECESIDADES NO RECURRENTE COMO COMPRA O AMPLIACIÓN DE EDIFICIOS, COMPRA DE MAQUINARIA Y EQUIPO, ETC.”**

**E**l crédito se define como una operación financiera en la que una institución financiera o persona presta dinero a una persona jurídica o natural, a la que se le conoce como deudor y ésta se compromete a devolver la cantidad que le ha sido facilitada en un tiempo y plazos definidos, de conformidad a los términos y condiciones pactados en el documento que respalda la obligación.

En el mundo actual el crédito juega un papel importante para el desarrollo de cualquier tipo de negocio o para atender necesidades personales, ya sea a nivel del sector público, grandes, medianas y pequeñas empresas del sector privado o persona natural. El crédito es importante porque facilita al deudor los recursos financieros que necesita para instalar un negocio, ampliar operaciones, comprar inventario, pagar a proveedores, etc. En cuanto a las personas naturales, mediante el crédito se pueden satisfacer innumerables necesidades como ser adquirir una vivienda, un vehículo, financiar estudios, gastos médicos, viajes de vacaciones, atender emergencias familiares, etc.



De conformidad a la Ley del Sistema Financiero, el otorgamiento de crédito forma parte de la intermediación financiera, definida como la realización habitual y sistemática de operaciones de financiamiento a terceros con recursos captados del público en forma de depósitos, préstamos u otras obligaciones, independientemente de la forma jurídica, documentación o registro contable que adopten dichas operaciones.

La misma ley reconoce que la gran mayoría de los recursos utilizados por los intermediarios financieros para otorgar créditos proviene de los depósitos captados del público y precisamente por eso, en todo el mundo, el sistema financiero está sujeto a regulaciones

estrictas y a una supervisión cercana por parte de las autoridades, buscando proteger el ahorro de las personas, que en conjunto constituyen el ahorro nacional. Adicionalmente, el activo principal de las instituciones financieras es su cartera crediticia, por lo cual mantener una cartera sana es fundamental para la solvencia de dichas instituciones.

Desde el punto de vista de supervisión, la Comisión Nacional de Bancos y Seguros tiene como objetivo supervisar las actividades financieras, de seguros, previsionales, de valores y demás relacionadas con el manejo, aprovechamiento e inversiones de los recursos captados del público. Además, vigilar que las instituciones supervisadas cuenten con sistemas de prevención del narcotráfico, lavado de activos y financiamiento del terrorismo.

**“EL CRÉDITO ES IMPORTANTE PORQUE FACILITA AL DEUDOR LOS RECURSOS FINANCIEROS QUE NECESITA PARA INSTALAR UN NEGOCIO, AMPLIAR OPERACIONES, COMPRAR INVENTARIO, PAGAR A PROVEEDORES.”**



En términos macro, podemos decir que de conformidad al Doing Business, un informe anual publicado por el Banco Mundial, el sistema financiero de Honduras está muy bien calificado en el renglón de acceso al crédito. De hecho, Honduras y Costa Rica ocupan el ranking más alto con una puntuación de 12, lo que ubica a ambos a niveles de países desarrollados. Este indicador mide la cobertura, el alcance y la accesibilidad de crédito en una muestra de 190 países. Por su parte, en el Informe de Competitividad Global, una publicación anual del World Economic Forum, con una muestra de 140 países, también el sistema financiero es uno de los sectores mejor calificados con un ranking de 67, mientras que a nivel global como país ocupamos la posición 101, significando 1 la mejor posición. Para comparar, Costa Rica ocupa la posición 67.

El acceso al crédito significa que cuando una persona natural o jurídica tiene una necesidad de financiamiento, debería poder encontrar una alternativa de solución presentando su solicitud ante cualquiera de las instituciones que componen el sistema financiero ampliado. Para facilitar el acceso al crédito, el solicitante debe llenar ciertos requisitos básicos que van desde la información general de conozca su cliente, gozar de buena reputación moral y crediticia, tener una necesidad financiera legítima, demostrar que cuenta con una adecuada capacidad de pago y ofrecer garantías que sean aceptables a la instituciones financiera.

En Honduras, el financiamiento a los sectores productivos y personas es ofrecido principalmente por la banca comercial, que mantiene una cartera que según información de la Comisión Nacional de Bancos y Seguros, al 31 de diciembre de 2018, representa aproximadamente el 95% del total del crédito al sector privado, mientras que las sociedades financieras proveen el 2.7%, con un porcentaje similar de la banca estatal. Según el Banco Central de Honduras, el crédito al sector privado representa un 49.7% del Producto Interno Bruto.

Adicionalmente, existe un gran número de instituciones financieras agrupadas en la Red de Microfinancieras de Honduras (REDMICROH), que se dedican al financiamiento de la micro y pequeña empresa al amparo de la Ley Reguladora de las Organizaciones Privadas de Desarrollo que se dedican a Actividades Financieras. La característica de estas instituciones es que han desarrollado programas especiales de crédito para el sector que atienden, como ser el crédito individual y el crédito

grupal o solidario y el crédito agrícola. Complementando este conjunto de instituciones financieras, también tenemos que mencionar que operan en el país una gran cantidad de cooperativas de ahorro y crédito, que atienden las necesidades de servicios financieros de sus afiliados.



Los bancos comerciales y algunas sociedades financieras han establecido estructuras específicas para atender los diferentes segmentos de mercado. Así vemos como ha surgido la banca de empresas, la banca de personas y la banca PYME, las cuales cuentan con personal especializado y con productos y servicios diseñados específicamente para atender las necesidades de cada sector.

El tipo de crédito siempre dependerá de la necesidad a financiar. En el caso de las empresas existen facilidades bajo líneas de crédito revolutive para capital de trabajo y transacciones específicas para necesidades no recurrentes como compra o ampliación de edificios, compra de maquinaria y equipo, etc. Para las personas naturales también existe una diversidad de productos crediticios de

acuerdo a la necesidad específica a financiar, pues no es lo mismo otorgar un crédito para un viaje de vacaciones como para la compra de una vivienda. Una adecuada estructuración del crédito juega un papel importante para evitar complicaciones en la capacidad de pago del deudor.

En el caso de los créditos otorgados a los deudores comerciales, las instituciones financieras requieren suficiente información tanto de los socios como personas naturales como de la empresa o persona jurídica, en cuanto a su historial previo, sus productos, mercado, situación financiera, etc. y mantienen un sistema de supervisión para dar seguimiento al desarrollo de los negocios, con el fin de mantenerse al día y asegurar que la capacidad de pago del cliente continua siendo satisfactoria. La evaluación del riesgo, se basa en el análisis de una serie de características del deudor. Por regulación existen cuatro factores principales como ser: capacidad de pago, comportamiento histórico de pago, garantías que respaldan los créditos y entorno económico. Generalmente las garantías hipotecarias tienen un peso muy positivo en cuanto a los requerimientos de clasificación y reservas por parte de las autoridades supervisoras.

Los créditos personales tienen características especiales que los diferencian de los créditos comerciales como ser montos, plazos, forma de pago, garantía, proceso de administración del crédito, etc., ya que además de ser de montos relativamente menores también están integrados por un elevado número de clientes. Las instituciones financieras administran estos créditos con base al cumplimiento del plan de pagos y niveles de morosidad.

Complementariamente también existe una diferenciación para los créditos de consumo, definidos como las obligaciones contraídas por personas naturales, incluyendo las deudas mediante tarjetas de crédito, y, cuyo objeto es financiar la adquisición de bienes de consumo o el pago de servicios. La fuente principal de pago del prestatario, puede ser el salario, sueldo, rentas, remesas o similares. Si la fuente de pago del crédito son actividades productivas o comerciales entonces estas solicitudes se tratan como como microcrédito o pequeño deudor comercial, dependiendo del monto de financiamiento.

Las instituciones financieras también determinan una clasificación especial para

**“DESDE EL PUNTO DE VISTA DE SUPERVISIÓN, LA COMISIÓN NACIONAL DE BANCOS Y SEGUROS TIENE COMO OBJETIVO SUPERVISAR LAS ACTIVIDADES FINANCIERAS, DE SEGUROS, PREVISIONALES, DE VALORES Y DEMÁS RELACIONADAS CON EL MANEJO, APROVECHAMIENTO E INVERSIONES DE LOS RECURSOS CAPTADOS DEL PÚBLICO.”**

los créditos para vivienda, definidos como los contraídos por personas naturales, cuyo destino es financiar la adquisición, ampliación, reparación, mejoramiento, subdivisión o construcción de una vivienda para uso propio, asimismo la compra de un lote de terreno para vivienda. Estos créditos se caracterizan por ser de plazos largos y tener como requisito indispensable que el crédito cuente con hipoteca debidamente inscrita.

Para finalizar, es evidente que en Honduras existe una variedad de instituciones dedicadas a ofrecer financiamiento bajo distintas modalidades y para distintos segmentos de clientes y por lo tanto, las empresas y las personas naturales cuentan con diferentes opciones para cubrir sus necesidades de financiamiento, para cualquier destino siempre y cuando sea para una necesidad legítima y el solicitante sea sujeto de crédito.

Dicho lo anterior, también es importante que los deudores, sean personas físicas o jurídicas, se preocupen de mantener un buen record crediticio. Los buros de crédito y la Central de Riesgos mantienen información del comportamiento de pago de los deudores y por lo tanto, un mal record crediticio afectará negativamente el acceso al crédito. Todos estamos conscientes que puede haber malos ciclos de negocios o que las personas físicas pueden pasar por dificultades financieras, pero lo importante es enfrentar y discutir la situación con la institución acreedora y tratar de llegar a un arreglo; lo peor es hacerse el desentendido y perderse de vista, porque eso repercutirá en su record crediticio y le complicará su futuro acceso a crédito.

# HABILIDADES

# *Blandas*



**POR: TANIA ARITA ZELAYA**  
**GERENTE REGIONAL CARIBE Y**  
**CENTRO AMÉRICA MANPOWERGROUP**

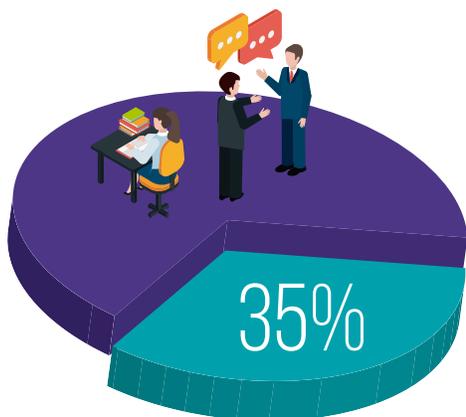
## ¿QUÉ SON LAS HABILIDADES BLANDAS?

El Foro Económico mundial ha identificado 16 habilidades, competencias y características que son importantes en el siglo 21, que son: Educación básica cómo las que aplican actividades diarias: alfabetización, aritmética, ciencias, tecnologías, finanzas, cultura y civismo. Habilidades cómo enfrentar retos: pensamiento crítico y reducción de problemas, creatividad, comunicación y colaboración. Habilidades de carácter de cómo actúan en un ambiente cambiante: curiosidad, iniciativa, persistencia, adaptabilidad, liderazgo, conciencia social y cultural.

Las habilidades blandas se van desarrollando a lo largo de la vida profesional, y van adquiriendo valor, como cambios significativos. La tecnología, digitalización, automatización y robotización está transformando los lugares de trabajo y esto ha conllevado que las habilidades blandas sean indispensables, para ello es necesario conocer cuáles son aquellas habilidades blandas que nos harán deseables en los lugares de trabajo, aquellas personas que puedan aprender y desaprender, adoptándose continuamente con las habilidades requeridas serán los que tomen decisiones en los lugares de trabajo, las habilidades blandas se han hecho duras de encontrar. En el estudio de ManpowerGroup encontramos cuales son aquellas habilidades blandas que se esperan encontrar en las personas, y que existe una escasez de talento con estas habilidades. Siempre hemos tenido cambios en el mundo del trabajo, la única diferencia hoy en día es que estos cambios son muchos más rápidos, debido al internet y al acceso de la información. Las carreras universitarias se volvían obsoletas después de 5-7 años, hoy puede suceder en menos de 2 años, debido a este mundo constante de información. Necesitamos una renovación acelerada de programas más rápida y periodos de entrenamiento laboral más cortos. El ingenio humano y las prioridades serán clave en cómo aprovechemos la tecnología en nuestras vidas y negocios. Las habilidades y el acceso al empleo serán la solución a la revolución de habilidades. Debemos alimentar la curiosidad y el aprendizaje de las personas para que tengan las ganas y la capacidad de desarrollar continuamente sus destrezas con el fin de mantenerlas aptas para el empleo. Gracias a una adecuada combinación de habilidades, las personas van a crecer en los lugares de trabajo en lugar de competir con la tecnología.

