

Valor
\$5.00

Año XI / n.º 42 / marzo 2017

enlaces

La revista de negocios de la Utec



Business Trends



TENEMOS **las oportunidades**
TÚ ***el esfuerzo***

- Becas internacionales
- Pasantías
- Horarios flexibles

***Universidad Tecnológica
de El Salvador***



TENEMOS las opciones

TÚ *la voluntad de crecer*

VIRTUALES

- Licenciatura en Administración de Empresas
- Licenciatura en Administración de Empresas con Énfasis en Computación
- Licenciatura en Mercadeo
- Licenciatura en Contaduría Pública
- Licenciatura en Informática
- Ingeniería en Sistemas y Computación
- Ingeniería Industrial
- Técnico en Administración Turística
- Técnico en Mercadeo y Ventas

LICENCIATURAS

- Administración de Empresas
- Administración de Empresas con Énfasis en Computación
- Administración de Empresas Turísticas
- Mercadeo
- Negocios Internacionales
- Contaduría Pública
- Comunicaciones
- Idioma Inglés
- Psicología
- Ciencias Jurídicas
- Informática
- Diseño Gráfico
- Antropología
- Arqueología

INGENIERÍAS

- Industrial
- Sistemas y Computación

ARQUITECTURA

BILINGÜES (ÉNFASIS EN INGLÉS)

- Licenciatura en Mercadeo
- Licenciatura en Administración de Empresas
- Licenciatura en Administración de Empresas Turísticas **NUEVA**

- Licenciatura en Comunicaciones
- Ingeniería Industrial **NUEVA**

TÉCNICOS

- Administración Turística
- Mercadeo y Ventas
- Relaciones Públicas
- Periodismo
- Diseño Gráfico
- Ingeniería de Redes Computacionales
- Ingeniería de Software
- Ingeniería de Hardware

MAESTRÍAS

- Banca y Finanzas
- Administración Financiera
- Administración de Negocios

POSTGRADOS

- Finanzas para no financieros
- Gestión del talento humano
- Derecho Constitucional
- Derecho Administrativo

CURSOS ESPECIALIZADOS EN DERECHO

- Derechos humanos, víctimas de delitos y abusos de poder
- Técnicas de oralidad en materia penal

SEMINARIOS PARA NEGOCIOS

- Excel avanzado para mandos medios
- Microsoft Project para mandos medios
- Gestión y dirección efectiva de equipos
- Imagen y marketing personal
- Negociación para el éxito

SEMINARIOS PARA ADULTOS MAYORES

- Dispositivos móviles



Unidad de Nuevo Ingreso

Edif. Gabriela Mistral, entre 1a. Calle Pte. y 19 Ave. Nte. Tel. 2275-8851

Centro Atención Metrocentro

Octava etapa, tercera planta, antes del Food Court. Tel. 2261-0270

¡ INSCRÍBETE HOY!



www.utec.edu.sv

Centro de llamadas: 2275-8888
Maestrías: 2275-2700



UN IMPACTO QUE TRASCIENDE



12



18



30

CONTENIDO

Editorial

4 Así las cosas...

Opinión

8 Líderes emprendedores vs “tigres de papel”

Quehacer empresarial

10 Lo más importante del acontecer empresarial

Especial

12 Tendencias en los negocios

14 Perspectivas de crecimiento económico para El Salvador 2017-2018

16 La innovación: urgencia o emergencia

18 Perspectivas actuales en el uso de *big data* en las empresas

20 Alza de plaza hotelera impulsa el desarrollo turístico en El Salvador

22 La audacia de ser competitivos en tiempos magros

24 *E-money*, el futuro de la economía en la era digital

26 *¿Malls* virtuales?

28 Tienda en línea: la mejor opción para el *e-commerce*

30 Qué es el internet de las cosas y cómo afectará nuestra vida y negocio

32 La industria de los videojuegos

34 El ecosistema de Amazon para la automatización residencial

36 Realidad aumentada: aplicaciones en los negocios



40



50

Termómetro económico

- 38 Principales indicadores económicos y financieros del país

Business tips

- 39 Ideas clave de negocios

De valor

- 40 Corrupción: un mal sistémico

Relax

- 42 Lugares con encanto natural

- 43 Agenda cultural

Films for business

- 44 *La red social*

Tecnología

- 46 Industria 4.0: la tecnología al servicio de la industria

Enlace mundial

- 48 Edimburgo, una ciudad con encanto

Buen vestir

- 50 Una opción para vestir de LUHO

- 51 **Lectura recomendada**

www.  .com

Así las cosas...



Lissette Canales de Ramírez
Directora Editorial

Hablar de tendencias despierta curiosidad, incertidumbre, esperanza y aventura. Lo cierto es que durante los últimos años hemos visto cómo se han presentado cambios que están revolucionando la forma en la que se compete en diferentes industrias, desde la economía colaborativa, los cambios tecnológicos disruptivos hasta los cambios políticos, que han venido a sembrar, no solo a nivel regional sino también mundial, un amplio espíritu y clima de incertidumbre, así como cierta intranquilidad (aunque los mundos de los negocios nunca han sido tranquilos) adicional a nuestros mercados.

Por si no fuera lo suficientemente difícil operar en las propias condiciones de la región, el reciente cambio de presidente de una de las naciones más importante del mundo, así como uno de nuestros principales socios comerciales, ha venido a poner en tela de juicio diversas estrategias, acciones y formas que estaban contempladas en los planes de desarrollo. De acuerdo con el BMI, El Salvador crecerá, para 2017, únicamente el 1,9 %. Más alentadora es la perspectiva de la Cepal, que proyecta un 2,2 %. En concordancia, el crecimiento

en México y América Central se mantendrá moderado, y se proyecta una expansión del PIB de un 2,3 % en 2017, y un 2,2% en 2018.¹ Se prevén riesgos como el alto grado de incertidumbre de las políticas internacionales, que podría llevar a excesivas medidas proteccionistas; y un incremento en las tasas de interés de los EE. UU., lo que podría provocar turbulencia en los mercados financieros.

Los cambios en la política de la gran nación norteamericana sin duda nos estarían afectando, con un flujo mayor de compatriotas como producto de las deportaciones, acrecentando la necesidad de más oferta de empleo o de condiciones para generar la autoempleabilidad. Lo anterior traerá consigo una caída en el flujo de las remesas, que también puede llevar a una reducción del poder adquisitivo de las familias salvadoreñas cuya principal fuente de ingresos son las remesas.

El crecimiento de las economías de Latinoamérica (incluyendo a El Salvador) estarían también en riesgo debido a la alta dependencia de materias primas y a un bajo crecimiento en la productividad. Con el panorama de esta manera, la innovación para aumentar la producción y el consumo interno se vuelven

¹ <http://www.cepal.org/>

José Mauricio Loucel
Presidente

Nelson Zárate Sánchez
Rector

Comité editorial

Rafael Rodríguez Loucel
Noris Isabel López Guevara
José Modesto Ventura
Lissette Canales de Ramírez
Domingo Orlando Alfaro
Carlos Antonio Juárez
Guillermo Hasbún

Redacción *enlaces*:

Inés Ramírez de Clará
Walter Alas
Carolina Meza
Fernando Morales

Colaboradores:

Pablo José Amaya Valencia
Glenda Fabián
José Rodrigo Torres
Alberto Ascencio
Alirio Martínez
Marco Guirola
Omar Otoniel Flores
Balbino Aylagas
Víctor Cuchilac
Rolando Moisés Galdámez Letona
Carlos Romero Cañadas
Green Bluered
Claudia Meyer
Iris Palma
Corporación Turística Amate

Fotografías:

Rolando Moisés Galdámez Letona
The Luxury House (LUHO)
www.lugaresdeelsalvador07.blogspot.com
[www.marketingsimulator.net/
eayala/2016/03/05/22/](http://www.marketingsimulator.net/eayala/2016/03/05/22/)

Revisión, corrección, diagramación y diseño:
Unidad de Publicaciones Utec

Comercialización:

Janeth Ramírez de Oviedo
Cel.: 7978-9851 o 2275-8856
janeth.ramirez@mail.utec.edu.sv

enlaces es una publicación especializada en negocios impulsada por la Universidad Tecnológica de El Salvador, Utec.

La reproducción total o parcial sin la previa autorización de la Utec está prohibida.

Tiraje: 1.250 ejemplares

Circulación: Trimestral

Impresión: Tecnoimpresos, S.A. de C.V.

Edición: Unidad de Publicaciones. Tel: 2275-8771

Redes sociales:

Facebook: Revista Enlaces Utec
Twitter: @EnlacesUtec

una pieza clave e importante; innovar, por ejemplo, en crear servicios que puedan venderse desde aquí. Así que, con la necesidad de poder vender en el exterior, pero sin salir del país, la tecnología, y sobre todo la de información y comunicación, es un aliado perfecto e imprescindible. Lo bueno es que la tecnología será algo que siempre estará cambiando mientras el hombre exista y ese poder superior en el que creemos le brinde sabiduría. Los cambios que se están dando pueden perfectamente apoyar emprendimientos desde los países de origen, así como un replanteamiento de los modelos de negocios locales. A este respecto, tanto los procesos como la tecnología pueden dar cambios de innovación, evolución o revolución. Entendiendo la primera como la alteración de una tendencia, introduciendo algo nuevo; la evolución como cambiar de forma una tendencia y la revolución como el cambio profundo de una tendencia. Ejemplos de cosas que se espera revolucionen nuestras vidas en los próximos años son la realidad aumentada y la realidad virtual, los *wearables* (traducido como un dispositivo que puedes vestir o que va adherido a tu ropa), el incremento del uso del internet de las cosas (instalar internet y dispositivos de comunicación a casi todo en el hogar u oficina); el

comercio electrónico y los pagos digitales.

Sin dejar atrás el uso masivo del móvil, que ya es una realidad, y que es para parte significativa de la población la primera (y para algunos la única) pantalla, seguida por el monitor de una computadora móvil; movimiento al que se le está conociendo como *mobilegeddon*. La privacidad y seguridad de los datos y de la navegación de los usuarios será el desafío de las próximas generaciones. Si no me cree, ingrese su nombre en Google y verifique cuánto sabe este motor de búsqueda de usted y de otros conocidos suyos.

En resumen, las tendencias globales y regionales de negocios presentan, como en otros períodos, desafíos importantes que requieren de mucha innovación y creatividad. Es recomendable, para las empresas, aplicar en este momento aquella tradicional herramienta de análisis PEST (cambios políticos, económicos, sociales y tecnológicos) para identificar todos aquellos cambios, y en qué manera pueden llegar a afectar las operaciones de sus empresas a escala local y regional. Este diagnóstico puede ser la base para el replanteamiento de su modelo de negocios o el nacimiento de un mecanismo de diversificación.

Líderes emprendedores vs “tigres de papel”



Juan Carlos Cerna
Director Académico de Maestrías
y Postgrados Utec

Lo que distingue a los verdaderos líderes de los que solo porque tienen un puesto en la organización se asume que lo sean —comúnmente llamados “tigres de papel”— es que primero anticipan los cambios, reconocen las oportunidades que se les presentan y las aprovechan, no se lamentan ni se quejan, no buscan explicaciones; son proactivos inquietos y siempre persistentes.

Estos líderes, conocidos por ser emprendedores, están no solo preparados, sino también ayudan a otros en sus organizaciones a preparar sus mentes para el aprovechamiento de nuevas oportunidades. Como resultado, dentro de la organización se crea un equipo de líderes emprendedores que logran una preparación más eficaz, pues aprovechan de mejor forma las experiencias, habilidades y los conocimientos de los colaboradores, constituyendo así un futuro más competitivo para la empresa.

De acuerdo con Lauren Keller Johnson, periodista especializada en temas de negocios, anticiparse a los cambios y aprovechar las oportunidades es lo que significa ser un verdadero líder emprendedor. Esto requiere que los ejecutivos implementen ocho acciones, que son las siguientes:

1. **Observar:** buscar la confirmación de datos acerca de un problema o de un curso de acción.
2. **Razonar:** articular por qué se quiere hacer algo.
3. **Imaginar:** visualizar nuevas posibilidades para las prácticas y productos de la compañía.
4. **Aceptar desafíos:** poner en entredicho las presunciones de su compañía; someter a prueba su validez.
5. **Decidir:** adoptar o influir en decisiones que permitirán a su organización beneficiarse de los cambios.
6. **Aprender:** usar información y experiencias personales para hacer elecciones inteligentes y efectuar correcciones necesarias en mitad de camino.
7. **Autorizar:** ofrecer a personas de su entorno el conocimiento, los medios y las oportunidades para actuar.
8. **Reflexionar:** invertir tiempo pensando en lo que anduvo bien y lo que anduvo mal en decisiones previas; y reflexionar en el futuro, analizando los posibles resultados de poner en práctica sus estrategias.