**“EL 35% DE LAS  
COMPAÑÍAS DICE QUE  
LAS HABILIDADES DE  
ORGANIZACIÓN SON LAS  
MÁS VALIOSAS, SEGUIDAS  
POR LIDERAZGO...”**

Las necesidades de habilidades cambian rápidamente, los empleadores no siempre saben cuáles necesitarán dentro de dieciocho meses. Las habilidades y el talento importan aún más en la Revolución de Habilidades. Los ciclos del conocimiento son más cortos que antes, el 65% de los trabajos que tendrá la Generación Z aún no existen. La necesidad constante: adquisición de habilidades, agilidad y capacidad de aprendizaje en la revolución de habilidades, cambiará el valor que le damos a las diferentes habilidades. La digitalización y el crecimiento del trabajo calificado traerán oportunidades, siempre y cuando las organizaciones y las personas estén preparados. La tecnología reemplazará las actividades rutinarias, tanto manuales como cognitivas, para que las personas puedan asumir tareas no repetitivas y funciones más satisfactorias. La creatividad, la inteligencia emocional y la flexibilidad cognitiva serán aprovechadas por el potencial humano y permitirán a la gente convivir con robots, en vez de ser reemplazados por ellos. Las personas se darán cuenta, cada vez más, que necesitan actualizarse y diversificarse en nuevas áreas. La adquisición de habilidades, la agilidad y la capacidad de aprendizaje serán cruciales.



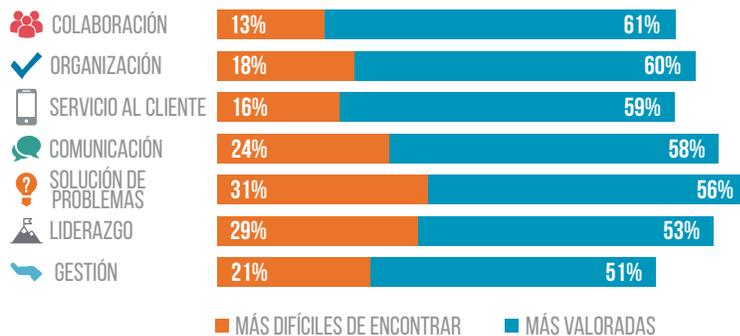
**35% DE LOS  
EMPLEADORES PIENSA  
QUE LOS SOLICITANTES  
CARECEN DE LAS  
HABILIDADES TÉCNICAS  
Y PROFESIONALES  
NECESARIAS.**

# “LEARNABILITY”

Tener el deseo y la capacidad de aprender nuevas habilidades para permanecer empleable durante largos periodos de carrera.

## LAS ALTAS EXIGENCIAS VS OFERTA LABORAL

LA MAYORÍA DE LAS HABILIDADES PROFESIONALES MÁS VALORADAS SON DIFÍCILES DE ENCONTRAR



Tenemos una sobre oferta-oferta de habilidades obsoletas las cuales no son demandas por las empresas, mientras que tenemos aquellas habilidades escasas y difíciles de encontrar por las empresas. Las compañías han crecido y globalizado de manera muy pronta que el dominio de otros idiomas, manejo de software entre otros ya es necesario para optar para una oportunidad laboral. Debemos ser consientes y trabajar en aspectos como redactar y estructurar de forma adecuada su hoja de vida, de-

purar su comunicación verbal y no verbal, así como conocer sus habilidades blandas sobresalientes y áreas de mejora. Necesitamos personas con facilidad de aprendizaje: el deseo y la capacidad de desarrollar habilidades a demanda para ser empleados en el largo plazo. La empleabilidad es menos acerca de lo que alguien ya sabe y más acerca de su capacidad para aprender. fomentar una cultura de capacidad de aprendizaje para retener y atraer al mejor talento: [www.learnabilityquotient.com/](http://www.learnabilityquotient.com/).

Las habilidades blandas son FORTALEZAS HUMANAS que incluyen habilidades profesionales tradicionales como la comunicación, colaboración y creatividad, así como rasgos exclusivamente humanos como la empatía, la construcción de relaciones, la capacidad cognitiva, la curiosidad y el deseo de aprender. Las fortalezas humanas son habilidades que la tecnología aumentará y que reducirán la amenaza de reemplazo por parte de la automatización. En la revolución de habilidades, tanto para organizaciones como para individuos, una buena mezcla entre alta tecnología y contacto será la combinación entre fortalezas humanas y conocimientos técnicos y digitales. El 35% de las compañías dice que las habilidades de organización son las más valiosas, seguidas por liderazgo y organización. Encontrar talento con la combinación correcta de habilidades es un desafío: los empleadores dicen que la resolución de problemas, la comunicación, la organización y la colaboración son también las habilidades más difíciles de encontrar en los candidatos.

“EL INGENIO HUMANO Y LAS PRIORIDADES SERÁN CLAVE EN CÓMO APROVECHEMOS LA TECNOLOGÍA EN NUESTRAS VIDAS Y NEGOCIOS. LAS HABILIDADES Y EL ACCESO AL EMPLEO SERÁN LA SOLUCIÓN A LA REVOLUCIÓN DE HABILIDADES.”

En medio de la revolución de habilidades, todos los empleados necesitarán habilidades digitales y la capacidad de resolver problemas y colaborar a medida que más organizaciones y funciones estén preparadas para mayores niveles de digitalización.

### LA FALTA DE HABILIDADES TÉCNICAS Y DE EXPERIENCIA, SON LOS PRINCIPALES FACTORES EN LA ESCASEZ DE TALENTO



# PASOS QUE LOS EMPLEADORES PUEDEN TOMAR EN CUENTA PARA IMPULSAR SU ESTRATEGIA DE FUERZA LABORAL

con el fin de prepararse para la transformación digital, cambiar los modelos de negocios y transformar las necesidades de habilidades, tendrán que:

## 1. IDENTIFICAR SIMILITUDES EN LAS HABILIDADES:

Impulsa a las personas para que tengan éxito. Identifica las necesidades de habilidades, luego evalúa y elige candidatos con conjuntos de habilidades similares, es decir, aquellas que están estrechamente conectadas y puedan adaptarse a nuevos roles. Desarrollar talentos probados y equipar a las personas para pasar de los conjuntos de habilidades tradicionales a los digitales. ManpowerGroup y el Instituto de Innovación en Diseño de Fabricación Digital definieron y mapearon 165 funciones de manufactura de vanguardia: [www.right.com/digitalmanufacturing](http://www.right.com/digitalmanufacturing)

## 2. DESARROLLAR LÍDERES DIGITALES

Mientras que 80% de las capacidades de liderazgo siguen siendo las mismas: adaptabilidad, deseo, aguante y brillantez intelectual, en la era digital se requiere un nuevo estilo de liderazgo. Lo que te trajo aquí, no te llevará allá. Los líderes de hoy deben poder atreverse a liderar y estar preparados para fallar rápidamente. Necesitan alimentar su capacidad de aprendizaje, acelerar su rendimiento y fomentar su espíritu emprendedor. Y, por supuesto, deben liberar potencial en otros. ¿Qué tan preparado estás para liderar en la era digital?

## 3. CONTRATO DE APRENDIZAJE

Los empleadores ya no pueden confiar en un mercado inmediato de talento. Necesitamos personas con facilidad de aprendizaje: el deseo y la capacidad de desarrollar habilidades a demanda para ser empleados en el largo plazo. La empleabilidad es menos acerca de lo que alguien ya sabe y más acerca de su capacidad para aprender. Fomentar una cultura de capacidad de aprendizaje para retener y atraer al mejor talento.

### *Acerca de Manpower Inc.*

Manpower Inc. (NYSE: MAN) es líder mundial en la industria de Recursos Humanos; crea y provee servicios que permiten a sus clientes triunfar en el cambiante mundo laboral. En su 60 aniversario, la compañía de 21 mil millones de dólares ofrece servicios para el ciclo completo de negocio y empleo, incluyendo reclutamiento y selección, contratación temporal y de planta, evaluación de empleados, capacitación, transición de carrera, staffing y consultoría. La red mundial de Manpower de 4,500 oficinas en 80 países y territorios permite a la compañía conocer las necesidades de sus 400,000 clientes anuales, que incluyen empresas pequeñas y medianas en todos los sectores económicos, así como las corporaciones

multinacionales más grandes del mundo. El objetivo de Manpower es elevar la productividad a través de procesos de calidad y eficiencia gracias a su fuerza laboral, permitiendo a sus clientes concentrarse en las actividades estratégicas de su negocio. Manpower Inc. opera bajo cinco marcas: Manpower, Manpower Professional, Elan, Jefferson Wells y Right Management. Puede encontrar más información sobre Manpower Inc. en nuestra página global, [www.manpower.com](http://www.manpower.com)

### *Manpower México, Centroamérica y República Dominicana*

Inicia operaciones en México en el año de 1969. Actualmente contamos con más de 90 oficinas regionalmente en donde damos servicio a un promedio mensual

de 2,200 clientes y 50,000 empleados permanentes y temporales. Contamos también con oficinas en Centroamérica que reportan a nuestra casa matriz en la Ciudad de México (El Salvador, Costa Rica, Guatemala, Honduras, Panamá, Nicaragua y República Dominicana). Puede encontrar más información sobre Manpower México, Centroamérica y República Dominicana en nuestra página regional, [www.manpower.com.mx](http://www.manpower.com.mx).



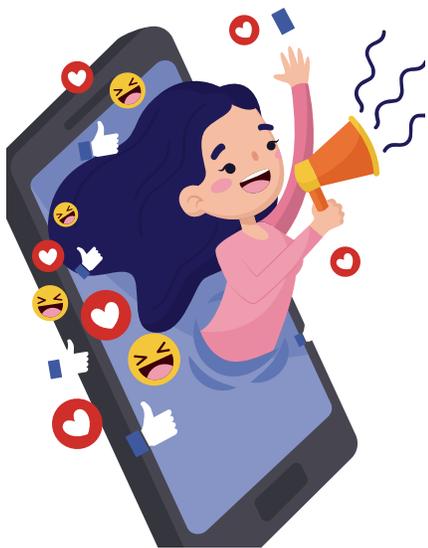
# DIGITAL *Signage*

**POR: LORENA CHAVARRIA  
DIRECTORA REGIONAL DE C&W BUSINESS**

**“EL 80% DE LAS PERSONAS QUE RECIBEN UN IMPACTO DESDE UNA PANTALLA DIGITAL RECUERDAN EL MENSAJE. POR LO TANTO, DEBEMOS APROVECHAR ESTE CONOCIMIENTO PARA REALIZAR ESTRATEGIAS DE TOP OF MIND.”**

Quando hablamos de señalización digital (Digital Signage), hablamos de una combinación cada vez más poderosa de tecnología y contenido relevante. Esto no es una cartelera con imágenes estáticas, sino un centro de información que transmite mensajes actualizados al minuto según el tipo de cliente que mira la pantalla en una ubicación específica en un momento específico.

Digital Signage es una red de pantallas digitales, gestionadas de forma remota, en tiempo real, que se pueden presentar en diferentes tamaños y formas. Un mensaje puede ser transmitido a varias pantallas o varios mensajes personalizados pueden ser entregados a diferentes personas; pero Digital Signage es capaz de hacer mucho más, las ubicaciones donde se puede usar aumentan cada día, y no solo se trata de ubicaciones! Las capacidades también se están expandiendo. Hoy en día, Digital Signage sabe quién es usted y dónde se encuentra.



## ¿POR QUÉ ESTÁ AUMENTANDO EL USO DE LA SEÑALIZACIÓN DIGITAL O DIGITAL SIGNAGE?

Más empresas están aprovechando las oportunidades rentables que ofrece la nueva tecnología de publicidad dinámica. Las empresas con señalización digital tienen más probabilidades de atraer clientes a la tienda, dirigirlos a más áreas de la tienda y aumentar el tiempo de los clientes en la tienda.

Con la solución adecuada, una empresa puede controlar sus mensajes de medios en múltiples tiendas y regiones desde una única ubicación. Un centro de control tiene la capacidad de llegar a cientos o miles de personas, y las listas de reproducción programadas previamente pueden alinearse con las ventas, la introducción de nuevos productos, la hora del día, las diferencias regionales, las preferencias locales y mucho más.

### NUESTROS SERVICIOS EN EL MANEJO INTEGRADO DE PLAGAS (MIP) COMPRENEN:

- DESINSECTACIÓN: Control de moscas, mosquitos, hormigas, cucarachas.
- DESACARIZACIÓN: Control de ácaros, pulgas, garrapatas.
- DESRATIZACIÓN: Control de roedores.
- PLAGAS DE LA MADERA Y CONSTRUCCIÓN: Control de termitas y polillas.
- DESINFECCIÓN Y DESINSECTACIÓN DE VEHÍCULOS (Trailers, Buses, Camiones).
- LAVADO Y DESINFECCIÓN DE TANQUES Y CISTERNAS.
- CONTROL DE MURCIELAGOS.
- CONTROL DE PALOMAS.
- HIGIENIZACIÓN: Vivienda, oficinas, hoteles, escuela.



### 10 RAZONES PORQUÉ CONTRATARNOS

- Te Brindamos Atención Personalizada.
- Damos Inspección Gratuita.
- Contamos con Personal Altamente Capacitado.
- Somos 24/7.
- Utilizamos Productos de Última Generación y Biodegradable.
- Expertos en el Manejo Integro de Plagas.
- Ofrecemos Soluciones de Acuerdo a las Necesidades de Nuestros Clientes.
- Contribuimos al Cuidado del Medio Ambiente.
- Damos Garantía y Te Certificamos.
- No Somos Los Únicos, Pero Si Los Mejores.



“DIGITAL SIGNAGE ES UNA RED DE PANTALLAS DIGITALES, GESTIONADAS DE FORMA REMOTA, EN TIEMPO REAL, QUE SE PUEDEN PRESENTAR EN DIFERENTES TAMAÑOS Y FORMAS. UN MENSAJE PUEDE SER TRANSMITIDO A VARIAS PANTALLAS O VARIOS MENSAJES PERSONALIZADOS PUEDEN SER ENTREGADOS A DIFERENTES PERSONAS...”



## VENTAJAS DE LA SEÑALIZACIÓN DIGITAL FRENTE A LA ESTÁTICA

Son muchas las ventajas que nos brinda esta tecnología, frente a la estática. A continuación citamos algunas de las más importantes:

1.

El **80%** de las personas que reciben un impacto desde una pantalla digital recuerdan el mensaje. Por lo tanto, debemos aprovechar este conocimiento para realizar estrategias de TOP OF MIND.

El **70%** de los usuarios toman la decisión de compra en el punto de venta, sabiendo que recuerdan mejor el mensaje en una pantalla digital, podremos influir directamente en esa decisión.

2.

3.

La señalización digital mezclada con contenido de entretenimiento reduce la sensación de espera en un **60%**.

Sumando diferentes factores y en diferentes sectores, se dice que el digital signage puede aumentar las ventas en torno a un **25%**.

4.

Digital Signage de Cable & Wireless Business (CWB) le permite conectarse visualmente con visitantes, invitados y empleados a través de una plataforma de entrega de contenido digital dinámica y que atrae la atención.

Algunos beneficios importantes:

- ▶ Aumenta la visibilidad en el sitio y la capacidad de promover productos y servicios para los visitantes e invitados.
- ▶ Mejora el compromiso de los empleados como parte de una estrategia general de comunicación interna.
- ▶ Envía notificaciones on demand o programadas de eventos, alertas, contenido o promociones.
- ▶ Personaliza la implementación dirigida de contenido según la ubicación de visualización, la hora del día o la audiencia.
- ▶ Guía interactivamente a los visitantes a las salas de reuniones, tiendas, restaurantes, el spa, la piscina u otros servicios, ayudándoles a navegar por su sitio o ubicación.
- ▶ Establece un canal de marketing adicional para reforzar su estrategia de marketing y respaldar las iniciativas de crecimiento de su negocio.
- ▶ Incrementa los ingresos al convertir visitas en compras.
- ▶ Mejora la satisfacción de los empleados y clientes al proporcionar comunicaciones oportunas y relevantes.
- ▶ Mejore la experiencia del visitante y fortalece su marca proporcionando información sobre la marcha si un empleado no está cerca.

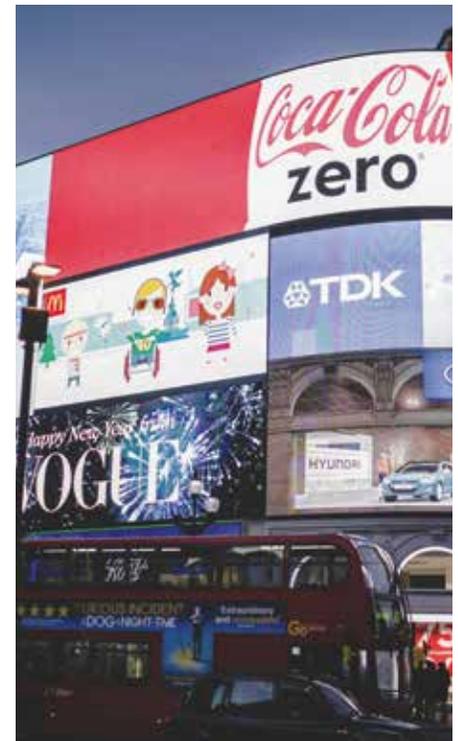
Otro dato importante es que es una solución que se puede mantener SIMPLE y ESCALABLE, ya que permite:

- ▶ Ponerse en marcha rápidamente con una interfaz de diseño de contenido intuitiva y fácil de usar.
- ▶ Las herramientas y plantillas de administración de contenido incorporadas permiten la capacidad de programar y presentar la entrega de contenido en pantallas habilitadas para la red.
- ▶ Enviar las notificaciones de emergencia o seguridad pública de alta prioridad en cuestión de minutos.
- ▶ Red de pantallas/estructuras en una ubicación o en todo el mundo con administración centralizada.
- ▶ Integrar pantallas nuevas y existentes con la misma solución.
- ▶ Simplifica los costos con un precio mensual fijo con todo incluido para una solución integral.
- ▶ Disfrute de un único punto de contacto para una solicitud de resolución más rápida.
- ▶ Mejorar la eficiencia y la eficacia de sus recursos de marketing.
- ▶ Optimiza la administración de activos, reduce el CAPEX y maximiza el retorno de la inversión de la tecnología.
- ▶ Garantiza fácilmente la mensajería y la asistencia coherentes en una única ubicación o en varias ubicaciones en todo el mundo.

Como lo mencionamos al inicio podemos con esta solución acelerar el retorno de la Inversión en Marketing a través de:

- ▶ Monetizar publicidad en pantallas a los socios, generando ingresos y optimizando las inversiones en monitores y señalización.
- ▶ Ampliar el alcance a través de un nuevo canal de marketing que también puede aprovechar la actividad de social media en línea.
- ▶ Acortar el tiempo de comercialización de las campañas de marketing.
- ▶ Impulsar el conocimiento de productos o servicios nuevos, existentes y subutilizados.
- ▶ Crear y administrar el contenido de Digital Signage con su equipo de marketing.
- ▶ Desarrollar una nueva fuente de ingresos con socios publicitarios y mejorar la experiencia del visitante al ofrecer productos y servicios específicos y relevantes.
- ▶ Mejorar los resultados de la campaña de marketing.
- ▶ Fortalecer la agilidad y capacidad de respuesta de tu equipo de marketing.

En conclusión, podemos decir que debemos estar a la vanguardia de la tecnología, y C&W Business le brinda una solución de extremo a extremo, incluyendo la mejor conectividad incorporada y monitoreo 24/7 de la plataforma de entrega de contenido y tecnología de entrega de contenido local.



Como el proveedor de conectividad más grande de América Latina y el Caribe, CWB ofrece Digital Signage a clientes en industrias que incluyen hospitalidad, comercio minorista, banca y educación en 20 países. Durante más de 20 años, CWB proporciona una amplia cartera de soluciones UCC alojadas en nuestro datacenter de Nivel I, incluida nuestra plataforma de señalización digital.



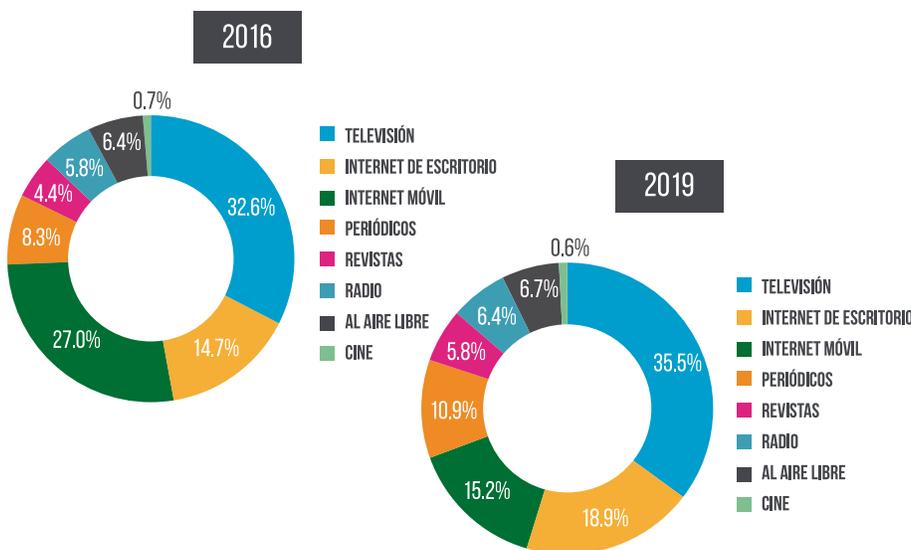
“ LA NEUROCIENCIA DEL CONSUMIDOR ACERCA CON DATOS LA TOMA DE DECISIONES EN LA EXPERIENCIA DE COMPRA, DISEÑO DE PRODUCTOS, EXPERIENCIA Y USO EN SITIOS WEB...”

Hoy en día los negocios se encuentran experimentando una serie de cambios en general: cambios en los consumidores, cambios en los modelos de negocio, cambios en la forma en la que se adquieren bienes y servicios. El cambio es una constante y desafía a las empresas a ir adaptándose o intentando alcanzar ese “tren de cambio.”

En el área de mercadeo y publicidad se están viviendo cambios interesantes. Según la firma Zenith Media la publicidad en Latinoamérica ocupa el 3er. lugar a nivel global con un crecimiento en inversión en publicidad del 4.9%. Esto quiere decir que las empresas están dispuestas a invertir en más anuncios con el objetivo de captar la atención del consumidor.

Lo interesante de esto se evidencia en la siguiente gráfica, en la cual, el crecimiento de la inversión en publicidad está en TV, sin embargo, al sumar la inversión en pauta para dispositivos de escritorio y móviles representan un 41.7%, del cual móvil es el 27% de la proyección.

CUOTA DE PUBLICIDAD GLOBAL GASTADA POR MEDIO (%)



Fuente: [www.insideradio.com/free/zenith-mobile-s-ad-spend-on-path-to-passing-desktop/article\\_dc9a0016-137b-11e7-b27f-3319ddeebooc.html](http://www.insideradio.com/free/zenith-mobile-s-ad-spend-on-path-to-passing-desktop/article_dc9a0016-137b-11e7-b27f-3319ddeebooc.html)

Y no es de sorprender, ya que según datos de Google en el evento “Google Week 2018” las personas revisan su teléfono al menos 150 veces al día en promedio. En el estudio de 2018 de iLifebelt los usuarios en Honduras indicaron que invertían 3 horas o más de su tiempo en redes sociales.

Ante esta situación, el diseño y evaluación de materiales utilizando principios de Neurociencia y Neuromarketing cobran mucha relevancia. En el caso de las búsquedas del término “Neuromarketing” en “Google Trends” en 2018, Honduras ocupa el 4º. lugar de Centroamérica del interés en su aplicación y en su definición. Esto quiere decir que el profundizar en conocer su aplicación y diferentes metodologías está siendo considerado por las empresas para evaluar campañas y poder tomar mejores decisiones que optimicen la inversión publicitaria.

La neurociencia del consumidor, utilizando tecnologías biométricas brinda una perspectiva más completa para identificar elementos en el diseño de la publicidad o la experiencia del consumidor en donde se tiene oportunidad de generar un impacto emocional que despierte la “atención” y lleve a considerar una acción por parte de los consumidores.



# TENDENCIAS EN *neuromarketing*

En octubre de 2018, el Dr. David Rosenstein de Neural Sense, analizó cuáles son las tendencias de Neuromarketing para este 2019.

## 1. INTELIGENCIA ARTIFICIAL:

Algoritmos que permiten analizar la información y detectar patrones visuales, de comportamiento o bien, “análisis semánticos del sentimiento en las conversaciones” de los seres humanos (a nivel digital en registros en redes sociales) y hacer estimaciones significativas. Este tipo de servicios acercan la investigación neurocientífica a las empresas.