Estas ocho acciones buscan que el ejecutivo esté “afilando la sierra”, tal y como denomina Stephen Covey al séptimo hábito que cultiva la gente altamente efectiva: *la mejora continua*.

Es lógico pensar que no se puede implementar todas estas acciones a la vez o dominarlas de manera plena, ya que algunas son más difíciles que otras, pues implica salir de la rutina, de lo cotidiano. Con estas acciones se trata de preparar la

mente, a fin de reaccionar positivamente a los cambios. Es por esto que los ejecutivos deben estar capacitándose siempre, asistiendo a cursos o seminarios, leyendo publicaciones, informándose sobre los nuevos avances y las nuevas tecnologías, investigando sobre las nuevas tendencias, las nuevas modas, observando las nuevas costumbres o hábitos de los consumidores, indagando sobre sus nuevas preferencias o gustos, etc.

Solo con una actitud proactiva es posible que su mente y disposición estén preparadas para aprovechar las oportunidades que se le presenten, ya que, una vez detectado los cambios, debe ser lo suficientemente flexible como para guiar a la organización al aprovechamiento de las oportunidades o hacer frente a las amenazas que impliquen estos cambios. Así, por ejemplo, si un ejecutivo identifica la tendencia de una reducción o aumento del precio de un producto o servicio, puede optar por crear un negocio que aproveche esa oscilación en el mercado antes de que otros detecten la oportunidad.

Hay dos frases de Peter Drucker que encierran la importancia de un liderazgo emprendedor en la gestión de oportunidades: “*Gestión es hacer las cosas bien, liderazgo es hacer las cosas*” y “*La planificación a largo plazo no se ocupa de las decisiones futuras, sino del futuro con las decisiones actuales*”. Lo común en ambas es el papel protagónico de la mente y proactividad del ejecutivo, pues es el que está llamado no solo a buscar el éxito, sino también la trascendencia, esto es el dejar un aporte significativo en la organización.

Inicie con pie derecho el camino hacia una gestión efectiva de las oportunidades; trace su formación como líder emprendedor; comience decidiéndose entre ser un líder emprendedor o un tigre de papel. ¿Cuál elige ser usted? Recuerde que de su respuesta depende la sostenibilidad de su organización.

**KIOSKO
LPG**

Kiosko LPG

Vive la experiencia de
**TODO NUESTRO
CONTENIDO**
en la palma de tu mano



Lee todo nuestro contenido periodístico y las revistas especializadas de Grupo LPG, en nuestro Kiosko LPG

DESDE CUALQUIER
DISPOSITIVO MÓVIL

Descárgala GRATIS



GRUPO LPG

LPG DIGITAL

Multiplicamos la forma de informarte



Quehacer empresarial

Nuevo emisor de papel bursátil en la bolsa de valores

Optima Servicios Financieros colocó su primera emisión de papel bursátil por 5 millones de dólares en la bolsa de valores, reafirmando así la confianza en el mercado bursátil salvadoreño. Con este movimiento financiero se permitirá diversificar la base de fondos para capital y fomentar el desarrollo económico y social del país.



Credicomer continúa impulsando sueños

Credicomer graduó la segunda generación de empresarios del programa “Impulsando Sueños”, implementado desde octubre de 2015, el cual consta de una serie de capacitaciones y asistencias técnicas diseñadas con el propósito de mejorar sus capacidades empresariales. Dicho proyecto se realiza en asocio con Fundes, una organización especializada en diseñar y realizar proyectos que promueven el desarrollo sostenible de la micro, pequeña y mediana empresa.



Telefónica Movistar presenta nuevo modelo de relación con los clientes

Aura es una plataforma basada en inteligencia cognitiva que permitirá a Telefónica comprender mejor a sus clientes y poder establecer una relación más eficaz. El sistema ofrecerá a los usuarios gestionar su experiencia digital con la compañía, al tiempo que controlará de forma transparente y segura los datos que generan por el uso de sus productos y servicios. Con estas acciones, Telefónica se vuelve pionera en utilizar este servicio *online*, que beneficia la relación empresa-cliente.

Ares premia la excelencia gastronómica



Representantes de la Asociación de Restaurantes de El Salvador (Ares) realizaron la segunda edición de los “Premios a la Excelencia Gastronómica”, reconociendo la calidad, el servicio, la innovación, la excelencia y la presentación de alimentos y bebidas. Las categorías que se premiaron son las siguientes: restaurante favorito, La Pampa El Volcán; cadena nacional favorita, Lacalaca; cadena extranjera favorita, Bufalo Wings; excelencia al chef del año, Olga Miranda; y premio Ares 2017, a Beto’s. Los ganadores fueron elegidos por el público de forma digital, y chef de año y premio Ares, por un jurado calificado.

Utec ratifica convenio con la universidad de Harvard

La Universidad Tecnológica de El Salvador (Utec) ratificó un acuerdo sostenido con la Escuela de Negocios de Harvard, convirtiéndose así en la primera universidad salvadoreña en firmar este tipo de acuerdos con dicha institución. El convenio permitirá que los estudiantes del área de negocios sean formados con la metodología implementada en la casa de estudios estadounidense, y así logren desarrollar competencias para el análisis y la resolución de problemas desde una visión más integral y global de las situaciones a las que pudiesen enfrentarse ya como profesionales en ejercicio.



Almacenes Siman y L’Oréal inauguran Dermacenter

Almacenes Siman y L’Oréal inauguraron el nuevo Dermacenter, que cuenta con un equipo de alta precisión para determinar los niveles de hidratación, grasa, poros abiertos, melanina y líneas de expresión en la piel. También contarán con la asesoría de especialistas que sugerirán los productos adecuados. Las personas interesadas pueden acercarse a Siman Galerías para seguir un tratamiento personalizado.



Tendencias en los negocios

Iniciamos 2017 con un especial donde abordamos algunas de las tendencias actuales en los negocios, también hablamos acerca de las perspectivas de crecimiento económico del país y de algunas recomendaciones para innovar en las empresas.





Inés Ramírez de Clará
Redacción enlaces
Jefa de Publicaciones Utec

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal) espera que los países centroamericanos tengan un crecimiento promedio del 4,5 % este año. No obstante, dicho crecimiento podría verse afectado entornos externos desfavorables, como la menor inversión extranjera o la baja de las remesas.

De acuerdo con Cepal, los países del área con mayor crecimiento serán Panamá, con un 5,9 %; seguido de Nicaragua, con 4,7 %; y luego Costa Rica, con una proyección de 3,9 %. Después de Honduras, con un 3,4 %,

aparece Guatemala, con una estimación de 3,3 %; y por último El Salvador, con un 2,2 %.

“Uno de los problemas más recurrentes en El Salvador es la falta de acuerdos políticos entre el Gobierno y los sectores privados, que complica el manejo de la situación financiera”, explica el director de la sede subregional de la Cepal en México, Hugo Beteta.

Aunque el panorama en general para El Salvador, en términos económicos, no sea el más alentador; es necesario acotar que existen rubros que son prometedores y que pueden ayudar a los empresarios a generar más y nuevos negocios. En este especial de *enlaces* abordamos algunos de los temas que consideramos serán tendencia en el presente y los años venideros.

Un ejemplo de esto son los *big data*, de los que se afirma que ya no se trata de una tecnología que se aplicará en el futuro, sino que ya es una realidad —y muy relevante por cierto— para las empresas y su uso se está en expansión y consolidándose. En 2015, el 75 % de las grandes compañías mundiales habían invertido, o consideraban invertir en el corto plazo, en esta tecnología por sus rentables beneficios. Esto se ampliará en el artículo específico del especial.

El sector turismo es un motor que impulsa la economía del país, y que en los años recientes ha creado nuevos espacios para los negocios, como la industria hotelera. Según el articulista Alberto Ascencio, el turismo está aportando alrededor de 1.000 millones de dólares en ingresos a El Salvador,

por lo que es imprescindible una mayor inversión en la plaza hotelera, que ya ha visto algunos avances en la creación de nuevos hoteles en la ciudad y en las zonas costeras.

Otras de las tendencias en los negocios para este año y los venideros son el dinero electrónico y las tiendas en línea. Compañías como Tigo ya apostaron por el también conocido como *e-money*, con su servicio Tigo Money, que está ampliamente posicionado en el país y que busca facilitar más los negocios al permitir a los clientes hacer sus transacciones desde el celular.

Por su parte, las tiendas en línea son otro rubro que ha comenzado a adquirir mayor fuerza en El Salvador. Aunque no existen estudios exhaustivos sobre la preferencia de los salvadoreños para comprar *online*, las tendencias mundiales apuntan a que en un futuro cercano los clientes decidirán comprar en línea por sus diferentes ventajas.

Aprovechamos esta oportunidad para llamar su atención a las nuevas secciones: “Termómetro económico”, donde daremos a conocer los principales indicadores económicos del país; “*Business Tips*”, contendrá algunos consejos que resultarán útiles a la hora de hacer negocios; “De valor”, en la que Carlos Romero Cañadas nos tendrá al tanto sobre la importancia de la ética en el mundo empresarial; por último les presentamos “Relax”, con la idea de darles diferentes opciones de sitios turísticos para visitar, así como una cartelera de conciertos, teatro, danza, presentaciones de libros, etc., actividades que son programadas por instituciones afines a la cultura del país.

Como pueden apreciar, estimados lectores, a partir de este número *enlaces* tendrá un nuevo diseño, con el fin de no solo ser atractiva gráficamente, sino de presentarles contenido de calidad y práctico. Les invitamos a estar pendientes de nuestros próximos números y a no perderse ninguno de los contenidos de esta edición.

Gracias por leerlos.

Las perspectivas de crecimiento económico a escala mundial se perciben prometedoras. Según el Fondo Monetario Internacional (FMI), se prevé que para los años 2017-2018 se registre una tasa de crecimiento económico mundial de 3,4 y 3,6 % respectivamente, aunque el riesgo implícito de los cambios en las políticas implementadas por el gobierno de Estados Unidos aumenta la incertidumbre en las proyecciones, sobre todo las políticas relacionadas con las restricciones al comercio mundial.

Perspectivas de crecimiento económico para El Salvador 2017-2018



Pablo José Amaya Valencia
 Senior del Departamento de Investigación
 Económica y Financiera
 Banco Central de Reserva de El Salvador

El crecimiento económico en Estados Unidos, principal socio comercial de El Salvador, rondará un 2,3 % en 2017 y 2,5 % en 2018, impulsado por un estímulo fiscal supuesto para los próximos años. América Latina en su conjunto presenta una menor expectativa de recuperación a corto plazo. El menor desempeño de Argentina y Brasil en el segundo semestre de 2016, las condiciones restrictivas para México debido a su relación con Estados Unidos, así como el deterioro ininterrumpido de la situación en Venezuela explican, en su mayoría, la menor perspectiva para la región (FMI, 2017).¹ En un sentido amplio, algunos países se beneficiarían de mayores exportaciones debido a los flujos de capital hacia las economías avanzadas, lo que podría debilitar las monedas de algunos de estos países frente al dólar.

En cuanto a la región de Centroamérica, segundo socio comercial

del país, el crecimiento más dinámico en Estados Unidos podría canalizarse en mayores tasas de crecimiento, rondando 4,1 % en 2017 y 4,2 % en 2018, según el FMI. El aumento de las tasas de interés mundiales y una apreciación del dólar son riesgos que podrían minar la mejor dinámica de la región, en especial la de El Salvador por estar dolarizado. Recientemente, los bajos precios de las materias primas y un mayor flujo de remesas hacia algunos países centroamericanos han permitido la consolidación de sus cuentas corrientes (Werner, 2017).²

Según proyecciones del Banco Central de Reserva (BCR), la economía salvadoreña cerró el año 2016 con un crecimiento de 2,5 % impulsado por la demanda interna, gracias al mayor flujo de remesas familiares (7,2 % más q del crédito a empresas (7,1 %), respectivamente. Lo anterior fue parcialmente contrarrestado por las menores exportaciones registradas durante el año (-2,7 %). Al igual que el resto de la región, la economía salvadoreña se ha estado beneficiando de los bajos precios de algunas materias primas claves, lo que le ha permitido mejorar su posición respecto al exterior.

Las perspectivas de crecimiento económico del país rondan un 2,4 y 2,6 % para los años 2017 y 2018, respectivamente.³ El nivel de

apertura comercial de El Salvador y la dependencia directa de la economía de Estados Unidos, a través de las exportaciones y remesas, o indirecta, a través de la relación con Centroamérica, genera expectativas favorables en torno a las mayores compras que este país y la región puedan realizar de productos salvadoreños, principalmente industriales. El retiro de Estados Unidos del Acuerdo Estratégico Transpacífico de Asociación Económica ayudará a que las exportaciones hacia dicho país no se vean limitadas.