## 2. LA REALIDAD AUMENTADA Y REALIDAD VIRTUAL:

Este es un campo que los fabricantes de tecnologías siguen avanzando para poder brindar herramientas a las empresas de investigación. Su limitación es el costo para acceder a estas tecnologías.

## 3. REDUCCIÓN EN COSTOS DE ESTUDIOS Y ALTA CALIDAD:

Es alentador para nuestra región el desarrollo de herramientas y aparatos que acerquen la investigación de neurociencia del consumidor a las empresas.

## 4. TEST DE ASOCIACIÓN IMPLÍCITA:

Conocidas como pruebas con “tiempo de respuesta.” Esta metodología analiza el comportamiento por el tiempo que toma una persona en asociar un concepto a nivel metaconsciente, con lo cual el realizar estudios a nivel remoto la hacen factible. Si desea profundizar en tema o hacerse un test sobre diferentes tópicos, en el siguiente link podrá acceder a los test de Harvard. [implicit.harvard.edu/implicit/spain/selectatest.jsp](http://implicit.harvard.edu/implicit/spain/selectatest.jsp)

El auge de los aparatos portátiles “wearables” por sus siglas en inglés, chips en prendas de vestir permiten el registro de información que permite obtener datos sobre cómo están utilizando los productos los consumidores, o bien cómo perciben la experiencia que proporciona determinado servicio.

La neurociencia del consumidor acerca con datos la toma de decisiones en la experiencia de compra, diseño de productos, experiencia y uso en sitios web, recorridos en tiendas, activación emocional de los sentidos y esto combinado con focus groups o entrevistas a profundida permite conocer el “significado” y la verbalización de los consumidores respecto a sus productos y servicios.

En la región, cada vez más empresas están incorporando la neurociencia y sus metodologías, con lo cual están aprendiendo como el contexto cultural, un buen “storytelling” y una propuesta de valor sólida se afianza en la mente de los consumidores.

La recomendación para las empresas es empezar a acercarse a realizar más investigaciones que incorporen estas metodologías para optimizar su publicidad y llegar a niveles más profundos en la relación con sus clientes.

**“SEGÚN DATOS DE GOOGLE EN EL EVENTO “GOOGLE WEEK 2018” LAS PERSONAS REVISAN SU TELÉFONO AL MENOS 150 VECES AL DÍA EN PROMEDIO. EN EL ESTUDIO DE 2018 DE ILIFEBELT LOS USUARIOS EN HONDURAS INDICARON QUE INVERTÍAN 3 HORAS O MÁS DE SU TIEMPO EN REDES SOCIALES.”**

# Promerica PYME



## Nos comprometemos contigo

Utiliza tu préstamos PYME para:

- Reconocimiento de inversiones realizadas
- Consolidación de deudas
- Capital de inversión
- Capital de trabajo

Así apoyamos las manos que engrandecen a Honduras.

Para mayor información visita: [www.bancopromerica.com](http://www.bancopromerica.com).

Ext. 45075

2280-8080 / 2580-8080 |     
[www.bancopromerica.com](http://www.bancopromerica.com)

Restricciones aplican.

**Banco Promerica** 



# EL NUEVO SISTEMA NACIONAL *anticorrupción* EN MÉXICO

**Y LA CONVENIENCIA DE LOS PROGRAMAS DE CUMPLIMIENTO  
CORPORATIVO EN LAS EMPRESAS**

**POR: MARCO ANTONIO DE LA PEÑA SÁNCHEZ  
SOCIO DE CUATRE CASAS, OFICINA DE MÉXICO**

**M**éxico, al igual que los demás países de Latinoamérica, no es ajeno a eventos de corrupción. Estos eventos desafortunadamente han impactado la actividad económica y la estabilidad social del país. No obstante, desde el año 1982, México ha experimentado una transformación constitucional y legal para prevenir y combatir eventos de corrupción. La más reciente reforma constitucional y legal en esta materia se dio en los años 2015 y 2016 con la creación del Sistema Nacional Anticorrupción, el cual comprende un andamiaje jurídico integral que involucra la necesidad de las empresas para implementar “Programas de Cumplimiento Corporativo y Prevención de la Corrupción”.



## ANTECEDENTES DEL SISTEMA NACIONAL ANTICORRUPCIÓN EN MÉXICO

Desde el año 1982, el Presidente Miguel De la Madrid, convencido de que una de las causas del origen de la crisis de aquella década en México, se asociaba a la corrupción del sector público, decidió impulsar un “Programa de Renovación Moral”, que se reflejó en una reforma de gran calado al Título IV de la Constitución Política de nuestro país .

Posteriormente, las autoridades del Gobierno Federal han diseñado normas para combatir la corrupción y otros delitos directamente vinculados con ella (por ejemplo, el lavado de dinero, soborno y peculado) enfatizando el adecuado cumplimiento de las mismas.

En dicho contexto, se expidió la Ley Federal Anticorrupción en Contrataciones Públicas en el año 2012, misma que fue abrogada para dar paso al paquete de leyes conocidas por sus siglas en inglés como ABC publicado en 2016, derivado de una profunda reforma constitucional publicada en 2015, la cual modificó catorce artículos de la Carta Magna y estableció los siguientes cambios sustanciales: i) Incluyó la figura de extinción de dominio en el caso de enriquecimiento ilícito ; ii) Estableció órganos internos de control para los organismos constitucionales autónomos ; iii) Otorgó facultades al Congreso de la Unión para

**“EN CASO DE QUE UNA EMPRESA SE ENCUENTRE INVOLUCRADA EN UN CASO DE CORRUPCIÓN, ÉSTE PUEDE DAR LUGAR A SANCIONES IMPORTANTES, TANTO PARA LAS PERSONAS FÍSICAS QUE LA REPRESENTAN COMO PARA LA PROPIA PERSONA MORAL.”**



legislar en relación con: a) las bases del Sistema Nacional Anticorrupción, b) la fiscalización superior y rendición de cuentas, así como las atribuciones de la Auditoría Superior de la Federación, y c) las facultades, así como la estructura y competencia del Tribunal Federal de Justicia Administrativa ; iv) Previó la responsabilidad administrativa de los particulares, y no sólo de servidores públicos , y v) Estableció el plazo mínimo de prescripción de siete años para los casos graves de corrupción .

## **EFFECTOS DEL NUEVO SISTEMA NACIONAL ANTICORRUPCIÓN EN EL COMPLIANCE DE LAS EMPRESAS EN MÉXICO**

La implementación de estas normas a través de las instituciones que integran el actual Sistema Nacional Anticorrupción en México, hace necesario que las empresas desarrollen medidas y mecanismos corporativos que prevengan actos de corrupción por sus directivos y empleados. En caso de que una empresa se encuentre involucrada en un caso de corrupción, éste puede dar lugar a sanciones importantes, tanto para las personas físicas que la representan como para la propia persona moral. Adicionalmente, el que una empresa incurra en un evento de corrupción también trae consigo un riesgo reputacional alto, que puede provocar daños y perjuicios económicos difícilmente cuantificables para la propia empresa.

En este contexto, la primera pregunta que surge es: ¿Qué deben hacer las empresas para prevenir estos riesgos con base en las leyes mexicanas?

Cabe señalar que el artículo 24 de la Ley General de Responsabilidades Administrativas prevé que las personas morales serán sancionadas cuando los actos vinculados con faltas administrativas graves sean realizados por personas físicas que actúen en nombre o representación de la persona moral con la intención de obtener beneficios para dicha persona moral.

La implementación de estas normas a través de las instituciones que integran el actual Sistema Nacional Anticorrupción en México, hace necesario que las empresas desarrollen medidas y mecanismos corporativos que prevengan actos de corrupción por sus directivos y empleados. En caso de que una empresa se encuentre involucrada en un caso de corrupción, éste puede dar lugar a sanciones importantes, tanto para las personas físicas que la representan como para la propia persona moral. Adicionalmente, el que una empresa incurra en un evento de corrupción también trae consigo un riesgo reputacional alto, que puede provocar daños y perjuicios económicos difícilmente cuantificables para la propia empresa.

En este contexto, la primera pregunta que surge es: ¿Qué deben hacer las empresas para prevenir estos riesgos con base en las leyes mexicanas?

Cabe señalar que el artículo 24 de la Ley General de Responsabilidades Administrativas prevé que las personas morales serán sancionadas cuando los actos vinculados con faltas administrativas graves sean realizados por personas físicas que actúen en nombre o representación de la persona moral con la intención de obtener beneficios para dicha persona moral.

No obstante, para prevenir y mitigar cualquier posible responsabilidad que surja con motivo de alguna de las faltas administrativas graves previstas en la citada Ley, las sociedades mercantiles podrán desarrollar “Programas de Cumplimiento Corporativo y Prevención de la Corrupción”. La propia ley establece que para la imposición de sanciones, las autoridades valorarán si las empresas cuentan con políticas de integridad.

## **LA POLÍTICA DE INTEGRIDAD**

debe comprender los siguientes elementos para la prevención de actos de corrupción:

- 1.** Manual de organización y procedimientos
- 2.** Código de Conducta
- 3.** Sistemas de control, vigilancia y auditoría
- 4.** Sistemas de denuncia
- 5.** Entrenamiento y Capacitación
- 6.** Enfoque de Recursos Humanos basado en riesgo
- 7.** Publicidad y transparencia de intereses

Esto significa que las personas morales que cuenten con políticas de integridad adecuadas, podrán atenuar las sanciones previstas en la ley, lo que no sucederá con aquéllas que no cuenten con programas de cumplimiento normativo.

Estas políticas de integridad deben de contener una serie de medidas preventivas y correctivas en el desarrollo de las actividades propias de las personas morales (y de las personas que colaboran en ellas, tales como directivos y empleados, entre otros) con el propósito de prevenir actos de corrupción.

# “ESTAS POLÍTICAS DE INTEGRIDAD DEBEN DE CONTENER UNA SERIE DE MEDIDAS PREVENTIVAS Y CORRECTIVAS EN EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES PROPIAS DE LAS PERSONAS MORALES...”

## ACCIONES PARA PREVENIR ACTOS DE CORRUPCIÓN EN EMPRESAS

En este contexto, más allá del simple cumplimiento de las normas ABC, se recomienda que las empresas implementen un Programa de Cumplimiento Corporativo, dentro del cual deben de: i) elaborar una matriz de riesgos específicos de corrupción, ii) armonizar sus acciones con el cumplimiento de las normas ABC en diversas jurisdicciones (ej., México, Estados Unidos de América, Reino Unido, entre otros.), aprovechando la experiencia de despachos de abogados de carácter internacional como lo es Cuatrecasas; iii) implementar una Política de Integridad consistente con la Ley General de Responsabilidades Administrativas, conteniendo elementos normativos como un Código de Conducta y Ética, con un enfoque basado en los riesgos de prevención a eventos de corrupción, además de conciliar dicha Política de Integridad con otros documentos de cumplimiento normativo y el ABC que debe existir en cada sociedad; iv) obtener asesoría y acompañamiento para aplicar los estándares de la International Organization for Standardization (“ISO”) y, en su caso, buscar certificaciones por parte de órganos facultados en materia de ABC (ISO 37001), así como de cumplimiento normativo (ISO 19600), no sólo desde un punto de vista de procesos, sino garantizando el cumplimiento normativo integral, y v) diseñar Talleres de adiestramiento y capacitación por profesionales en materia de ABC, tal como los que actualmente ofrece la oficina de Cuatrecasas en México, para prevenir riesgos legales y reputacionales.

Con estas acciones corporativas de carácter preventivo, las empresas podrán alinear sus prácticas corporativas y de cumplimiento legal a los objetivos planteados por el reciente Sistema Nacional Anticorrupción en México a fin de evitar y prevenir las incidencias descritas en esta materia.

### Bibliografía:

1. Leonel Pereznieta Castro, “Reformas Constitucionales de la Renovación Moral”, Editorial Porrúa, págs 23-25, 51, 1ª Edición.
2. ABC por sus siglas en inglés: Anti Brabery and Corruption

3. Artículo 22, párrafo segundo, fracción II, de la Constitución.
4. Artículos 28, párrafo vigésimo, fracción XII, así como 41, fracción V, Apartado A, de la Constitución.
5. Artículo 73, fracciones XXIV y XXIX-H, de la Constitución.
6. Artículo 109 de la Constitución.
7. Artículo 114, párrafo tercero, de la Constitución.
8. Art. 25 de la Ley General de Responsabilidades Administrativas.-” En la determinación de la responsabilidad de las personas morales que se refiere la presente Ley, se valorará si cuentan con una política de integridad...”
9. Este estándar busca implementar y administrar procesos en las organizaciones para prevenir, detectar y combatir los actos de corrupción. En general, incluye el establecimiento de una política ABC, designar una persona encargada de supervisar la efectividad del sistema ABC implementado en la organización correspondiente, medidas de análisis de riesgo y debida diligencia, entre otros. Mientras tanto, el estándar ISO 19600 indica cómo hacer la implementación exitosa de estructuras, políticas y programas adecuados de cumplimiento normativo, tomando en cuenta variables endógenas de las organizaciones como su tamaño, actividades, etc.

**SCT Seguro Total**  
LO MEJOR EN ASESORÍA DE SEGUROS  
CORREDURÍA DE SEGUROS

“Lo mejor en asesorías de seguros”  
Porque tu seguridad y tranquilidad es nuestro mayor compromiso, por eso contamos con planes de seguros que se acoplan a tu presupuesto y necesidades, brindando un servicio óptimo y protección.

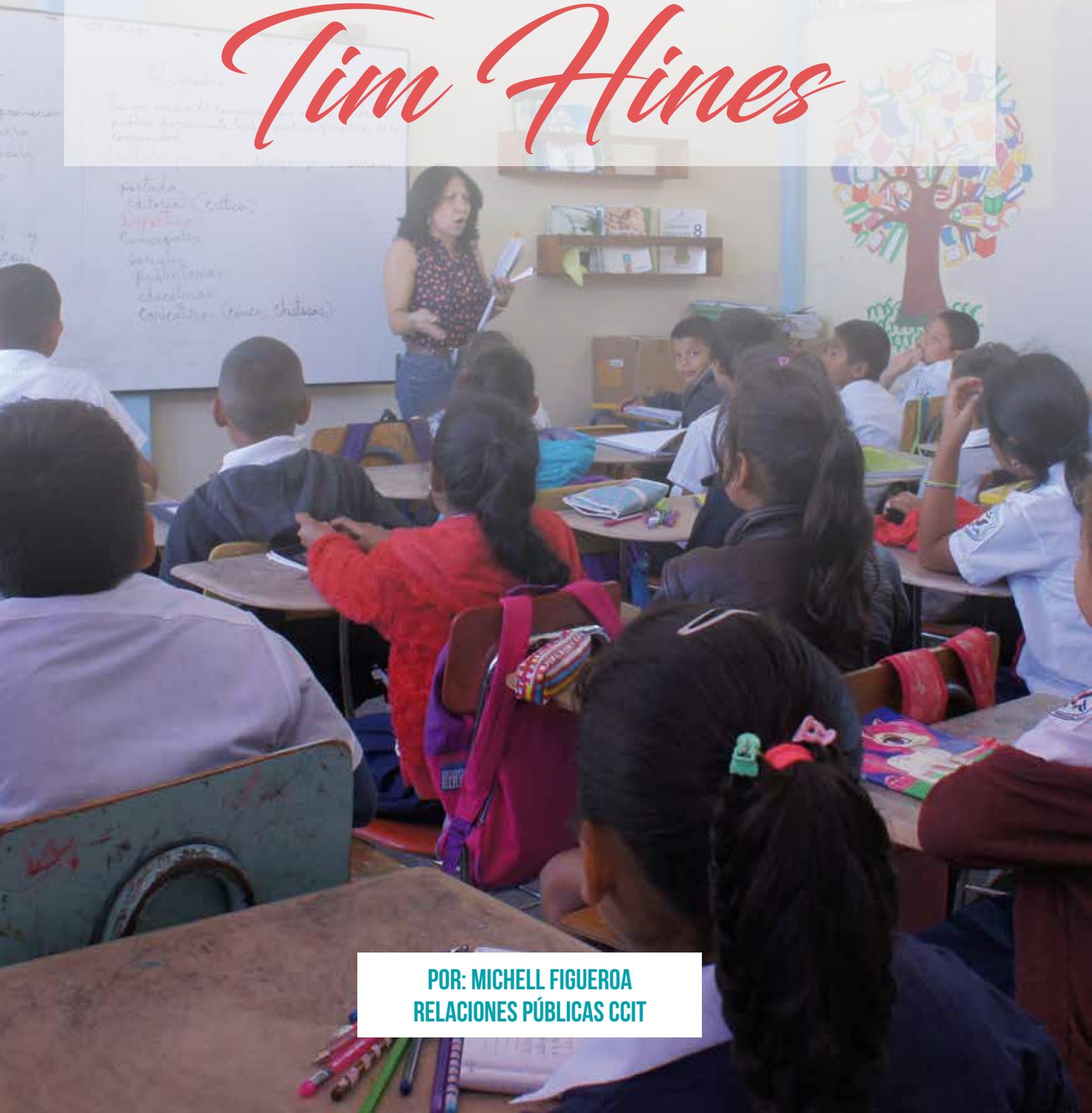
Números de teléfono:  
Teg: 2239-6481  
Sps: 2510-0514  
Cel: 9430-5358

Tegucigalpa: Edificio Florencia, cubículo n° 109-112, Boulevard Suyapa, Tegucigalpa, M.D.C.  
San Pedro Sula: Plaza Comercial San Martín, Local N° 8 2do piso, Bo. Paz Barahona, 9 ave, S.O. 11 calle, San Pedro Sula.

@segurototalsc1  
Segurototal.correduria  
cstsegurototal@yahoo.com

# CENTRO BÁSICO

## *Tim Hines*



**POR: MICHELL FIGUEROA  
RELACIONES PÚBLICAS CCIT**

## CENTRO BÁSICO TIM HINES

Sinónimo de: compromiso, amor, perseverancia, persistencia, voluntad, trabajo en equipo y apoyo incondicional.



“ ENTRE TANTAS CUALIDADES Y DESTREZAS QUE POSEEN TANTO ALUMNOS, PADRES DE FAMILIA Y MAESTROS DEL CENTRO BÁSICO, TAMBIÉN ESTÁ EL DESEO NO SOLO DE CONVERTIRSE EN EMPRESARIOS DE ÉXITOSINO QUE TAMBIÉN PREPARARSE Y MANEJAR COMO SEGUNDA LENGUA EL INGLÉS COMO FACTOR PRINCIPAL PARA EL ÉXITO DE ELLOS MISMOS Y DE SUS EMPRESAS.”

**E**n esta sección de la revista Comercio Global conoceremos la historia de la escuela pública Tim Hines y su grupo de estudiantes, ganadores del programa insignia de CCIT, “Honduras Emprende” a nivel escolar en el año 2018.

El Centro Básico Tim Hines, fundada en el año 2007, es un ejemplo de superación, lucha constante, perseverancia y hace honor a la frase “CUANDO SE QUIERE SE PUEDE”. En honor a la ardua e invaluable labor y apoyo de un misionero llamado Tim Hines quien de manera voluntaria apoya decididamente la educación de estos niños, se decide darle el nombre al centro básico TIM HINES en homenaje a esta mano amiga que llegó y continua apoyando el desarrollo de este centro educativo.

## LOGROS

En el año 2017 participaron en el concurso “Honduras Emprende Escolar” con su idea de negocio, un Cyber Café donde alumnos de 7mo, 8vo y 9no grado defendieron su iniciativa, convirtiéndose en ganadores con un capital semilla no reembolsable.

En el 2018 alumnos de 5to, 6to, 7mo, 8vo y 9no grado participaron con su emprendimiento de jugos naturales desintoxicantes, “DETOX”, convirtiéndose también en ganadores con su iniciativa de negocio. Estos emprendimientos son ejecutados por los niños con el apoyo decidido de sus maestros y padres de familia.



## HISTORIA

En el año 2007 el Centro Básico contaba con 4 aulas de madera 50 niños y 5 docentes. Desde el 2009 hasta la actualidad, gracias a la persistencia y compromiso de su Directora, la profesora Carmen, Jackeline Cruz, un cuerpo de docentes y un grupo de misioneros, la escuela actualmente cuenta con 453 niños, 10 aulas de concreto, 1 biblioteca, 1 comedor de primer nivel donde los niños tienen su almuerzo gratuito. Hoy en día 18 docentes muestran el compromiso y amor por posicionar este Centro Educativo en el número 1 en infraestructura, conocimientos, potenciando habilidades de los niños en inglés y el desarrollo de los mismos en emprendimiento como factor clave para su familias y el desarrollo del país.



## PERSERVERANCIA Y DEDICACIÓN

El impulso y el acompañamiento que el cuerpo de docentes y padres de familia le dan a estos niños es motivo primordial para que se conviertan en empresarios de éxito. En su escuela no solo destacan los 2 emprendimientos ganadores, sino también se dedican a la elaboración de productos derivados de la harina con su empresa “EL TRIGAL”, teniendo como mentora a Doña Cristina Leal, quien le enseña a los niños las mejores recetas para elaborar pastelitos, galletas entre otros productos. Así mismo se dedican a la cosecha de zanahorias, remolachas y cilantro para venta y consumo de sus familias.

Actualmente son 30 madres de familia involucradas como mentoras en las microempresas de sus hijos quienes les motivan, enseñan e impulsan para continuar innovando con las recetas garantizando así el éxito de sus empresas.

Alumnos, padres de familia y maestros realizan ferias en su escuela donde compañeros de todos los grados y maestros apoyan, degustando productos elaborados por las manos de estos niños. El olor de los succulentos platillos llega a los hogares aledaños al Centro Educativo donde también los vecinos del lugar los asisten y compran sus productos.

Es importante mencionar que la calidad y sabor de los productos ya es conocido en diferentes universidades y espacios de ferias donde ha podido vender sus productos teniendo la aceptación de sus clientes.

Entre tantas cualidades y destrezas que poseen tanto alumnos, padres de familia y maestros del centro básico, también está el deseo no solo de convertirse en

empresarios de éxitos sino que también prepararse y manejar como segunda lengua el inglés como factor principal para el éxito de ellos mismos y de sus empresas. Estos niños reciben clases de inglés intensivas que son financiadas por el misionero que llegó a cambiar la vida y el futuro de estos niños, Tim Hines.



## TRABAJO EN EQUIPO Y LIDERAZGO

Todo el éxito de este Centro Educativo se traduce en el trabajo en equipo que todos realizan, el liderazgo es una habilidad que caracteriza a la Directora de este Centro Educativo, la Profe Jackie, como de cariño le llaman, es una líder admirada y apoyada por su grupo de alumnos y maestros. Sus gestiones han sido de provecho y de mucho desarrollo para el centro educativo y para quienes lo integran. El apoyo de los padres de familia sin lugar a dudas es pilar fundamental para el éxito y progreso de sus hijos, los mismos padres aportan mensualmente para la construcción de las aulas de estudio dignas para sus hijos.

El amor y compromiso de sus maestros va más allá, todos los sábados y domingos los maestros trabajan de manera voluntaria con sus alumnos desarrollando actividades en pro del Centro Educativo.

## POTENCIANDO CAPACIDADES

Las capacitaciones en diferentes áreas son constantes para todo el Centro Educativo, agradecen el apoyo de CCIT por brindar capacitaciones estratégicas que han servido para el desarrollo y éxito de sus empresas.

“Agradecemos a CCIT por darnos ese acompañamiento que nos ha servido para salir adelante con los emprendimientos de los niños, gracias por formarnos y creer en nosotros. Reconocemos que adquiriendo los conocimientos necesarios y mediante capacitaciones nos sentimos seguros de continuar en esta vida de los negocios con nuestros alumnos” Carmen Jackeline Cruz.

## INVERSIÓN

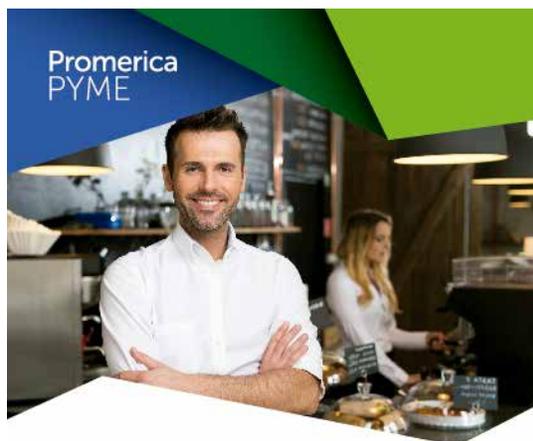
Con el capital semilla que ha ganado en los concursos de Honduras Emprende Escolar el grupo de docentes y alumnos invertirán el mismo en un laboratorio de alimentos que comenzará a funcionar en mayo del 2019.