No obstante, potenciales impactos negativos derivados de las medidas migratorias y comerciales que implante el gobierno de Estados Unidos, el aumento de las tasas de interés internacionales, una eventual subida de precios del petróleo y la fortaleza del dólar son riesgos exógenos que restringirían la dinámica de la economía nacional. Adicionalmente, la falta de acuerdos sobre temas económicos importantes y un ajuste fiscal más restrictivo al interior del país limitarían el crecimiento en el corto plazo.

Para el largo plazo, El Salvador cuenta con sectores estratégicos generadores de mayor valor agregado y que presentan alguna ventaja comparativa revelada en el mercado internacional. Un apoyo más agresivo a estas industrias clave, primordialmente actividades de la industria manufacturera y sus servicios complementarios, debería propiciar el crecimiento económico sostenido a mayores tasas en el largo plazo; en el mismo sentido, se requiere la implantación de medidas sectoriales orientadas a propiciar una agricultura de mayor valor agregado, apoyadas por medio de la integración de los productores, intermediarios y consumidores, en una relación empresarial de creación de valor del producto final.

1 Comunicado: "Perspectivas de la economía mundial al día. Actualización de las proyecciones centrales". FMI, enero 2017.

2 "Navegando las contracorrientes en la economía mundial: perspectivas más recientes para América Latina y el Caribe". Alejandro Werner. Enero, 2017.

3 Datos del BCR.

La innovación: urgencia o emergencia

En un país como El Salvador, en el que existen diferentes condiciones que afectan el entorno de los negocios, como una baja tasa de crecimiento de la economía, violencia social, percepción de corrupción en incremento, un mercado pequeño de consumidores y con bajo poder adquisitivo, la pregunta sería: “¿Nos ponemos a llorar todos juntos o hacemos algo para cambiar la situación?”.

Glenda Fabián
Lissette Canales
Docentes de la Facultad de Ciencias Empresariales, Utec

Existen otras formas de buscar, si bien no la solución, una alternativa para que las condiciones sean mejores. Una de ellas que puede ser aplicada tanto por empresas como por el país mismo es la innovación; pero ¿será muy difícil aprender a innovar? La idea es que sea fácil. La innovación se ha convertido en uno de los elementos fundamentales para aumentar la competitividad corporativa y, de alguna manera —como ya se mencionó—, también la del país. Sin embargo, para que un país o una empresa se considere “innovadora” lo primero que tiene que hacer es crear las condiciones favorables que impulsen a crear y desarrollar una cultura de innovación, para, a partir de ahí, implantar su propio modelo de innovación.

El entorno actual de la investigación y desarrollo (I+D) está siendo afectado por los procesos de globalización, regulación y apertura de las economías en el más amplio de los sentidos, provocando que la innovación se haya convertido en pieza fundamental para la competitividad; y que sea realizada de forma urgente (eso dependerá de qué tan rápido quiera usted que su empresa



vaya en este tema). Actualmente, los procesos de innovación abarcan un espectro cada vez mayor. Hoy por hoy, el concepto de *innovación* es de carácter abierto y sistemático. Innovar ya no es solo la creación de nuevos productos, ni es un proceso específico de los departamentos de I+D y *marketing* de las organizaciones.

Pero ¿qué es lo que debe entenderse por innovación? De acuerdo con el Manual de Oslo, se entiende por innovación “la concepción e implantación de cambios significativos en el producto, el proceso, el *marketing* o la organización de la empresa con el propósito de mejorar los resultados. Los cambios innovadores se realizan mediante la aplicación de nuevos conocimientos y tecnología, que pueden ser desarrollados internamente, con colaboración externa o adquiridos mediante servicios de asesoramiento, o por compra de tecnología.

Las empresas que generan la innovación como una cultura organizativa logran grandes beneficios, como mantener alejado el negocio de la zona de confort, aprovechar la capacidad y el desarrollo de su talento humano, movilizar a la organización en un entorno competitivo, incrementar sus márgenes de ganancia, etc. De acuerdo con Susan Wojcicki, vicepresidente sénior de publicidad de Google, los ocho pilares que han hecho de este gigante de la comunicación en internet una empresa con alta cultura de innovación son los siguientes:

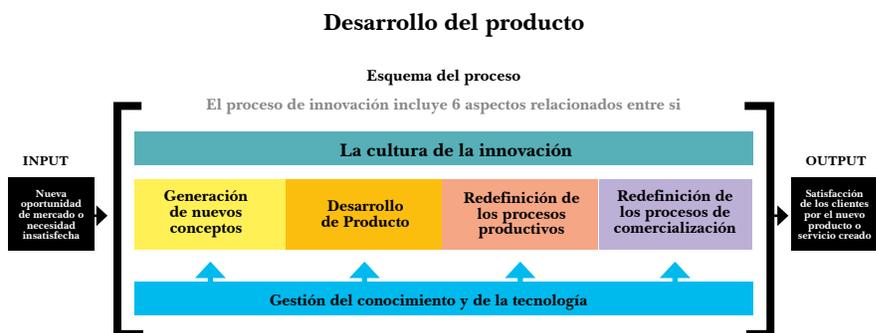
1. **Tener una misión importante.** Cuando haces algo que te importa, el trabajo puede ser mucho más que una mera forma de ganarse la vida.
2. **Pensar a lo grande.** Pero comenzar por lo pequeño: con independencia de lo ambiciosos que sean tus planes, tienes que ponerte manos a la obra y empezar por algo.
3. **Esforzarse por innovar de forma continua.** No para lograr la perfección instantánea; nuestra insistencia suele enseñarnos lecciones valiosas.
4. **Buscar ideas en cualquier parte.** Algunas de las mejores ideas de Google surgen así, cuando pequeños grupos de empleados se toman un

descanso una tarde cualquiera y empiezan a hablar de las cosas que les apasionan.

5. **Compartirlo todo.** Compartirlo todo (con los empleados) fomenta el debate, el intercambio y la reinterpretación de ideas, lo que puede traducirse en resultados inesperados e innovadores. Para facilitarlos, trabajamos en equipos pequeños ubicados en espacios abiertos en lugar de hacerlo en despachos individuales.
6. **Estimular la innovación con la imaginación y alimentarla con datos.** Eso es lo bueno de los datos: pueden avalar tus instintos o demostrar que estaban totalmente equivocados.
7. **Ser una plataforma.** Permitir que cualquiera, independientemente de dónde se encuentre, pueda aplicar sus habilidades, perspectivas y pasiones a la creación de nuevos productos y funciones utilizando nuestras plataformas.
8. **No dejar de fracasar.** La gente recuerda tus éxitos más que tus

fracasos. Fracasar está bien siempre que aprendas de tus errores y los corrijas con rapidez.

Otros ejemplos de empresas que tienen una cultura de innovación en su ADN son Facebook, 3M, Tesla Motors, Netflix, General Electric, entre otras. Algunas herramientas para gestionar la innovación en una empresa son las auditorías tecnológicas, la evaluación de proyectos, la inteligencia económica, la vigilancia tecnológica y el *benchmarking* (Cámara Oficial de Comercio e Industria de Madrid). Un esquema del proceso de innovación se presenta en la siguiente figura.



Esquema del proceso de innovación. Fuente: “Guía per gestionar la innovación”, publicada por el Centre d’Innovació i Desenvolupament Empresarial (Cidem).

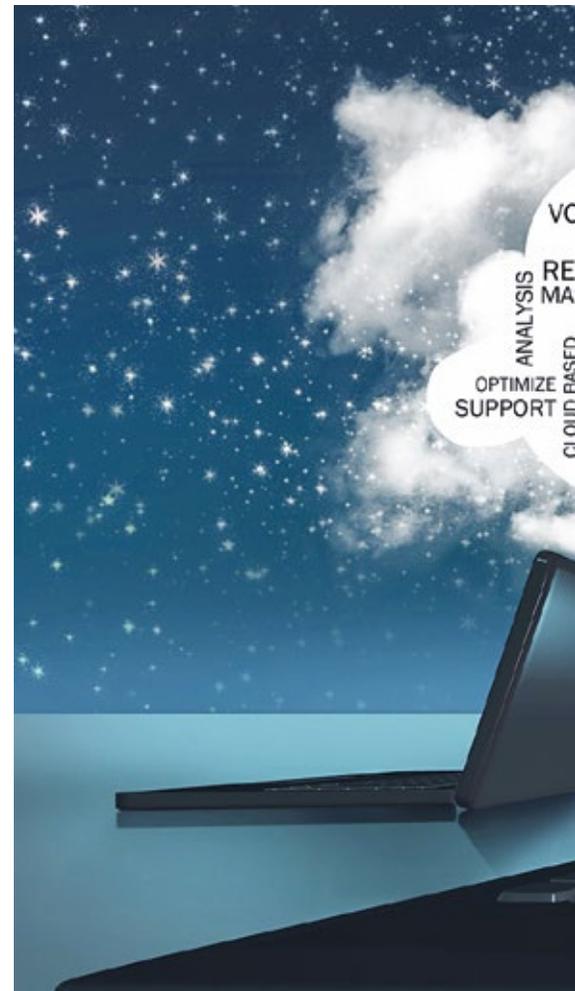
Un buen modelo para gestar una cultura de innovación es el sugerido por el profesor Patricio Morcillo en su libro *Cultura e innovación empresarial, la conexión perfecta* (2007). Este se centra en cuatro variables estratégicas: 1) el estilo corporativo, 2) la dirección y gestión de los recursos humanos, 3) el aprendizaje organizativo junto con el diseño organizativo y 4) la vigilancia tecnológica. Hay muchas más que han de tenerse en cuenta, pero sí son imprescindibles para que toda la empresa, en su conjunto, se comprometa con la innovación.

¿Innovamos o nos quedamos atrás? ¿Es cuestión de urgencia o emergencia? Estas son preguntas, entre otras, que un buen líder debe aprender a contestar.

Perspectivas actuales en el uso de *big data* en las empresas

Una de las tendencias tecnológicas que desde hace varios años domina el ámbito de las tecnologías de información para entornos de negocios es el big data, o uso de datos masivos. Es imposible omitir que esta tecnología también ha estado rodeada de un halo de confusión por parte de los ejecutivos en cuanto a temas como alcance, viabilidad y uso práctico en los procesos de gestión y toma de decisiones de las empresas.

José Rodrigo Torres
Consultor de Negocios para la compañía de software Odoo Inc.
Catedrático de Preespecialización en modalidad virtual, Utec



Muchos estudios realizados entre los años 2014 y 2015 parecían señalar la causa: alrededor de un 60 % de directivos o ejecutivos de nivel *C* reconocen que no entienden claramente lo que es *big data*. Así lo afirma, por ejemplo, Mandeep Khera, director de Mercadeo de LogLogic:¹ “Debido a que se habla mucho acerca de *big data*, no hay una clara definición y parece que todos están confundidos” —afirma.

La buena noticia es que ahora, en 2017, las perspectivas están cambiando finalmente. La mayoría de expertos coinciden en que *big data* ha alcanzado ya un nivel de maduración en su ciclo de vida, con lo cual la ola de frenesí inicial se ha estabilizado, dando paso a una concepción más clara sobre el tema y a expectativas más realistas sobre cómo estas herramientas pueden impactar en los negocios.

Para aquellos que no están aún familiarizados con el término, conviene

¹ LogLogic es una firma especializada en registros de información a gran escala en entornos de seguridad.



hacer un breve repaso sobre algunos conceptos clave, para luego examinar cuáles son las tendencias actuales que marcan la evolución de esta tecnología.

Big data se refiere a la recolección, almacenamiento y uso de grandes volúmenes de datos que permitan la realización de análisis más complejos, los cuales pueden ser de utilidad en diferentes campos, como el de la investigación científica y de los negocios.

Principales tendencias relacionadas con *big data*

Dado el gran interés que este tema genera, es fácil encontrar gran cantidad de artículos relacionados con predicciones sobre esta tecnología. Sin embargo, en general, existe consenso al afirmar que ya no es una tecnología a futuro, sino que es ya una realidad muy relevante para las empresas, y su uso se está expandiendo y consolidando.

Gartner afirmaba, en 2015, que el 75 % de las grandes compañías mundiales había invertido o consideraba invertir, en el corto plazo, en *big data*. Sin embargo, ahora —como lo reconoce Douglas Laney, analista destacado de dicha consultora— el enfoque no está tanto en si hay o no interés, sino en cómo las organizaciones manejan, miden y monetizan los activos de información, es decir, cómo asegurarse de que están obteniendo el retorno esperado y el máximo valor de *big data*.

Uno de los informes más respetados es el publicado por Tableau,² que en sus predicciones para 2017 señala, entre otras cosas, lo siguiente:

- Nuevas herramientas surgirán de múltiples fabricantes, con lo cual *big data* se está volviendo más veloz y más accesible.
- Las organizaciones demandarán un uso ágil y repetible de *big data* para obtener respuestas rápidas.

- La variedad de los datos será el atributo más valorado.
- La convergencia de *big data* con otras tecnologías, como el internet de las cosas y la computación en nube, crean nuevas oportunidades para que los usuarios puedan realizar complejos análisis en modalidad de autoservicio.