**“TAMBIÉN ESTÁ EL DESEO NO SOLO DE CONVERTIRSE EN EMPRESARIOS DE ÉXITOSINO QUE TAMBIÉN PREPARARSE Y MANEJAR COMO SEGUNDA LENGUA EL INGLÉS COMO FACTOR PRINCIPAL PARA EL ÉXITO DE ELLOS MISMOS Y DE SUS EMPRESAS.”**

## AGRADECIMIENTOS

“Gracias a CCIT por su incondicional apoyo, y creer en nuestros alumnos, gracias por capacitarnos y apoyarnos para convertir a nuestros niños en empresarios.” -Jackeline Cruz

“Hagamos cosas diferentes para obtener resultados diferentes” así lo expresa la directora de este Centro Educativo, orgullo de Honduras.



### Nos comprometemos contigo

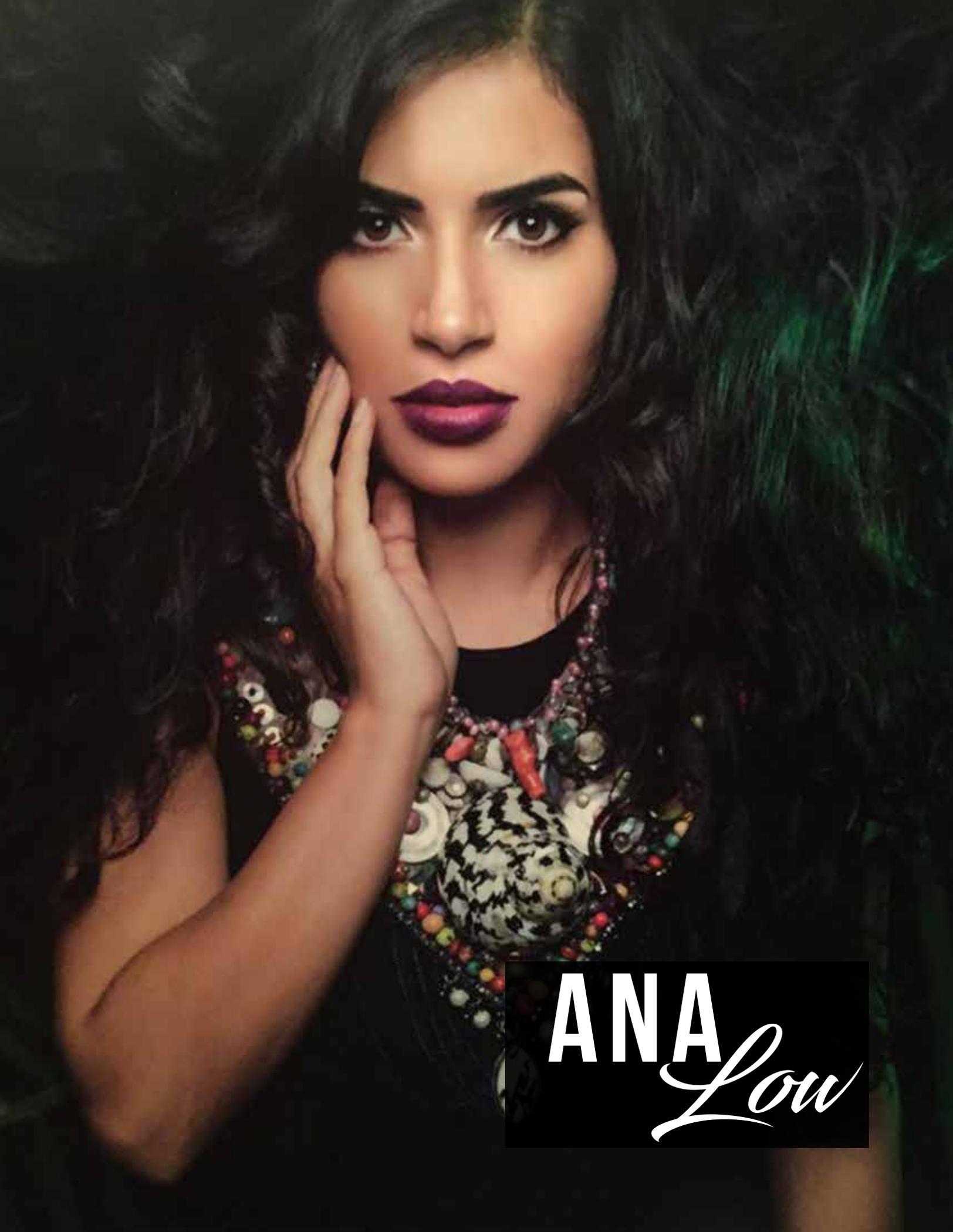
Utiliza tu préstamos PYME para:

- Reconocimiento de inversiones realizadas
- Consolidación de deudas
- Capital de inversión
- Capital de trabajo

Así apoyamos las manos que engrandecen a Honduras.  
Para mayor información visita: [www.bancopromerica.com](http://www.bancopromerica.com).  
Ext. 45075

2280-8080 / 2580-8080 | [www.bancopromerica.com](http://www.bancopromerica.com)  
Restricciones aplican.

**Banco Promerica**



**ANA**  
*Low*

**M**i interés por el arte surgió desde muy temprana edad, pasaba largas horas dibujando, pintando, recortando, pegando, jugando con plastilina, entre otros. Al observar esto mi madre decidió seguir estimulando mi lado creativo y me matriculaba en cursos artísticos como el repujado en metal, elaboración de velas, composición de arreglos florales, pintura sobre cerámica, migajón y más. A medida fui creciendo, mi visión acerca del arte se fue ampliando y creció en mi un deseo de cursar estudios más formales sobre los temas de interés, entre a cursos libres de pintura en la escuela nacional de bellas artes durante 4 años y al mismo tiempo me fui interesando por la moda, los complementos de moda, el diseño y la arquitectura.

Al graduarme del colegio decido entrar a la Facultad de arquitectura y cursar un Técnico Universitario en Diseño de Interiores y posteriormente la Licenciatura en Arquitectura de interiores en CEDAC, lugar donde pude cursar talleres de diseño de modas, diseño de joyas, cartelismo e ilustración. En CEDAC conocí a Fernando Domínguez, pasante de la carrera de Diseño Gráfico, con él decidimos colaborar artísticamente y crear una marca de diseño de indumentaria y accesorios para dama bajo la marca CAMAZOTS.



Este proyecto surge como una necesidad de expresión artística, caracterizada por promover la identidad nacional, como punto de partida hace su primera presentación de pasarela en Fashion Week Honduras en el año 2010 siendo galardonados como mejor diseñador en la pasarela Honduras Habla. La marca Camazots realizó 7 pasarelas o Colecciones entre el año 2010-2014. Entre otros trabajos sobresalientes podemos mencionar makeup y styling para videos musicales de artistas hondureños como Polache y Angela Bendeck, anuncios comerciales y campañas publicitarias para tiendas nacionales. Es hasta el año 2015 que decido lanzar la empresa Ana Low como diseñadora independiente con un concepto más fresco y diferente enfocado en el diseño de joyería experimental con materiales alternativos, piezas exclusivas de reproducción única, dirigido a la mujer elegante, actual y con gusto por lo exótico.

Esta marca hace su primer debut en la pasarela Paseo de la Moda realizada con el apoyo de la UNAH y el CAC (Cetro de arte y Cultura de la UNAH) en marzo del 2015 como miembro activo de la Asociación de Diseñadores Hondureños Piso Diez Diseño, entre los eventos más destacados podemos mencionar:



**“LA RAZÓN  
FUNDAMENTAL QUE  
ME MUEVE A TENER MI  
PROPIA EMPRESA ES LA  
SATISFACCIÓN PERSONAL  
DE PODER EXPRESARME  
ARTÍSTICAMENTE...”**

- ▶ Participación como diseñadora de accesorios en la Expo Astaná 2017 en Kazajistán bajo la asociación de Diseñadores Piso Diez Diseño representando a Honduras.
- ▶ Participación como Diseñadora en la exposición colectiva de Accesorios Contemporáneos con materiales alternativos en la apertura de la Muestra Itinerante de la 5ta Bienal Iberoamericana de Diseño, abril del año 2018.

- ▶ Participación en pasarela Fusión: Moda y Textura, como diseñadora de accesorios de moda y miembro de Piso Diez Diseño (Asociación de Diseñadores) en colaboración con FERCO. Abril del año 2018
- ▶ Colaboración de accesorios de moda para la pasarela de la marca KOLORI en Estilo Moda, septiembre del año 2018.  
Participación como diseñadora de accesorios contemporáneos en la exposición del Latino Fashion Week de Chicago, octubre del año 2018.
- ▶ Participación como diseñadora de accesorios contemporáneos en la cuarta edición del evento Rompiendo Fronteras, exposición de joyería contemporánea Latinoamericana, el 9 de marzo del 2019.



**“A MEDIDA FUI CRECIENDO, MI VISIÓN ACERCA DEL ARTE SE FUE AMPLIANDO Y CRECIÓ EN MI UN DESEO DE CURSAR ESTUDIOS MÁS FORMALES SOBRE LOS TEMAS DE INTERÉS...”**

La razón fundamental que me mueve a tener mi propia empresa es la satisfacción personal de poder expresarme artísticamente, observar la interacción del cliente con el producto diseñado, lucrarme haciendo lo que más me gusta y ser mi propia jefa es algo que no tiene precio.



Como artista plástico he participado en eventos como ser:

- ▶ Participación en la exposición Colectiva de Arte “Mujeres Nuevas Historias”, realizado en el MIN (Museo de la Identidad Nacional) el 30 de enero del 2014.
- ▶ Participación en el colectivo de artistas femeninas Las Paredes hablan, exposición colectiva de stencils y empapelados en Casa del teatro memorias el 25 de noviembre del 2014.
- ▶ Participación en la exposición Colectiva de Arte “Mujeres Nuevas Historias”, realizado en el MIN (Museo de la Identidad Nacional) el 31 de enero del 2015.
- ▶ Participación en colectivo de artistas femeninas en el proyecto artístico social en el mercado de San Felipe apoyado por el CCET realizado 15 de febrero del 2015.
- ▶ Participación en la exposición Colectiva de Arte “Mujeres Nuevas Historias”, realizado en el MIN (Museo de la Identidad Nacional) el 2 de junio del 2018.

### **EMPRESA DE ACCESORIOS Y COMPLEMENTOS DE MODA**

**PROPIETARIA:**

Ana Cristina Lozano Castro.

**NOMBRE DE LA EMPRESA:**

Ana Low

**CORREO ELECTRÓNICO:**

analowhn@gmail.com

**FECHA DE APERTURA:**

2015

**PUNTO DE VENTA EN FÍSICO:** Tienda Invi-tro ubicada en la colonia Palmira, Avenida República de Panamá 2139, Tegucigalpa.



Síguenos:  @fincaencasahn  
 fincaencasahn

## Nuestras Especialidades

Salsa Picante,  
Jalapeño en Escabeche,  
Aderezo Jalapeño, Dulceta  
de Tamarindo, Naranja y  
una sumamente Picante  
de Habanero



Nos puedes encontrar en las ferias que organiza Cámara de Comercio e Industria de Tegucigalpa, Repostería El Hogar y en San Pedro Sula el Comisariato Los Andes.

Contacto:  
[fincaencasahn@gmail.com](mailto:fincaencasahn@gmail.com)

## ESPACIOS PUBLICITARIOS



**Calendario Institucional**  
(1 edición anuales)



**Pantallas LED en lobby Anexos**  
(11,040 apariciones al mes)



**Sitio Web de CCIT**  
(Enlace publicitario)



**Revista CCIT Comercio Global**  
(3 ediciones anuales)



**Pantalla LED en lobby Principal**  
(11,040 apariciones al mes)



**Elevadores CCIT**  
(3 espacios)

La unidad de **Publicidad y Mercadeo** de CCIT pone a disposición del público diferentes espacios publicitarios, los cuales están ubicados en nuestras instalaciones, página web y otros medios de comunicación.



2232-4200  
ext. 720



[publicidad@ccit.hn](mailto:publicidad@ccit.hn)

[www.ccit.hn](http://www.ccit.hn)

# LA IMPORTANCIA DEL *Liderazgo* A NIVEL GERENCIAL

POR: FERNANDO CEBALLOS  
DIRECTOR CCIT



**E**n el contexto competitivo moderno, las organizaciones empresariales buscan, a través de un proceso de planificación, maximizar su productividad, y por ende, su rentabilidad. Para ello, buscan a individuos que lideren sus organizaciones a través de un mundo cambiante, digitalizado y globalizado, con consumidores cada vez más conocedores y empoderados por las redes sociales, algo sin comparación en la historia de la humanidad.