No cabe duda de que *big data* ha llegado para quedarse, y continuará siendo relevante para la evolución de las empresas. Pero no debe olvidarse lo señalado en un reciente estudio de *Forbes*, Teradata y McKinsey, en cuyas conclusiones se afirma que, por muy importante que sea *big data*, la sola adopción de la tecnología no garantiza el éxito. Para que genere valor, es necesario que toda la empresa esté también alineada con una cultura orientada al *big data*. La información es conocimiento y el conocimiento es poder. Es necesario que los usuarios a todos los niveles reconozcan que la información, aunque no se muestre en el balance contable, es el activo más importante y valioso de la empresa; y usarla eficiente y ágilmente permitirá aprender más de sus clientes, de los mercados en los que opera e incluso de sus competidores, con lo cual su capacidad para tomar decisiones y realizar acciones oportunas se optimizará; y así estarán, sin duda, en la dirección correcta para generar una sólida ventaja competitiva.

² Tableau es una firma especializada en soluciones de inteligencia de negocios. Para acceder al informe completo, puede dirigirse a <https://www.tableau.com/resource/top-10-big-data-trends-2017>



**Alza de
plaza
hotelera
impulsa el
desarrollo
turístico en
El Salvador**

El Salvador, como destino turístico internacional, ha tenido un avance importante en los últimos cinco años, principalmente en el segmento de negocios, así como algunas señales positivas del segmento de ocio; el turismo, como rubro, está aportando alrededor de 1.000 millones de dólares en ingresos al país.



Alberto Ascencio
Miembro Junta Directiva de Casatur

El cambio en la actividad turística se ha visto incentivado por aspectos estratégicos como la dolarización. Así mismo, convertir el Aeropuerto Internacional de El Salvador Monseñor Óscar Arnulfo Romero y Galdámez como el punto de conexión (*hub*) entre la mayoría de vuelos del Sur al Norte y viceversa facilita la accesibilidad en corto tiempo a los diferentes destinos, principalmente el de sol y playa, que es uno de los más aceptados entre los segmentos de ocio internacionales.

Finalmente, se ha mantenido una estrategia permanente de promoción, por parte del Ministerio de Turismo y la Corporación Salvadoreña de Turismo, que ha facilitado la comercialización de los destinos.

En cualquier destino turístico del mundo, cuando hay una variación positiva o negativa, se puede observar en su capacidad hotelera instalada. Es desde esta perspectiva que analizaremos el actual crecimiento de la inversión inmobiliaria en la construcción de hoteles, que refleja un aumento de la plaza hotelera, principalmente en San Salvador; y de una manera más leve, en destinos de sol y playa en proceso de consolidación.

Nuestro país ha tenido un avance importante en el segmento de negocios como destino turístico internacional, lo cual se constata en el crecimiento de su plaza hotelera, especialmente por franquicias internacionales, las cuales totalizan un 80 % de la capacidad hotelera. Esto responde al requerimiento de empresas por beneficios y estándares globales, teniendo a corto plazo un crecimiento

de por lo menos un 20 % con la apertura de dos hoteles, aumentando en 300 habitaciones la capacidad de alojamiento, así como proyectos de mediano plazo de expansión; con una proyección de otro 20 % en los próximos cinco años.

Tímidamente se están realizando inversiones inmobiliarias locales en hoteles en destinos de sol y playa a menor escala (de 5 a 15 habitaciones), sobre todo en las playas de La Libertad y en la Costa del Sol, ya que la sostenibilidad de la ocupación está relegada a los fines de semana y a temporadas; y en un porcentaje relativamente bajo, de no mayor del 10 %, de turistas internacionales.

En conclusión, estamos en un proceso de consolidación como destino turístico internacional que enfrenta dificultades directas e indirectas, como la inseguridad, la limitada estabilidad económica, la falta de legislación idónea y la complicada tramitología burocrática.

Los casos de éxito en el desarrollo de los destinos turísticos internacionales están a la vuelta de la esquina y nos plantean un reto para enfocar los esfuerzos de todos los sectores involucrados, así como para trascender del campo partidario y establecer políticas de Estado para que todos los esfuerzos sean sostenibles bajo la administración de cualquier gobierno.



La audacia de ser competitivos en tiempos magros

Un análisis sobre qué pueden hacer El Salvador y las empresas nacionales para mantenerse competitivas en tiempos difíciles.

Alirio Martínez
Profesor de Tendencias Económicas
Facultad de Ciencias Empresariales, Utec

Competitividad es una palabra común en el mundo empresarial, pero a menudo es incomprendida. En su justa dimensión, es decir, adaptándola a la realidad económica y empresarial locales, la competitividad puede servir como herramienta para cumplir audaces proyectos, aportando al éxito esperado.

Krugman señala que los países no son corporaciones, de ahí que no deben embarcarse en la carrera de la competitividad, ya que el comercio internacional no es un juego de suma cero. La clave de un país está en su productividad media por trabajador.

Además, las instituciones importan. Estas deben proteger los derechos de propiedad de la mayor parte de la

sociedad; deben imponer restricciones a los grupos que pudieran perjudicar estos derechos y deben incentivar la existencia de iguales oportunidades para grandes segmentos de la sociedad, ya que así se aumentaría el número de personas realizando actividades económicas.

También son importantes el rombo de Porter, que explica cómo potenciar la ventaja competitiva de las empresas/industrias; y el informe *Doing Business*, o el Índice de competitividad global ICG, que privilegia el cambio de las instituciones, las políticas y los factores que determinan el crecimiento económico sostenible.

Competitividad implica esfuerzos por mejorar la productividad, el

desarrollo de las instituciones, la mejora de la ventaja competitiva de las empresas y el cambio de los determinantes del crecimiento.

Entornos turbulentos

El Estado, en el mediano plazo, debe cambiar los determinantes de la productividad y desarrollar las instituciones. En el corto plazo, debe proveer más y mejores bienes públicos (como la educación o la seguridad pública); tener claros objetivos estratégicos; aplicar políticas públicas coherentes y contar una hoja de ruta para el futuro.

Los agentes económicos privados deben emprender, innovar, crecer, construir, fortalecer sus capacidades, aprovechar sus oportunidades y planificar en dos tiempos: hoy y mañana.

Veamos un ejemplo. En 2015, el informe *Doing Business* señalaba que ciudad de Panamá; San José, en Costa Rica, y ciudad de Guatemala eran las mejores ciudades para hacer negocios de un total de 22 de la región.

En una modesta apuesta, si homologamos los procedimientos al mejor estándar del país en el registro de negocios, *certis paribus*, podemos avanzar a las primeras cinco posiciones.

En el caso de los permisos de construcción, si se elige como referencia Puerto Cortés en Honduras, entramos a las primeras diez posiciones. Para el caso de los derechos de propiedad, igualar los procedimientos y los tiempos a la mejor marca nacional nos vuelve líderes.

Consolidación y aprovechamiento de oportunidades

Para mejorar la competitividad no hay recetas únicas. La Organización

para la Cooperación y el Desarrollo

Económicos señaló estos elementos: a) la exitosa administración de los flujos de producción, y de inventarios de materia prima y componentes; b) la integración exitosa de planeación de mercado, actividades de I+D, diseño, ingeniería y manufactura; c) la capacidad de combinar I+D interna con I+D realizada en universidades, centros de investigación y otras empresas; d) la capacidad de incorporar cambios en la demanda y la evolución de los mercados; y e) la capacidad de establecer relaciones exitosas con otras empresas dentro de la cadena de valor.

En la lógica de Porter, las empresas competitivas surgen, en mayor medida, donde existen clústeres de compañías relacionadas o competidoras y donde las condiciones adicionales (Diamante de Porter) estén presentes.

Elementos para desarrollar fortalezas y aprovechar oportunidades

- Consolide las fortalezas de sus productos estrellas y de su fuerza de ventas.
- Optimice sus costos fijos. Revise los costos variables. En la medida de lo posible buscar proveedores de insumos a mejores precios.
- No debe descuidar la calidad de sus productos y servicios.
- Debe promover la marca de la empresa.
- Si sus fuerzas lo permiten, crear nuevos productos o innovar en otros.
- Es bueno apoyarse en los bienes públicos que ofrecen las universidades: estudios técnicos especializados, capacitación de personal, productos de I+D.
- Busque aprovechar las oportunidades de negocios. Diversificar sus mercados, encontrar nuevos nichos, coligarse con otras empresas para importar o exportar y relativizar costos.
- Invierta en su imagen, en su maquinaria y equipo, en su personal; cierre la brecha tecnológica de sus procesos de producción, de ventas o administrativos.
- Aproveche las fuentes de financiamiento blandas. Administre bien el efectivo, diversifique las fuentes de fondeo, modere su nivel de endeudamiento y tendrá oportunidad de financiar sus proyectos.
- Las empresas son exitosas si crecen en tiempo de bonanza, consolidan sus fortalezas y perseveran en tiempos magros.

E-money, el futuro de la economía en la era digital

Aplicado en diversos países, el dinero electrónico se ha convertido en una nueva alternativa de manejo de efectivo, basándose en el uso de las nuevas tecnologías de la comunicación y plataformas virtuales, en transacciones financieras, bursátiles y comerciales, entre otras.

Fernando Morales
Redacción enlaces
Estudiante Comunicaciones Utec

El dinero electrónico, o *e-money*, es el efectivo virtual que se mueve mediante plataformas web especializadas, que sustituyen el tradicional pago en efectivo.

Así, tanto restaurantes, sitios de compras en línea como negocios de comida rápida, por ejemplo, han adoptado esta forma de transacción monetaria por ser una forma más eficiente y segura para el manejo de pagos.

PayPal, desde 2002, y otras plataformas virtuales de pago, como Bitcoins, E-Gold y Storm Pay, se han convertido en algunas de las más utilizadas a escala mundial no solo por su facilidad de uso, sino porque provee a los usuarios de un medio ágil y seguro para

realizar sus negocios y comprar desde su computadora en la comodidad de sus hogares sin la necesidad de recorrer grandes distancias.

Para las empresas, el dinero electrónico se ha convertido en una herramienta para maximizar sus ganancias y permitir la expansión de formas de pago para cada uno de sus clientes. De esta manera, la sustitución del dinero contante y sonante por el virtual les garantiza a las empresas mayores ventas, en donde el “no traigo efectivo” se sustituye por el pago en comercios a través de un clic, proporcionando seguridad, rapidez y manejabilidad de los recursos.

En el caso de El Salvador, son cada vez más las empresas que adoptan el sistema de pago electrónico a través de alianzas con instituciones bancarias y cooperativas. La telefónica Tigo ya está incursionando en el mercado del dinero electrónico por medio de su novedosa plataforma Tigo Money, sistema que en un principio se destinó a la telefonía, pero que en la actualidad se ha convertido en una opción empresarial.

Desde restaurantes, supermercados, farmacias y negocios populares, Tigo Money se posiciona como una forma de pago novedosa y atractiva en los consumidores; con su celular, el cliente puede comprar en negocios afiliados abonando a su número telefónico dinero virtual, que posteriormente puede ser utilizado para cancelar facturas de consumo, sin cargos adicionales y resultando más seguro, práctico y económico que manejar billetes.

Así, Tigo Money ofrece una alternativa a las tradicionales formas de pago en el país y consolida el concepto *dinero electrónico* como una realidad. Con este tipo de sistemas no solamente se mejora la administración de las finanzas, sino que se inserta a El Salvador en un mercado globalizado, promoviendo las nuevas tecnologías como un vehículo hacia el progreso y la modernidad.



La pieza que hacía
falta para hacer
crecer tu negocio



Plan DÚO

Internet **5MB** + **LÍNEA FIJA ILIMITADA** = **\$37⁹⁹***
Llamadas ilimitadas a móviles y fijos, no importa la compañía

Contáctanos
2121-8484
o pymes@sv.tigo.com

tigo business
Una solución para cada negocio

• Oferta válida hasta el 30 de junio de 2017 • Oferta aplica para MIPYMES (micro, pequeña y mediana empresa) y gran empresa en contratación nueva o renovación de servicios • No aplica para Call Center o Centros de llamada de ningún tipo • Contratación máxima 3 servicios por cliente en una misma localidad • Disponibilidad sujeta a cobertura HFC (consultar al momento de contratar) • No aplica con otras promociones ni descuentos • Producto línea fija con llamadas ilimitadas aplica únicamente en Plan Dúo • Contratación mínima 18 meses • Beneficio de llamadas ilimitadas válido únicamente en El Salvador • Llamadas de larga distancia internacional se cobrarán a tarifas vigentes • No está permitido conectar la línea a centrales telefónicas, PBX, o cualquier otro dispositivo que permita efectuar llamadas a diferentes destinos locales, internacionales • El cliente no podrá revender el servicio a terceros, realizar marcado automático; de comprobarse esta práctica Tigo procederá a la desconexión del servicio • Precios no incluyen IVA ni CESC • Para mayor información ingresa a tigobusiness.com.sv



¿Malls virtuales?

El mundo del comercio electrónico viene marcando tendencia desde hace algunos años, vender en línea o tener una sucursal en internet no está fuera del alcance, ya no es un sueño.

Marco Guirola
Presidente de The Pagadito Group

Para trasladar una alternativa de negocio al mundo virtual se deben explorar las plataformas y sus modalidades de venta que mejor satisfagan las necesidades y características del negocio, así como sus precios y atributos.

Un *mall* virtual es un espacio en internet donde se venden productos de diferentes negocios; similar a un centro comercial convencional (físico). Este moderno concepto de negocio se caracteriza por lo siguiente:

- Permite compras y ventas 24/7.
- Elimina barreras físicas y de tiempo. Cualquier persona puede comprar desde donde esté, incluso en otro país.
- Da espacio para que los dueños de los negocios en línea aprovechen su tiempo, generando otros negocios.
- Elimina costos.
- Se puede llegar a más personas.

Estos espacios deben tener una navegación comprensible y sencilla para vendedores y compradores, deben permitir las compras internacionales, tener conexión con operadores logísticos y con medios de pagos seguros.

La necesidad de vender en internet es cada día mayor. Según

datos publicados por Statista, portal de estadísticas, se estima que durante 2020 el número de usuarios registrados en servicios de *e-commerce* a escala mundial superará los dos mil millones de personas. América Latina es una de las regiones que reporta las mayores tasas de crecimiento.

En el mundo hay diferentes sitios de *marketplace* que son reconocidos. Amazon es una empresa que surgió en 1994 en Estados Unidos y se ha convertido en una de las plataformas más importantes de España, Europa y de todo el mundo. Ebay fue fundada en 1995, también en Estados Unidos, y es de las más importantes en el mundo, su peculiaridad es que se pueden vender productos por medio de su sistema de subastas. AliExpress, fundada por el gigante chino Alibaba—, opera con productos producidos en China, que pueden ser comprados en todo el mundo; se caracteriza por no pagar al vendedor hasta que el consumidor — que previamente ha pagado su compra mediante la plataforma— no haya recibido su pedido y haya confirmado la entrega en perfectas condiciones.

Además, se puede mencionar a Rakuten, Mercado Libre, Etsy, Pixmania, entre otras. Estas son empresas que han ido ganando mercado conforme más conectadas a internet están las personas hoy en día, y por las facilidades en tiempo/dinero que esta forma de hacer negocios provee y porque tienen su operación en mercados fuera de Centroamérica.

El principal inconveniente que presentan los *malls* virtuales es que no permiten que los fondos recaudados por las ventas en internet dentro de sus plataformas se puedan transferir a cuentas bancarias de bancos en El

Salvador o Centroamérica. También, los costos por vender son más altos que los de otras regiones.

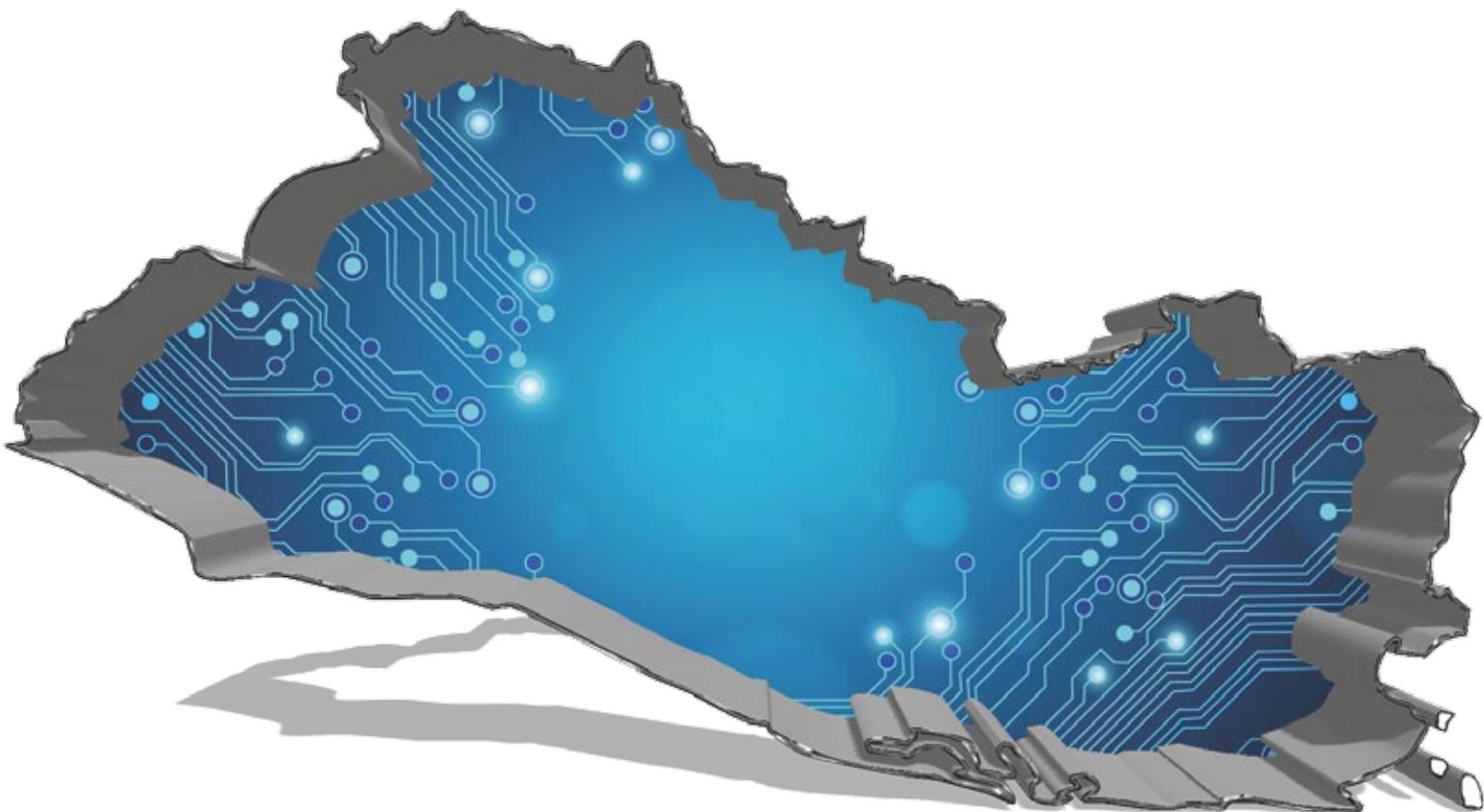
Por ello, se destaca el desarrollo de The Pagadito Group, que diseñó desde el 2009 www.intermall.com, el primer *mall* virtual de la región, para que los salvadoreños y centroamericanos vendan en internet de forma fácil, rápida y segura. Es accesible para todas las personas que emprenden sus negocios o para empresas ya establecidas. Entró en funcionamiento al mercado en noviembre de 2014, permitiendo abrir tiendas en línea en Centroamérica, República Dominicana y Estados Unidos, dando la posibilidad de comprar y vender entre usuarios de esos países y hacer retiro de fondos de cualquier banco local.

Los planes con que cuenta www.intermall.com se adaptan a las necesidades de todo aquel que está buscando expandir su negocio en internet, y tienen una excelente aplicación para que sus tiendas puedan vender directamente desde Facebook.

Además, la plataforma está conectada con DHL, UPS y Aeroflash, para que sus vendedores puedan enviar los productos a sus clientes dentro y fuera del país. También, permite entregas convenidas entre comprador y vendedor; o que la persona que vende se haga cargo de la operación logística para entregar sus productos como mejor le convenga. Brinda una cuenta gratuita en www.sutomail.com, para que sus tiendas se promocionen haciendo *email marketing*.

El *mall* virtual permite que los compradores paguen con tarjeta de crédito o débito Visa, MasterCard y American Express con los más altos estándares de seguridad; y que los que venden dentro de la plataforma retiren los fondos de sus ventas de cualquier banco local.

Es importante estar a la vanguardia y adaptarse a los cambios del mercado. Todo aquel que tiene una empresa, de cualquier índole, debe buscar tener presencia digital; del mismo modo, el que un negocio esté presente en un *mall* virtual no excluye su presencia física.



Tienda en línea: la mejor opción para el *e-commerce*

El comercio electrónico en El Salvador camina lento pero seguro. Aunque el mercado local aún se resiste un poco a realizar negocios en línea, las estadísticas apuntan a que, en unos cuantos años, la mayoría de transacciones se realizarán de forma virtual.

*Inés Ramírez de Clará
Redacción enlaces
Jefa de Publicaciones, Utec*

Nos encontramos en un mundo altamente competitivo donde los clientes están cada día más informados, son más exigentes y tienen más opciones de compra. Los clientes de hoy no suelen tener el tiempo suficiente para ir hasta los establecimientos por sus productos, por eso las tiendas *online* se vuelven una opción necesaria.

De acuerdo con un estudio de Online Business School, las ventas vía *e-commerce* en las principales economías latinoamericanas creció un 116,55 %, en el período 2010-2013, y un 28 % en el 2014, esperándose que esta cifra vaya en aumento en los próximos años.

Una de las ventajas de comprar en las tiendas en línea es que, usualmente, presentan más ofertas en las tiendas físicas; además —como ya se mencionó—, el factor tiempo es decisivo, pues en línea se puede

comprar cualquier día, a cualquier hora y desde cualquier lugar.

Cómo iniciar un negocio en línea

Una de las decisiones más difíciles que se debe tomar al iniciar una tienda en línea es escoger la plataforma donde se alojará el sitio web. Existen muchas opciones para todos los bolsillos y necesidades. Sea cual sea la plataforma que se elija, esta debe ser responsiva, es decir, que se adapte a todos los dispositivos: teléfonos inteligentes, *tablets*, etc., pues en la actualidad los clientes se conectan a internet, dondequiera que estén, también desde estos aparatos.

Un paso importante que dar es la instalación de la pasarela de pago, ya que por medio de esta es que se podrán recibir los pagos por los productos o servicios vendidos. Una de las opciones más utilizadas y aceptadas en el mundo es PayPal, un “banco virtual” que permite captar fondos —por el pago de una comisión por cada transacción— y que es muy fácil de usar. Sin embargo, si no se tiene una cuenta bancaria en Estados Unidos, los fondos de los pagos enviados por PayPal no se podrán retirar; esto es algo que hay que considerar. También existen opciones como Credomatic y Tigo Money, que actualmente ofrecen un servicio donde los clientes pueden pagar desde plataformas web.

La toma de decisión sobre el sistema de entrega de los productos es vital. Los clientes quieren tener sus pedidos con la mayor rapidez posible, por lo que el tiempo de entrega es un punto que evaluarán detenidamente a la hora de comprar. Sobre el envío, se recomienda que por cierta cantidad de compra sea gratis, pues así se incentiva al cliente para que realice sus pedidos en línea. También se puede establecer una tarifa plana, es decir, un valor fijo

de envío sin importar el monto de la compra.

La seguridad de que el trámite comercial se concrete es muy importante; y es uno de los puntos que los clientes más evalúan. Invertir en un certificado de seguridad es uno de los pasos que no se debe obviar.

La frase “la primera impresión es la que cuenta” también aplica para las compras en línea. Si un cliente realiza una compra por primera vez y esta es atendida con prontitud, amabilidad y calidad, hay un 99 % de probabilidad que compre nuevamente; por el contrario, si su experiencia es desagradable, seguramente no volverá a comprar y la pasará boca a boca a otras personas.

Algo necesario y útil en las tiendas en línea son los *blogs*. Este es un espacio virtual que se utiliza para publicar información acerca de los productos que se comercializan. Los *blogs* son sumamente efectivos, pues ayudan a que los clientes conozcan quién está detrás del negocio; ayudan tener información de primera mano, como lanzamiento de productos, novedades, ofertas especiales, etc. Además, si el blog es atractivo, interesante, contribuirá a generar visitas constantes a la tienda en línea.

Muchos emprendedores hoy en día no piensan en invertir en tiendas en línea o páginas web porque ya tienen un buen número de clientes en las redes sociales, incluso autodenominan sus negocios como “tienda en línea”, pero en realidad no lo son. Si en un momento dado Facebook u otras redes sociales desaparecieran o fueran reemplazadas, todos nuestros clientes se perderán; por eso, una página web propia —y mejor aún si es tienda línea— siempre será la inversión más segura.



Qué es el internet de las cosas y cómo afectará nuestra vida y negocios

El internet de la cosas (IoT, internet of things) es un área de aplicación técnica multidisciplinaria que requiere la combinación de conocimientos de electrónica, informática y telecomunicaciones, con el objetivo de dotar de capacidad de comunicación a un aparato, dispositivo o cosa, para que el propio aparato pueda enviar y recibir información automáticamente desde y en cualquier lugar, en tiempo real, a y de otros aparatos o usuarios, todo esto a través de internet.