Para poder entender las diferencias y la complementariedad del Gerente y del Líder, podemos decir que todas las organizaciones empresariales tienen un Gerente, pero esto no garantiza que este sea un Líder. Así podemos ver que se es Gerente por un tema meramente organizativo y formal de la empresa. Por otro lado, el liderazgo es una combinación entre personalidad, espíritu, visión y compromiso, que debidamente complementado con formación, logra influir en el comportamiento de individuos, produciendo resultados sorprendentes, que incluso llegan a cambiar hábitos.



El liderazgo ha sido y será siempre un desafío. Hoy, en pleno Siglo XIX, con los cambios generacionales y tecnológicos que vivimos, el verdadero líder debe lograr grandes transformaciones dentro de un ambiente de resistencia al cambio. A pesar que el humano tiene como la capacidad de superar circunstancias dolorosas y traumáticas, conocida como “resiliencia”, este necesita de un Líder que le guíe y le inspire confianza para sobrellevar este proceso.

Como ya lo establecieron los expertos en el tema, el liderazgo tradicional no tiene cabida en estos momentos, ya que tiene como principales características la formalidad de los procesos y la toma de decisiones basándose en experiencias previas que le impuso la época que vivió.

Esto ya no es válido en un mundo con un desarrollo tecnológico exponencial y con una población que busca cambios permanentemente. El no reconocer esto, puede ser la razón por la cual las empresas no lleguen a sobrevivir la vorágine que el mundo moderno representa.

Los nuevos líderes que dirigen las empresas modernas, deben ser visionarios, inquietos, innovadores, soñadores y apasionados, buscando nuevos retos y haciéndose acompañar de un equipo capaz de interpretar y poner en práctica la visión de su líder. Acá aplica la frase célebre de Steve Jobs, fundador de Apple: “La Innovación es la que distingue al Líder de los seguidores”.

Existen múltiples estudios sobre los

**“A PESAR DE QUE A CORTO PLAZO SE PONE MAYOR ÉNFASIS EN LA CONSECUCCIÓN DE LOS RESULTADOS DE LAS EMPRESAS, COMO CONSECUENCIA DE LA PRIORIDAD QUE SE LE DA A LA URGENCIA E INMEDIATEZ QUE HOY NOS ASFIXIA, EL LÍDER ES RECONOCIDO POR SU CAPACIDAD DE DESARROLLAR A LAS PERSONAS QUE LO RODEAN..”**

comportamientos y preferencias de las diferentes generaciones que hoy cohabitamos en el mundo. Tenemos que reconocer que una de estas generaciones, los Millenials (nacidos entre 1981 y 1996) han irrumpido con mucha fuerza en el mundo de hoy. Ellos son motivados por la emoción y la imaginación. Esto los diferencia de las generaciones previas, ya que persiguen un sueño y valoran los bienes y servicios que se les ofrece por la experiencia que estos generan. Son viajeros empedernidos, lo que les permite conocer de otras culturas, lo que los empuja a buscar cambios. Comprender que esta será la tónica del mundo empresarial en las próximas décadas, representará la diferencia entre las empresas que subsisten y las que desaparecen.



Prueba de estos cambios es el hecho que por muchos años, grandes corporaciones se escudaron en el valor de su marca, haciendo de esta, su mejor activo y logrando excelentes resultados financieros. Sus estrategias, sus planes y su crecimiento se basaron en la fortaleza de la marca. Hoy, con una generación que prefiere lo nuevo y fresco, el valor de la marca ha dejado de ser tan preponderante como fue en los últimos 50 años. Los líderes que logren identificar esta realidad, tendrán ante sí un reto importante y trascendental, el lograr que su marca sea sinónimo de experiencia y bienestar, dejando atrás los atributos de fortaleza, calidad y consistencia que las hizo crecer.

El Líder debe considerarse corresponsable de los resultados de su equipo de trabajo, debe mantenerlos enfocados en los resultados que definieron como meta, utilizar la retroalimentación como un potenciador de las capacidades de los miembros del equipo, transmitir confianza, estar abierto a nuevas ideas, y potenciar a cada uno de los integrantes del equipo basado en sus atributos. En la actualidad hay literatura suficiente que cubre este tema complejo pero apasionante. “El liderazgo es la capacidad de transformar la visión en realidad” reza la frase de Warren Bennis, uno de los gurús en el estudio del liderazgo moderno.

¿Pero, el líder nace o se hace? Esta pregunta ha sido motivo de discusión y ha generado mucha polémica. Hay múltiples investigaciones que han permitido concluir que el liderazgo es una función dentro de la sociedad y las organizaciones y que para ello se requieren ciertas condiciones innatas (se nace) pero que son potenciadas por su interacción con otros individuos que buscan una misma meta, en una forma dinámica, de intercambio permanente de ideas y la profunda discusión de cada una de ellas (se hace). Esta visión no prioriza ni enfatiza las características ni el comportamiento del líder, sino que su actuar sobre los individuos a los que organiza para lograr los objetivos trazados.

Los estudiosos más pragmáticos visualizan al Líder como la persona que puede:

1. Generar resultados
2. Desarrollar gente

Sin embargo, cuando se añaden los obstáculos internos y externos que rodean a la organización, es donde se confirma que son las circunstancias bajo las cuales un Gerente actúa, que lo harán ser exitoso o no. Situaciones como miedo a cometer errores o temor a dar mayor responsabilidad y autoridad (empowerment) a sus subalternos pueden evitar la generación de los resultados esperados y seguramente no logrará desarrollar a su equipo.

A pesar de que a corto plazo se pone mayor énfasis en la consecución de los resultados de las empresas, como consecuencia de la prioridad que se le da a la urgencia e inmediatez que hoy nos asfixia, el Líder es reconocido por su capacidad de desarrollar a las personas que lo rodean. Esto solo se logra cuando el líder tiene la confianza en sí mismo para no verse amenazado por los miembros de su equipo. Poder visualizar el potencial de cada uno de sus subalternos lo hará el Líder que todos queremos tener.

Gerenciar con éxito una empresa requiere de poder combinar en la proporción perfecta las distintas habilidades: técnicas, personales, específicas y generales. Es poner todo el conocimiento individual y colectivo y agregarle ingredientes intangibles como confianza, carisma y corazón. La importancia de combinar los

conocimientos y realidades con los sentimientos y la intuición, es vital para poder liderar empresas en momentos de cambio y turbulencia política, sumado a mayores demandas de los consumidores y de los gobiernos.

**“EL LIDERAZGO HA SIDO Y SERÁ SIEMPRE UN DESAFÍO. HOY, EN PLENO SIGLO XIX, CON LOS CAMBIOS GENERACIONALES Y TECNOLÓGICOS QUE VIVIMOS, EL VERDADERO LÍDER DEBE LOGRAR GRANDES TRANSFORMACIONES DENTRO DE UN AMBIENTE DE RESISTENCIA AL CAMBIO.”**

Del análisis previo, podemos decir que la labor gerencial implica el desarrollo de diferentes competencias que permiten a la organización contar con personas idóneas para los cargos y de esta manera trascender. También podemos reconocer que no existe liderazgo si no hay seguidores. En las organizaciones, el líder natural que es reconocido por el equipo de trabajo es el que ocupa el cargo de Gerente, de tal manera que existen unas expectativas iniciales por parte de los colaboradores con relación a este líder nombrado por la organización.

Como conclusión, podemos aseverar que si hay una característica imprescindible en la persona que ocupa una Gerencia en una empresa, esta es el Liderazgo que le permita la consecución de los resultados mediante el crecimiento de sus colaboradores y el establecimiento de metas y objetivos que lleven a su empresa a descollar en un mundo competitivo y cambiante. Un Líder con valores, que inspire a sus seguidores y que sepa complacer a sus consumidores, garantiza el éxito de cualquier empresa.



## IMPRESIÓN OFFSET & DIGITAL



2234-4667/9486-6815  
Publigrafica2002@yahoo.com

Col. La Pradera, calle principal 300mts.  
adelante de Comercial LAEISZ.

### NUESTROS SERVICIOS



- Carpetas
- Banner's
- Trifolios
- Afiches
- Libros
- Sticker's
- Revistas
- Calendarios
- Vallas Publicitarias
- Papelería Comercial
- Coroplast
- Agenda
- Cajas Plegadizas



#### Apasionados

Nos apasiona lo que hacemos y prestamos atención a los detalles en todos los aspectos de nuestros trabajos.



#### Eficientes

Cualquiera sea su escala de tiempo, nos esforzamos por cumplir con los plazos, manteniendo un alto nivel de calidad y trabajo.



#### Asesoría

Nuestro personal está siempre disponible para responder cualquier consulta y guiarlo en la dirección correcta para sus necesidades.

# ASAMBLEA GENERAL ORDINARIA *de* CÁMARA DE COMERCIO E INDUSTRIA DE TEGUCIGALPA

2019



**POR: PAOLA DÍAZ TOMÉ  
DIRECTORA CENTRO DE CONCILIACIÓN Y ARBITRAJE CCIT**

**“SE DESTACÓ QUE SE TUVO UN AÑO DE GESTIÓN EXCEPCIONAL, YA QUE SE AVANZÓ EN TODOS LOS ÁMBITOS DEL PLAN ESTRATÉGICO, SE EJECUTARON TODAS LAS ACTIVIDADES, LOS PROGRAMAS Y LOS PROYECTOS QUE SE PLANTEARON...”**

La Asamblea General de Cámara de Comercio e Industria de Tegucigalpa (CCIT) es el órgano supremo de dicha gremial empresarial, y se desarrolla por la reunión de sus afiliados. Su Reglamento Interno dispone que la Asamblea General Ordinaria de socios debe celebrarse una vez al año, dentro de los dos primeros meses siguientes al cierre de sus operaciones. Es por esto que el día jueves 21 de febrero de 2019, en cumplimiento a dicha disposición de su Reglamento Interno, se desarrolló la Asamblea General Ordinaria de socios.

Dentro de los asuntos que se ocupa la Asamblea General Ordinaria se encuentra, entre otros, la elección de la mitad de los miembros de su Junta Directiva, quienes estarán en funciones para el periodo 2019 - 2021. Para llevar a cabo este proceso de elección de los nuevos cargos dentro de la Junta Directiva, los socios empresarios de diferentes rubros participaron en la jornada de votación que se desarrolló durante ese día en las instalaciones de CCIT.

Asimismo la Asamblea General Ordinaria se ocupa de conocer sobre la Memoria de actividades de CCIT en el periodo anterior, por lo cual el Director Ejecutivo, Sr. Rafael Medina, además de hacer entrega física de dicha memoria a los afiliados asistentes a tan importante evento, realizó una presentación en la que informó de manera resumida sobre la labor realizada por CCIT en el año 2018. Destacando la participación en conjunto con otras gremiales empresariales, en la socialización y discusión con el gobierno, de temas trascendentales para el empresariado como: el Reglamento de las APNFD, Reformas a la Ley de Transporte Terrestre, Ley de Control de Armas, Ley de Apoyo a la MYPE, entre otros.



Se resaltó que en el 2018, CCIT mantuvo su visión de contribuir para que los emprendedores de la capital tengan espacios en los que puedan exhibir sus productos, para lo cual en conjunto con la Alcaldía Municipal del Distrito Central y el Plan Honduras 20/20, desarrolló 7 ediciones de “Mi Feria Distrito Central”, teniendo un total de emprendedores participantes de 1,400 y contando con una asistencia de 32,000 visitantes. También se llevó a cabo el concurso Honduras Emprende Nacional, en el que se premiaron 7 emprendedores con un capital semilla de L 100,000.00 cada



uno, y el concurso Honduras Emprende Escolar donde se seleccionaron 4 proyectos, a los que se les otorgó un premio de L 40,000.00 cada uno.

En su presentación el Director Ejecutivo de CCIT, Sr. Rafael Medina, expresó que uno de los objetivos perseguidos durante el año 2018 fue el de gestionar la creatividad, el desarrollo tecnológico y la innovación, desde la perspectiva del fomento al emprendimiento, para lo cual, CCIT a través de su Fab Lab contribuyó a la elaboración de muebles y piezas para el evento artístico: “Nosotros Exponemos” del estudio de arte Carolina Carías, se apoyó el Fashion Week Honduras, se elaboraron y entregaron 9 prótesis de miembro superior, 25 soluciones empresariales para migrantes retornados, y se apoyaron 10 emprendedores con prototipos y asistencia técnica.

## “SE LLEVÓ A CABO EL CONCURSO HONDURAS EMPRENDE NACIONAL, EN EL QUE SE PREMIARON 7 EMPRENDEDORES CON UN CAPITAL SEMILLA DE L 100,000.00 CADA UNO...”