Omar Otoniel Flores
Docente investigador, Utec

Actualmente, en un hogar moderno se tiene una docena de aparatos electrónicos que poseen algún tipo de conectividad. Este escenario implica que la tecnología está cambiando la forma de comunicarse, así como también cambian las formas en las que se hacen negocios, según un estudio de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos que ha analizado a una familia promedio de cuatro miembros en un país desarrollado, con el objetivo de conocer cuántos dispositivos conectados hay en el hogar. En 2012 se tenían diez

dispositivos en promedio conectados a alguna red de datos. Según el estudio, se estima que para 2017 la cantidad se incrementará hasta 27 dispositivos.

Se destaca que todos estos aparatos conectados entre sí, y con el mundo exterior, son parte de una red cada vez más creciente y que, por lo tanto, el desarrollo de nuevas formas de acceso, intercambio, compras y ventas debe adaptarse a este escenario. El paradigma de *marketing* basado en radio y televisión ya quedó obsoleto. Las transacciones están evolucionando a una tendencia cada vez más ubicua, tiendas sin local, estantes sin productos, aplicaciones llenas de fotografías, pagos en línea, clientes sin rostro, mostradores virtuales, etc.

Es cada vez más común que los compradores accedan a una tienda virtual para hacer sus compras, desde ropa, calzado, aparatos electrónicos hasta alimentos; y este acceso lo hacen desde su teléfono móvil, *tablet*, computadora; o es el propio aparato que se comunica con la tienda para suplir sus necesidades de consumo propio o del usuario. Esto implica que los negocios que desean incursionar en este nuevo campo deben ofrecer no solo los productos, sino formas de acceso convenientes, por ejemplo las siguientes:

- Asistentes virtuales dotados de inteligencia artificial con algoritmos de reconocimiento de patrones de compras, que sugieren productos y alertas sobre posibles compras y



- ofertas, promoviendo los productos o servicios del establecimiento virtual.
- Disponer de equipamiento capaz de comunicarse con los aparatos del cliente, por ejemplo: poder tomar la orden del refrigerador sobre los consumibles que están por vencerse o terminarse y al mismo tiempo enviar a casa del cliente la nueva orden cada semana, o que permitan al automóvil indicar a el almacén de repuestos sobre el agotamiento del aceite del motor o el desgaste de alguna pieza y así poder indicarle al conductor su compra futura.
- Garantizar al usuario la privacidad y seguridad de su información, tanto personal como comercial. El usuario virtual desea permanecer anónimo y seguro en la comodidad de su sala de estar.
- Proveer servicios de comunicación estables y sin fallos, es decir, que sus

centros de datos y comunicaciones deben estar disponibles en todo momento, lo que implica mayor demanda para la conectividad instantánea y veloz.

- Logística adecuada y rápida respuesta. Los usuarios de los negocios virtuales están acostumbrados a la inmediatez del mundo electrónico, por lo que al hacer una compra en línea esperan obtener una respuesta de su compra y su producto en el menor tiempo posible.

- Presencia en redes sociales. Estas son una herramienta tanto de recomendación como de desinformación para futuros clientes. Las reseñas de productos y la recomendación de servicios por medio de las redes sociales son un elemento que se debe tener muy en cuenta por los negocios en línea.

En conclusión, y a modo de reflexión sobre el incremento de la tecnología en el consumo virtual, se puede afirmar que, más allá de hablar de tiempo real, hay que hablar de tiempo de la realidad. De hecho, lo que se denomina *realidad* se convierte cada vez más personal y subjetivo. Los consumidores no solo se rodean con las redes sociales afines, sino también están empezando a personalizar el modo en que experimentan el mundo con tecnologías.

La industria de los videojuegos

Esta industria abarca docenas de disciplinas de trabajo y necesita de miles de personas alrededor del mundo; además, es el sector económico involucrado en desarrollar, mercadear y monetizar este producto para el entretenimiento.

Balbino Aylagas
Gerente de Informática de Artcode

La cadena de valor de la industria de juegos

Expertos observadores de la industria de juegos han determinado que la cadena de valor está compuesta por las siguientes capas interconectadas:

1. *Capital y de publicación.* Se encarga de desarrollar nuevos títulos y buscar ganancias a través de las licencias de estos.
2. *Producto y talento humano.* Esta incluye a los programadores, diseñadores y artistas, que pueden estar trabajando bajo contratos individuales o como parte de un equipo de desarrollo interno de un estudio de videojuegos.
3. *Producción y de herramientas.* En esta se generan herramientas de producción de contenido del juego,

lógica y motores de juego, que pueden modificarse en demanda, y herramientas para el manejo de la producción del juego.

4. *Distribución.* Esta es como una subindustria de publicación de juegos donde se generan y mercadean catálogos de juegos para distribución al detalle y en línea.
5. *Hardware.* Esta es la capa proveedora de la plataforma, que puede ser para consola, para contenido en línea o para dispositivos móviles, como

los celulares inteligentes. Esta capa también incluye la infraestructura de redes y de las plataformas que no dependen del *hardware*, como las máquinas virtuales; además de las plataformas de *software*, como navegadores de internet o la nueva aplicación de Facebook para juegos llamada *Gameroom*.

6. *Usuarios finales.* Esta es para los usuarios de los juegos.

Las disciplinas más importantes de los videojuegos

La industria de los videojuegos emplea a personas en las áreas de contabilidad, finanzas, recursos humanos y sistemas, entre otras; pero también genera sus propios expertos que, específicamente, entienden el mundo de juegos. Estas son algunas de las disciplinas propias de dicha industria: diseñador de niveles; programador; diseñador; productor; artista, controlador de calidad o *tester* de juegos.

La industria de juegos en números

En abril del 2016, el sitio Newzoo lanzó su reporte sobre la industria de





juegos global en el que muestra que los jugadores en el mundo generaron 99.6 billones de dólares en ganancias ese año; 8,5 % más alto que en el 2015.

También, en el mismo año, Statista pasó una encuesta a 2.000 desarrolladores de juegos en uno de los eventos más fuertes en este campo, Game Developers Conference, en la que les preguntó cuál es la plataforma más importante para juegos. Los indicadores, con base en sus respuestas, fueron los siguientes: PC, 52 %; móviles y tabletas, 44 %; PlayStation 4, el 28 %; Xbox One, 23 %; realidad virtual (ya sea experiencias o juegos), 16 %; Wii U, Xbox 360, PS Vita, PS3, realidad

aumentada y 3DS tienen, cada uno, menos del 6 %.

La industria de juegos en El Salvador

En el país, la industria de juegos es pequeña; pero está en crecimiento. Desde el punto de vista de negocios y empresas, existen actualmente nueve compañías establecidas, que tienen dentro de sus servicios el desarrollo de los juegos Artcode Studios, The Domaginarium, Infinite Software y

Kadevjo, entre otros. Estos estudios necesitan personas especializadas en las distintas disciplinas que demanda la industria de juegos para poder desarrollar sus productos y comercializarlos en el exterior. El acercamiento que están teniendo los estudios salvadoreños a los eventos internacionales es muy importante, ya que nos pone un paso más cerca de lograr competir en el mercado global.

El ecosistema de Amazon para la automatización residencial

Cuando se dice Amazon, la mayoría de personas piensa en la tienda en línea, famosa por haber robustecido el modelo inicial del comercio electrónico y convertido en la marca estadounidense más valiosa del mundo, con un valor de 99.000 millones de dólares; pero esta marca no solo ha diversificado sus servicios de venta, sino que está cambiando los procesos informáticos de muchas empresas.

Víctor Cuchillac
Catedrático de preespecialidades, Utec

Amazon está ofreciendo a las empresas, en el área de la infraestructura, el servicio Amazon Web Services, que consiste en el arrendamiento de servidores virtuales, almacenamiento empresarial en la nube y muchos otros servicios, siendo ubicado por ello como el líder mundial por sexto año consecutivo en la categoría *Infraestructura como servicio*, muy arriba de Microsoft y Google. Pero Amazon también está liderando la manera de disfrutar del confort y las actividades lúdicas del hogar, al servir de eje principal para la domótica residencial.

La automatización de ciertas tareas en la residencia es lo que se denomina *domótica*, un sueño futurista para las generaciones pasadas y una realidad galopante en la segunda década del nuevo siglo, debido principalmente a la convergencia de las siguientes condiciones:

- **Amazon Store:** plataforma en línea para la venta por detalle, en donde la venta de dispositivos electrónicos compite por ser uno de los nichos más destacados en la famosa tienda virtual.
- **Alexa:** asistente personal basado en inteligencia artificial alojado en la nube de Amazon, similar a los asistentes Siri (Apple), Cortana (Microsoft) y Google Assistant, pero con muchas más funciones, que opera por instrucciones de voz y permite responder varios tipos de consultas, ejecutar órdenes para ver contenido de canales bajo demanda (Amazon Prime, Netflix, Hulu, HBO, Tubi TV, etc.), controlar el nivel de audio o las listas de música personal, encender o apagar las luminarias, los teatros en casa, los televisores, entre otras funciones.
- **Tecnologías abiertas:** permiten que múltiples fabricantes desarrollen sensores, actuadores y dispositivos inteligentes.

La automatización residencial cada vez más real

Gracias al *internet de las cosas* (IoT, siglas en inglés), ya no es necesario realizar una nueva instalación eléctrica para controlar los dispositivos, se pueden adquirir luminarias led

con un receptáculo que incluye una conexión wifi que permite a Alexa, o a una aplicación móvil, interactuar con dicha luminaria. Lo mismo ocurre con receptáculos eléctricos tipo regletas que pueden encender o apagar equipos electrónicos y eléctricos como televisores, equipos de sonido, teatros en casa, lámparas incandescentes, entre otros, por medio de la red wifi.

La manera más fácil de implantar la domótica en el hogar sería adquirir todos los dispositivos y equipos inteligentes que mejor se adapten a sus necesidades, pero esto no solo haría que se desembolse una fuerte inversión monetaria, también contribuiría con una mayor “basura” electrónica. En ese sentido, se sugiere lo siguiente:

- Convertir o añadir a sus actuales equipos electrónicos capacidades de equipos inteligentes.
- Adquirir focos led inteligentes. Aparte del consumo de energía que se ahorra, se puede controlar la intensidad de la luz, encenderlo o apagarlo desde fuera de casa por medio de Alexa u otra aplicación móvil.
- Si desea utilizar Alexa como el cerebro del hogar automatizado,

es necesario tener una cuenta de Amazon Prime. Esta membresía, por 100.00 dólares anuales, le permite ver contenido (similar a Netflix), escuchar música y recibir las compras de la tienda sin costo extra, en dos días hábiles, dentro de Estados Unidos.

Con el desarrollo de la domótica no solo se mejora la calidad de vida de los seres humanos y se hace un uso más eficiente de la energía eléctrica y se incrementa la productividad, sino que se dinamiza la economía al ofertar nuevos productos a grandes sectores de la sociedad debido a los bajos costos de inversión, abriendo con ello una puerta para la creación de tiendas locales que puedan comercializar los dispositivos requeridos para la automatización del hogar o las pequeñas y medianas empresas; brindar la asesoría técnica para el diseño domiciliario; desarrollar aplicaciones para dispositivos móviles que puedan personalizar o ampliar las funciones de los equipos, mejorando el confort y la seguridad de las personas.



Realidad aumentada: aplicaciones en los negocios

En la actualidad, las empresas están en una búsqueda constante de soluciones informáticas que les permitan automatizar sus procesos y la disponibilidad de la información para los usuarios.

Rolando Moisés Galdámez Letona
Docente Utec

Estamos viviendo en una época de desarrollo tecnológico. Todos los avances son divulgados por medio de artículos científicos en la web y revistas impresas, la radio y la televisión. Por lo tanto, cualquiera de nosotros ha podido de alguna manera informarse sobre esos emprendimientos que derivan en mejoras a la calidad de vida de las personas. Actualmente se le denomina, a este período de la historia, *sociedad del conocimiento*. Como consecuencia, la disponibilidad de información es esencial para los usuarios de las

empresas y es ahí donde la realidad aumentada ayuda a proporcionarla.

A medida que avanzamos en el conocimiento de las tecnologías de la información y la comunicación nos damos cuenta de que todo está dependiendo aún más de ellas; todas las profesiones a las que nos podemos dedicar tienen como herramienta principal de trabajo la computadora, partiendo de la filosofía básica de la computadora, que es la de proporcionar información a partir de datos en bruto. La realidad aumentada hace lo mismo, y es en este punto donde los negocios ven su oportunidad.

Vamos a definir qué es la realidad virtual (RV) y la realidad



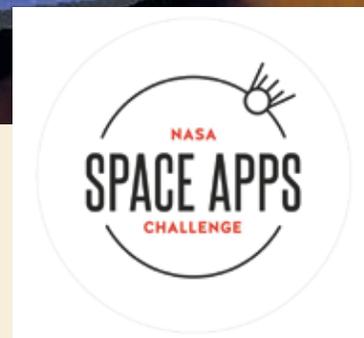
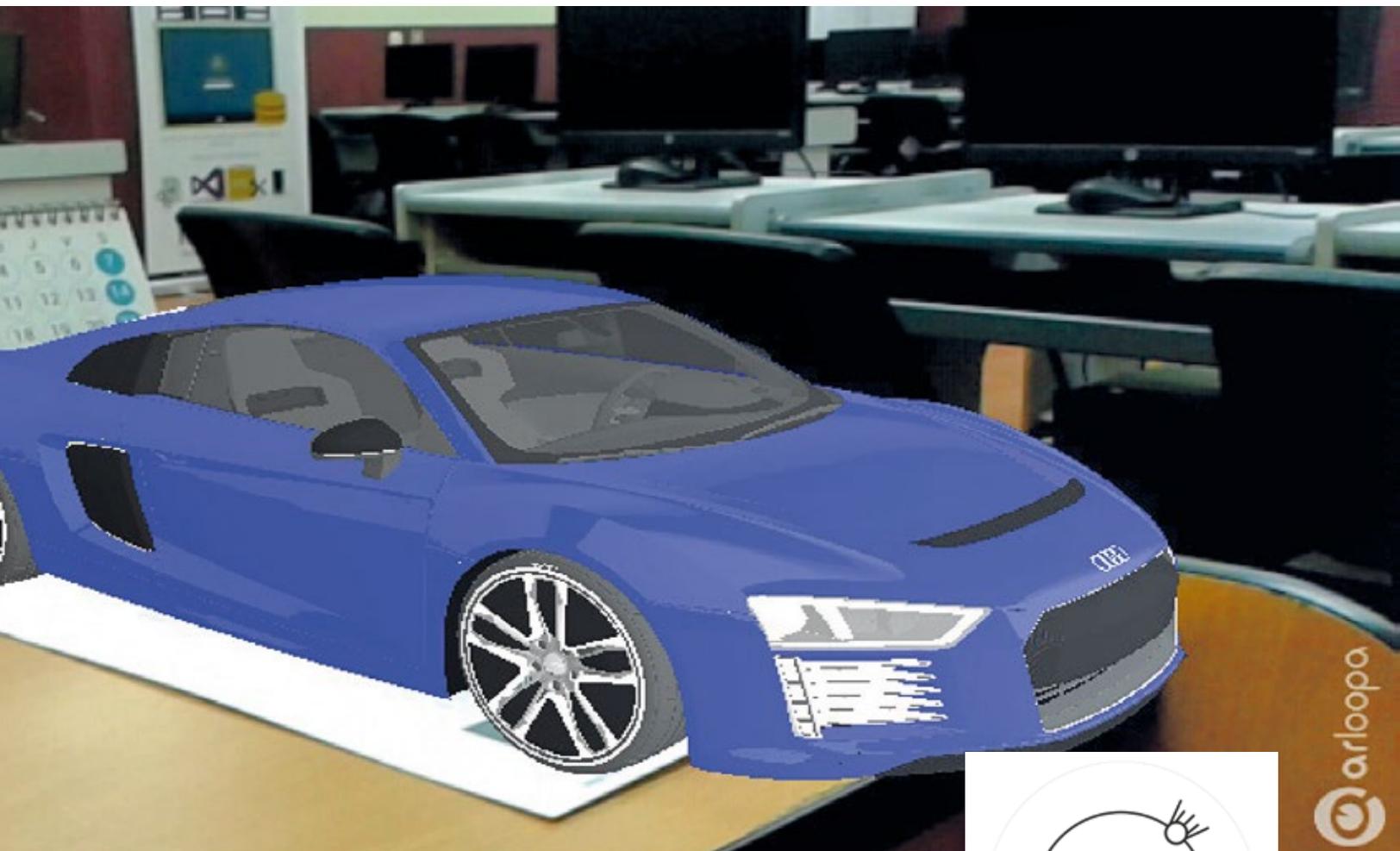
Figura 1. Aplicación de ARLOOPA en publicidad.
Fuente: elaboración propia

aumentada (RA). Muchos autores que conceptualizan estos términos concuerdan primero en aclarar las diferencias. La RV sumerge a los usuarios completamente en un mundo artificial, mientras que la RA combina elementos virtuales con el mundo físico mediante el uso de dispositivos tecnológicos, logrando la visualización de una realidad mixta en tiempo real, tal como se muestra en la figura 1. En este ejemplo se utilizó una aplicación gratuita para teléfonos iOS y Android llamada ARLOOPA¹; esto funciona utilizando *markerless*².

Primero se descargó del sitio oficial de la aplicación una imagen que se manda a imprimir en una hoja de papel *bond* común conteniendo los marcadores; se colocó la hoja de papel en el escritorio, se instaló el programa

1 www.arloopa.com

2 Marcas o patrones predefinidos que activan las aplicaciones de realidad aumentada.



Puede descargar la app ARLOOPA para visualizar el contenido de esta imagen

en el teléfono celular inteligente desde la Google Play, auxiliándose de la cámara del móvil se logra visualizar la imagen holográfica del vehículo suspendida en la superficie de la hoja.

Podemos observar la RA en ejemplos tan comunes como los de la televisión, cuando el presentador de noticias da a conocer el pronóstico del clima; también en los programas deportivos, cuando se dibujan las trayectorias de los balones partiendo de una imagen o indicando las posiciones de los jugadores.

En sectores como el turismo y la educación, esta tecnología está teniendo un gran impacto. Ya existen aplicaciones de RA fabricadas por compañías como Microsoft. Una de ellas es HoloTour,³ que, junto con los lentes Microsoft HoloLens, facilita información de

sitios históricos y puntos de interés, proporcionado una experiencia muy peculiar a los turistas. En educación, por ejemplo, existen libros que tienen impresos marcadores en sus páginas y proyectan imágenes holográficas en la superficie de las páginas utilizando el teléfono móvil.

Como estrategia de negocios, la RA se ha abierto camino; y lo vemos ejemplificado en una campaña publicitaria lanzada por la marca Lynx en la estación de Victoria Street, en Londres, auxiliándose de una cámara de video, una computadora personal, un marcador colocado en el piso, un *software* especial y una pantalla inmensa en la que los transeúntes podían

verse interactuando virtualmente con ángeles.⁴

La RA también puede utilizarse en las oficinas de correo, si las personas necesitan enviar un objeto a familiares o amigos en otra región. En España ya no es un problema elegir el embalaje adecuado, ya que un grupo desarrollador de aplicaciones de RA, llamando Virtualware,⁵ ha elaborado un programa que hace esa tarea.

Como podemos notar, la RA es una tecnología que está penetrando en el comercio, la industria, la educación y el gobierno.

3 <https://www.microsoft.com/microsoft-hololens/en-us>

4 <https://www.youtube.com/watch?v=rFuUFQJdpk>

5 <http://virtualwaregroup.com/es/portfolio/realidad-aumentada-correos>

1. Principales indicadores económicos de El Salvador

Indicador	Flujo acumulado o última fecha disponible	En millones de dólares	Crecimiento
PIB			
Exportaciones (FOB)	dic-16	\$ 5,335.38	-2.73 %
Importaciones (CIF)	dic-16	\$ 9,854.60	-5.38 %
Remesas Familiares	dic-16	\$ 4,576.00	7.20 %
Balanza Comercial	dic-16	\$ (4,519.22)	-8.34 %
Cartera de préstamos totales	dic-16	\$ 5,163.90	7.10 %
Inversión pública	dic-06	\$ 757.70	16.40 %
Población (Último dato oficial)	2,014	6,401.40	
Inflación anual	dic-16	-0.93 %	
Canasta básica			
Urbana	dic-16	\$194.60	-4.60 %
Rural	dic-16	\$138.90	-4.80 %

Fuente: BCR

2. Resumen de tipo de cambio del dólar

País	Moneda	Código	Moneda local por dólar
Canada	Dólar canadiense	CAD	1.33
Costa Rica	Colón Costarricense	CRC	562.65
Guatemala	Quetzal	GTQ	7.38
Honduras	Lempira	HNL	23.55
Nicaragua	Córdova	NIO	29.57
México	Peso mexicano	MXN	19.51
Panamá	Balboa	PAB	1.00
Unión Europea	Euro	EUR	0.94
Inglaterra (Reino Unido)	Libra esterlina	GBP	0.81

Fuente: BCR cotizaciones al 06/03/2017

3. Tasas activas máximas y mínimas del mercado financiero durante febrero/2017

Producto	Mín.	Máx.
Préstamos para adquisición de vivienda	7.00 %	14.55 %
Préstamos de consumo	5.11 %	104.26 %
Sobregiros	13.32 %	25.00 %
Préstamos sector empresa		
Montos hasta US \$100,000	6.64 %	127.61 %
Mayores a US 100,001 y menores de US\$ 1.0 Millon	5.67 %	19.83 %
Mayores a US\$ 1.0 Millones	4.98 %	10.72 %

Para mayor detalle sobre la tasa que cobra cada institución financiera por favor ingrese al sitio web de la Superintendencia del Sistema Financiero en el apartado Tasas de Interés, Comisiones y Recargos.

4. Tasas efectivas (activas) promedio ponderadas anualizadas por límite de aprobación de tarjeta de crédito a febrero/17

Límite	Mín.	Máx.
Hasta \$500	25.07 %	60.90 %
De \$500 a \$1,000	28.00 %	54.11 %
De \$1,001 a \$5,000	20.42 %	39.04 %
Mayor a \$5,000	18.50 %	26.05 %

Para mayor detalle sobre la tasa que cobra cada institución financiera por favor ingrese al sitio web de la Superintendencia del Sistema Financiero en el apartado Tasas de Interés, Comisiones y Recargos.

5. Tasas pasivas a febrero/17

Producto	Mín	Máx.
Cuentas de ahorro		
Hasta \$1,000	0.02 %	1.50 %
Arriba de \$120,000.01	0.15 %	1.50 %
Ahorro a plazo		
7 días	0.00 %	0.10 %
21 días	0.00 %	0.50 %
Depósitos a plazo		
30 días	0.10 %	0.90 %
360 días	0.30 %	1.55 %

Para mayor detalle sobre la tasa que paga cada institución financiera por favor ingrese al sitio web de la Superintendencia del Sistema Financiero en el apartado Tasas de Interés, Comisiones y Recargos.

Ideas clave de negocios

Ser una persona de negocios exitosa no es fácil; y cuando hablamos de esta clase de persona no nos referimos solamente a empresarios, sino también a los ejecutivos (emprendedores) que acompañan a los empresarios a lograr sus objetivos organizacionales. Para apoyar esa titánica labor de empresarios y ejecutivos, enlaces, a través de Business Tips, comparte algunas ideas clave.

Lisette Canales de Ramírez
Decana de la Facultad de Ciencias Empresariales, Utec

Hablando de innovación y tendencias, ¿cuál es el mayor riesgo de una persona o empresa? De acuerdo con Mark Zuckerberg, “el mayor riesgo de una persona es no tomar ningún riesgo, en el sentido que, si vivimos en un mundo que cambia constantemente a gran velocidad, una estrategia segura para fallar es no tomar ningún riesgo”.¹

La frase de Zuckerberg, sin duda, nos alentaría a tomar decisiones en verdad riesgosas; sin embargo, aun cuando la regla de las finanzas es que a mayor riesgo hay mayor rentabilidad, el consejo sería que, debido a la magnitud de los cambios tan acelerados que se viven, es necesario tomar riesgos todos los días, pero que estos deben ser calculados y que estén dentro de lo que

tú o tu empresa pueden darse el lujo de perder sin que se afecte su sostenibilidad financiera o su competitividad.

Otros consejos para ti, que te gustan los negocios tanto como a nosotros, son los siguientes:

- Ten claro siempre cuál es tu objetivo y hacia dónde te quieres dirigir cuando tomes una decisión sobre innovación.
- Entiende y comprende cuál es el *core* y el ADN de tu empresa (seas el propietario o un ejecutivo de esta), esto te ayudará a tomar decisiones para una mejor competitividad, lo

que no quiere decir que no puedas diversificarte; pensar cómo tu negocio puede crecer y diversificarse en otras áreas es una manera de innovar.

- Piensa digitalmente, no solo es la tendencia de hoy. Los clientes están demandando una experiencia digital con sus marcas y todo lo que estas representan en su vida.
- Para innovar siempre, siempre, escucha a tus clientes para comprender lo que están buscando, ya que, sino lo encuentran contigo lo encontrarán con la competencia.
- Promueve una cultura de innovación, en tu empresa, que incluya el reclutamiento apropiado para tener el personal idóneo.