Asimismo informó que en el año recién pasado, se dio inicio al proceso de socialización, visita y diagnóstico a empresas afiliadas a CCIT, con el fin de seleccionar 100 empresas a quienes se aplicará la metodología de trabajo del “Modelo Integral de Servicios Empresariales (MISE)”, contándose con un total de 120 empresas interesadas en participar.

Como parte de su aportación para apoyar a sectores vulnerables, durante el año 2018, CCIT desarrolló con mucho éxito, como en años anteriores, programas de Responsabilidad Social Empresarial, tales como: **Programa Becarios Tutores**, beneficiando a 61 jóvenes y 61 niños pupilos, de 26 centros educativos. **Una Segunda Oportunidad para**

**Nuestros Jóvenes**, cuarta subvención, con 49 jóvenes capacitados, 36 kits de emprendimiento entregados. **Proyecto Prevjuve**, colonia Nueva Capital, con un total de 67 jóvenes en riesgo social que recibieron 120 horas de capacitación y de jornadas de asesoría. Lográndose beneficiar un total de 18 jóvenes, 10 con una inversión inicial y 8 con un kit de herramientas.

Se destacó que se tuvo un año de gestión excepcional, ya que se avanzó en todos los ámbitos del plan estratégico, se ejecutaron todas las actividades, los programas y los proyectos que se planearon, aun con los enormes retos que se afrontaron por el contexto nacional e internacional que se vivió en el 2018.



Esta gremial empresarial mantiene vigente y en desarrollo su proceso de mejora continua de los servicios que presta, a través, entre otros, de su Sistema de Gestión de Calidad, realizando a tal efecto en el 2018, una actualización general del 100% de la documentación para la transición de la norma de ISO 9001:2008 a ISO 9001:2015 exitosamente.

Cámara de Comercio e Industria de Tegucigalpa (CCIT), se encuentra fielmente comprometida a continuar apoyando, respaldando, defendiendo y promoviendo todas las acciones encaminadas a mejorar el clima de negocios en el país, con el objeto que él mismo, sea el idóneo para el trabajo de cada uno de los valientes que decididamente transforman Honduras.



**REGISTRO MERCANTIL DE  
FRANCISCO MORAZÁN**



**REGISTRO DE GARANTÍAS  
MOBILIARIAS**



## Servicios

- Inscripción de empresas
- Certificados registrales
- Asesorías
- Ventanillas AMDC, IHSS, CCIT

<https://www.ccit.hn/registro/> 

## Beneficios de formalizar tu empresa

- Facilita el acceso a crédito
- Ampliación de las operaciones comerciales
- Permite el acceso al registro de propiedad intelectual para inscribir marcas, patentes etc.

## Pasos para la formalización de una empresa

- Otorgar documento de constitución
- Registrarse en Registro Mercantil y en Cámara de Comercio
- Obtención de RTN y permisos de operación
- Registrarse en el IHSS y RAP

**Una empresa mercantil, puede existir como Comerciante Individual, o una Sociedad Mercantil que puede ser: Colectiva o Unipersonal, y se puede constituir de diferentes formas:**

- Mediante Escritura Pública autorizada por Notario Público
- Mediante Contrato Privado
- En línea mediante [www.miempresaenlinea.org](http://www.miempresaenlinea.org)

**Es un Registro en formato Electrónico de la información relacionada con la constitución de bienes muebles en garantía, ya sea contractual o judicial en favor de un acreedor, con el propósito de publicitar frente a terceros esta información.**

El registro de garantías mobiliarias es un registro de notificaciones y datos sobre la existencia de garantías y se accede al mismo mediante:

[www.garantiasmobiliarias.hn](http://www.garantiasmobiliarias.hn) 

(visite nuestro sitio web)

## Bienes que se pueden ofrecer en Garantía

- Bienes Corporales
- Bienes incorporales
- Semovientes,
- Cosechas
- Cuentas por cobrar
- Derecho sobre bienes Futuros
- Bienes Fungibles
- Derechos de Propiedad Intelectual
- Depósitos en cuentas bancarias y cuentas de inversión
- Acciones y partes sociales Representativas del Capital de Sociedades Mercantiles

**Oficina Principal: Tegucigalpa M.D.C., Edificio CCIT  
Tel: 2232-4200**

## Nuevos socios mes de Diciembre 2018

### COMERCIANTE INDIVIDUAL

APLICACIONES INTELIGENTES, S. DE R. L. (SMART APPS HONDURAS)

ASOCIACION PARA EL DESARROLLO EMPRESARIAL, S. DE R.L. DE C. V. (ADEMIC, S. DE R. L. DE C. V.)

HIGH TECH CORPORATION, S. A. DE C. V. (HTC)

RUBEN & RAFAEL CONSTRUCTORES, S. DE R. L. (R & R CONSTRUCTORES)

### SOCIEDADES

- JOSE WALTER HERNANDEZ ANARIBA, (FERRETERIA VILLANUEVA)

## Nuevos socios mes de Enero 2019

### COMERCIANTE INDIVIDUAL

CERRAJERIA Y ESTRUCTURAS CEYALE, S DE R. L. DE C. V

CICLO TECNOLOGICO, S. DE R. L. (TECNOCICLO)

CONSULTORES AQUATTRO, S. A. (AQUATTRO CONSULTING)

COPY PRINT, S. A. DE C. V.

DANNY DISTRIBUIDORA, S. DE R. L.

DIALOGGOS, S. DE R. L.

EMBIVO DE HONDURAS, S. A.

EQUIPOS Y REPRESENTACIONES, S.A. DE C.V.

FIRMA LEGAL ZELAYA BALDOVINOS & ASOCIADOS, S. DE R. L. DE C. V. (ZELAYA BALDOVINOS & ASOCIADOS)

GUAYAPE, S.DE R.L.

INGENIERIA Y SERVICIOS T&G, S. DE R. L.

INGENIERIA, SERVICIOS E INVERSIONES, S. A. DE C. V. (INSERIN)

INVERSIONES ADONAI, S. DE R. L. DE C. V.

INVERSIONES GASTRÓNOMICAS Y TURISTICAS, S. A. DE C. V. (MAGNOLIA)

INVERSIONES PALO ALTO, S. A.

INVERSIONES TRIPLE JOTA, S. A. DE C. V. (INVERSIONES TRIPLE JOTA "TRIPLE JOTA")

OFISERVI, S. DE R. L.

PAPELERA CALPULES, S.A. DE C.V. (PACASA)

PARTY & GIFT, S. DE R. L. DE C. V.

ROBLES ARTS AND CRAFTS COMPANY S. DE R. L.

TAPICEROS DE HONDURAS, S. DE R. L.

### SOCIEDADES

- JIMY BERTIN RIVERA (FLYNET HONDURAS)
- JOSE RAMON MENA MARTINEZ (MULTI INVERSIONES MENA "M. I. M.")
- JOSUE ISAIAS PARADA FONSECA, (DYTAL)
- FREDY RODRIGUEZ NUÑEZ, (SOLO MARISCOS)

## Nuevos socios mes de Febrero 2019

### COMERCIANTE INDIVIDUAL

CIRCUITOS Y DESARROLLOS EN TECNOLOGIA, S. DE R. L.  
CODE STORE, S. DE R.L.  
CONSTRUCTORA MARRDER, S. DE R. L.  
CORPORACION AGRICOLA Y GANADERA DE HONDURAS FAMONZA, S. A. DE C. V. (FAMONZA)  
CORPORACION INMOBILIARIA, S. A.  
DISTRIBUIDORA UNIVERSAL, S. DE R. L.  
FERGOD S. DE R. L.  
FERZAN´S INVESTMENTS, S. DE R. L. DE C. V.  
INDISUR, S. A. DE C. V.  
INVERSIONES LA UNION, S. A.  
INVERSIONES MK., S. DE R. L. DE C. V.  
INVERSIONES PRESERVE HONDURAS, S. A.  
JOHN HEAD, SISTEMAS CONSTRUCTIVOS Y EQUIPOS S. A.  
MANJARES, S. DE R. L.  
OPERADORA DE GASOLINERAS DE HONDURAS, S. A. DE C. V.  
SERVICIOS ESTRELLA, S. A. DE C. V. (SESA)  
SOLUCIONES Y SERVICIOS DE HONDURAS, S. A. (SOLUSERSA, HONDURAS, S.A.)  
SUPERTIENDAS DETODO, S A. DE C. V., (DETOD0)

### SOCIEDADES

- FELIPA MARIBEL GALLARDO MANZANARES (SERVIGAMA)
- REBECA SARAI SANCHEZ CRUZ ("FARFALLE ALLA GHIOTTONA")

## Nuevos socios mes de Marzo 2019

### COMERCIANTE INDIVIDUAL

APLICACIONES TECNICAS Y SISTEMAS DE AUTOMATIZACION S. DE .R.L. DE C. V. (ATECSA)  
CESAR AUGUSTO PAZ DURAN (COMERCIAL P & M)  
CONCESIONARIA VIAL DE OCCIDENTE, S. A. DE C. V. (COVSA)  
CONSULTORIA INTERDISCIPLINARIA EN DESARROLLO, S. A., (CID/GALLUP)  
D´24KILATES, S. DE R. L. DE C. V.  
EMBOTELLADORA DE SULA S. A.  
EMPRESA DE TRANSPORTE SERVITRANS, S. DE R. L. DE C. V., (SERVITRANS)  
HISPANIA SECURITY SOLUTIONS, S. DE R. L. DE C. V. (HSS)  
INDUSTRIARE, S. DE R. L.  
INSTALACIONES ELECTRICAS, S. DE R. L., (INSTALEC)  
INSTALACIONES Y ACCESORIOS ELECTRICOS, S. DE R. L. (INYAEL)  
INVERSIONES TECNOLOGICAS, S. A.  
LABORATORIO BUESO ARIAS, S. A. DE C. V.  
LICORES Y DEPOSITOS DE HONDURAS S. A. (LICODEHSA)  
LOCALIZA DE HONDURAS S. A DE C. V.

SER UNA EMPRESA LIDER EN CALZADO, S. DE R. L. (KARMEN HECK)

SERVICIOS INTERNACIONALES DE COURIER, S. DE R. L., (SERVI EXPRESS)

### **SOCIEDADES**

- DERMALOG IDENTIFICATION SYSTEMS GMBH
- INGRID DENICE GONZALES OSORIO (INDIE LOUNGE)
- KENNETH ISAAC PINEDA ARAYA (INVERSIONES ARAYA)
- MARIO ANTONIO VARELA TORRES (INVERSIONES VARELA SUAZO)
- MELVIN YOVANNY ORTEGA NIETO, (GIO SMOOTHIES)
- ORION MARINE CONSTRUCTION, INC, HONDURAS
- SONIA ARACELY AGUILAR MATUTE (“SECONSA”)



# APPCCIT

¡DESCÁRGALA YA!

DISPONIBLE EN:



## RECIBE INFORMACIÓN DE INTERÉS EMPRESARIAL

de manera inmediata a través de la app móvil de CCIT, mantente al tanto de:

- NOTICIAS
- INFORMES ECONÓMICOS
- REFORMAS DE LEY
- AMNISTÍAS MUNICIPALES Y TRIBUTARIAS
- SERVICIOS Y BENEFICIOS
- CAPACITACIONES
- EVENTOS





# C&W Business

## Conecte su empresa a la red de fibra óptica más grande de la región

C&W Business ofrece un portafolio de soluciones integrales que le permite a organizaciones de cualquier tamaño, alcanzar sus objetivos.



### NUESTRO PORTAFOLIO



#### REDES Y CONECTIVIDAD

Internet y enlaces de datos de alta disponibilidad que le permite optimizar el rendimiento de sus redes, dispositivos y aplicaciones.



#### SOLUCIONES CLOUD

Gestionadas y hechas a la medida, de acuerdo a las necesidades de su empresa.

- IaaS
- DRaaS
- Colocación
- Continuidad de negocio



#### SEGURIDAD

Soluciones diseñadas para detectar, bloquear y contener cualquier tipo de amenaza informática que arriesgue la estabilidad de su operación.



#### COMUNICACIONES UNIFICADAS Y COLABORACIÓN

Acceda a aplicaciones en cualquier momento, en cualquier lugar con nuestras soluciones de voz, video y más.

[cwcbusiness.com/es](http://cwcbusiness.com/es) [candwbusiness](#) [C&W Business](#) [C&W Business](#)

Honduras, Condominios Metrópolis, Torre No.1, Cuarto Piso, Bulevar Suyapa tel. 504-2280-4000