¹ <http://www.businessinsider.com/entrepreneurs-share-best-advice-2017-1/#mark-zuckerberg-facebook-cofounder-and-ceo-10>



Corrupción: un mal sistémico

*La palabra corrupción proviene del verbo latino *corruptus*, que significa quebrar, término que captura el fundamental significado del efecto de la corrupción en la sociedad: socava, erosiona y amenaza con la destrucción de los sistemas económicos y políticos de los países.*

Carlos Romero Cañadas
Catedrático universitario - Maestrías Utec
Senior International Consultant - PRAXIS Corp.

Una definición legal aceptada universalmente de *corrupción* es la siguiente: “Un acto hecho con la intención de proveer una ventaja o beneficio inconsistente con los deberes oficiales y con los derechos de otros”. El abuso de poder y evidencia de indebida ganancia propia son los dos factores comunes en todo hecho de corrupción, sin embargo, en la práctica es difícil definir exactamente qué es un abuso de poder o qué es una indebida ganancia propia, lo cual obstaculiza los esfuerzos de las empresas o instituciones en promocionar conductas éticas. Por ejemplo: ¿cuándo un regalo constituye un soborno? ¿Cuándo las acciones de cabildeo cruzan la línea y se vuelven acciones corruptas? ¿Es un acto de corrupción el dar a un burócrata dinero para agilizar trámites? Es la ambigüedad de estos conceptos la que previene a muchas empresas para tener políticas bien definidas en lo que a corrupción se refiere.

Una guía común es el *quid pro quo*, algo por algo. Si algo de valor es dado por una de las partes con el entendimiento de que algo de valor se va a obtener en retorno, lo más probable es que exista un hecho de corrupción. Muchas empresas adoptan códigos de conducta que pretenden identificar conductas delictivas antes de que sucedan. Por ejemplo: ¿me molestaría si otros supieran lo que voy a hacer? ¿Me molestaría si se publicara en la prensa? ¿Me sentiría dañado si otros me hicieran a mí lo que estoy por hacer? ¿Afectaría a la sociedad si todos lo hicieran?

Existen dos dimensiones fundamentales del fenómeno de corrupción en organizaciones: 1) si el individuo o la organización es el beneficiario de las actividades corruptas, y 2) si la conducta corrupta es llevada a cabo por un individuo o por más de uno de manera organizada. El beneficiario de la corrupción es aquel, el individuo, o aquello, la organización, que deriva un

“La corrupción no es inherente ni en el individuo ni en el colectivo, se puede prevenir y combatir; los ingredientes esenciales son la voluntad del colectivo y la formación del individuo”.

Carlos Romero Cañadas

beneficio directo de la acción corrupta. Dentro de las organizaciones se da el fenómeno de la corrupción a nivel del individuo, y a nivel de grupos, redes, que se organizan, confabulan, para cometer delitos contra la empresa; y existe la corrupción corporativa, aquella perpetrada por las empresas generalmente en contra y a costas de las instituciones del Estado y la sociedad, caso emblemático y de actualidad el de la empresa brasileña Odebrecht.

La presencia habitual de casos de corrupción política y económica en El Salvador nos lleva a concluir que aquí la corrupción es un mal sistémico, generado por una crisis moral y de valores generalizada: el triunfo del consumismo, del materialismo, del individualismo, producto de la exclusividad del beneficio propio, de la racionalidad económica y de la salvaje competitividad. Pero ¿qué produce este mal sistémico? ¿El deterioro de los valores individuales o los del colectivo?

La revista *Forbes*, en su edición de enero 2016, relata cómo Singapur fue declarado el país menos corrupto del continente asiático. Transparencia Internacional (2016) posiciona a Singapur como el octavo país menos corrupto del mundo; en el 2010 fue evaluado como la economía más

limpia del mundo. El índice del Foro Económico Mundial en competitividad evalúa a Singapur como la segunda mejor economía para hacer negocios. Lee Kuan Yew llegó al poder en 1967, instituyendo programas de crecimiento económico, apoyo para emprendedores y limitaciones a la burocracia interna, menos regulaciones; pero más importante: un serio, riguroso y estricto programa anticorrupción, con severas penas por cualquier infracción sin importar el monto involucrado.

Los componentes más importantes son: campaña mediática constante enfatizando que la corrupción no paga; publicación de todos los casos de corrupción, desde aceptar una taza de café hasta fraudes millonarios; la eficiencia estatal es tal que dádivas no son necesarias para agilizar trámites. Singapur demuestra que la corrupción no es inherente ni en el individuo ni en el colectivo, se puede prevenir y combatir; los ingredientes esenciales son la voluntad del colectivo y la formación del individuo.

Relax

Lugares con encanto natural

Te invitamos a conocer más El Salvador con estos destinos turísticos cortesía de la Cámara Salvadoreña de Turismo y Green Bluered.

El Boquerón

Este es un extraordinario cráter ubicado en el volcán San Salvador (Ilamatepeque o El Jabalí), que ha estado dormido por casi cien años. La última vez que hizo erupción fue en 1917 y destruyó parte de la ciudad.

Una vez se alcanza la cúspide, la altitud puede rondar los 1.700 metros sobre el nivel del mar, lo que permite disfrutar de una temperatura entre los 15 y 23 °C. El Boquerón es un ícono de la ciudad de San Salvador. Los lugareños le dieron este nombre, ya que su cráter se asemeja una

boca muy grande. La lava petrificada aún puede apreciarse en algunas áreas fuera de la ciudad capital, como El Playón, ubicada en autopista a Quezaltepeque, en la que se ubica el Autódromo El Jabalí y un tesoro natural que quizás muy pocos conocen: la reserva natural La Argentina, que alimenta las principales cuencas hídricas de San Salvador.

Puedes desayunarte, almorzar o cenar en los alrededores de El Boquerón, dado que en la zona existe diversidad de restaurantes, para todos los gustos.

Actividades que puedes realizar en este destino

- Avistamiento de flora, fauna y aves
- Senderismo

Distancia

Desde San Salvador: 25 minutos, aproximadamente.

Bahía de Jiquilisco

La bahía de Jiquilisco tiene una superficie de 637 km² y 50 km de costa. Ha sido declarada reserva de biosfera por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. Este hermoso lugar tiene bosques de manglares, estuarios, playas, 27 islas de diferentes tamaños, lagunas de agua dulce y bosques inundados estacionalmente.

Un dato interesante: en los años 60 y 70, Hacienda “La Carrera” —que es parte de la Bahía de Jiquilisco— contaba con un zoológico protegido, infelizmente, después de la reforma agraria de finales de los años 70, muchos animales fueron matados o vendidos. A pesar de esto, la comunidad de monos araña fue capaz de sobrevivir. Hoy en día, gran parte de Hacienda La Carrera ha sido recomprada especialmente para uso agrícola, pero un gran énfasis está siendo puesto en la protección de áreas naturales. Como resultado, la vida silvestre nativa en la zona ha regresado de forma impresionante.

La bahía de Jiquilisco representa un punto de tránsito de, al menos, 87 especies de aves migratorias. Los manglares costeros y los estuarios ayudan a reducir la vulnerabilidad de las comunidades locales y protegen las tierras agrícolas de experimentar desastres naturales como las inundaciones; ayudan a estabilizar el clima local y sirven de vivero y refugio para una alta diversidad de especies ecológicas de gran importancia.

Este es el hogar de una gran variedad de fauna, incluyendo la tortuga de mar. Se estima que solo quedan 500 hembras de esta especie en toda la región del Pacífico oriental; y la bahía de Jiquilisco es su área de anidación más grande.

Actividades que puedes realizar en este destino

- Avistamiento de tortugas y monos araña
- Actividades acuáticas como paseos en barco, lancha y kayaks
- Visita de plantaciones de cacao, caña de azúcar y cocos

Distancia

Desde San Salvador: 110 kilómetros; 2 horas de viaje, aproximadamente.

Agenda cultural



TEATRO

Los de allá (comedia)

Producción: Gala Theatre

Dirección: Quique Avilés

La presentación se realizará el viernes 21 de abril a las 8:00 p.m., y los boletos pueden encontrarse en el teatro con precios de \$5.00 y \$3.00. Clasificación para mayores de 15 años.

Baby boom en el paraíso

De Ana Istarú (comedia)

Producción: Teatro Luis Poma

Dirección: Roberto Salomón

Las presentaciones se realizarán del 11 al 14 de mayo en los horarios de jueves y viernes a las 8:00 pm, sábado 5:00 y 8:00 p.m. y domingo 5:00 p.m. Los boletos están a la venta en el teatro Luis Poma con un costo de \$5.00 entrada general y \$3.00 estudiantes con carné. Clasificación para mayores de 15 años.

De Bárbara Colio (drama)

Producción: La Traka Teatro

Dirección: Arnoldo Ramos

Las presentaciones se llevarán a cabo del 18 al 21 de mayo en los horarios de jueves y viernes a las 8:00 pm, sábado 5:00 y 8:00 pm y domingo a las 5:00 pm. Los boletos tienen un costo de \$5.00 por la entrada general y \$3.00 para estudiantes con carné. Clasificación para mayores de 15 años.

Sueño de robot (ciencia ficción)

De Isaac Asimov

Producción: Deus Ex Machina

Dirección: Óscar Suncín

Las presentaciones se realizarán del 25 al 28 de mayo en el Teatro Luis Poma en los horarios de jueves y viernes a las 8:00 pm, sábado 5:00 y 8:00 pm y domingo a las 5:00 pm. Los boletos están a la venta en el teatro con un costo de \$5.00 entrada general y \$3.00 para estudiantes con carné. Clasificación para mayores de 15 años.

DANZA

Renovo/smooth rhythm

Producción: Gema Dance

Dirección: Gerardo Osorio

Las presentaciones se realizaran el sábado 1 de abril de 2017 en los horarios de 5:00 pm y 8:00pm. Los boletos estarán a la venta en el teatro, con precios se \$5.00 general y \$3.00 estudiantes con carné.

Vivart (danza)

Producción: Vivra Studio

Dirección: María Lara de Escobar

Las presentaciones se realizaran el domingo 2 de abril en sus dos funciones: 10:00 am y 5:00 pm. Los boletos están a la venta en el teatro Luis Poma con precios de \$5.00 y \$3.00. Clasificación para toda la familia.

LIBROS

Feria del libro de arte y literatura 2017

Fechas: 27, 28 y 29 de abril

Lugar: Museo de Arte de El Salvador

Horario: de 10:00 a.m. a 6:00 p.m.

La red social

Hablando de emprendimientos e ideas innovadoras, La red social relata los orígenes de Facebook, que a diciembre de 2016 reportaba 1.86 billones de usuarios activos por mes¹ e ingresos por 27.638 millones de dólares (Form 10-K anual report).

Claudia Meyer
Mercadóloga
Miembro de la Asociación Salvadoreña de Cine y Televisión



Basada en hechos reales, la película nos relata que la idea original provino de las aulas universitarias. La película, basada en el libro *Multimillonarios por accidente*, de Ben Mezrich, nos sitúa en bares y aulas, en conversaciones de pasillo y habitaciones, con un Mark Zuckerberg obsesivo, arrogante, débil en sus relaciones sociales, pero que tiene una idea brillante. Todo lo desencadena un “experimento” para “calificar” a las chicas de la universidad; sería un sitio donde poder comentar y dejar opiniones al respecto. Ante el éxito y “viralización” del sitio, unos hermanos gemelos se acercan a Zuckerberg con una idea parecida pidiéndole apoyo para desarrollarla.



Ficha técnica
Fuente: imdb.com

- Género: drama
- Duración: 120 min.
- Año: 2010
- Dirección: David Fincher
- Guión: Aaron Sorkin (adaptación para pantalla), Ben Mezrich (libro)
- Elenco: Jesse Eisenberg, Andre Garfield, Justin Timberlake
- País: Estados Unidos
- Idioma: inglés

¹ <http://newsroom.fb.com/company-info/>

Y aquí viene el escabroso terreno de las ideas, su originalidad, propiedad, reconocimiento: la película nos lleva hasta las cotas legales que alcanzó una idea con proyección de alcanzar los réditos actuales; pero que la duda era de quién fue la idea original. De lo novedoso y su puesta en práctica nos lleva a los vericuetos de la propiedad intelectual: cómo los emprendimientos y las nuevas ideas necesitan y requieren siempre del resguardo, tanto para su ejecución como para activar su rentabilidad.

¿Otros ingredientes de esta receta exitosa según la película? Negocios son negocios, y todo lo que no sea negocios es descartable. En el camino, Zuckerberg va sacrificando amistades y parte de su equipo de trabajo, porque no rinden lo esperado o porque reclaman un reconocimiento y parte en la creación que él estima que no les pertenece. De esta forma la película también incorpora los matices para reflexionar sobre las dinámicas emprendedoras y las relaciones interpersonales, y para saber cómo llevar o deslindarse de relaciones y sentimientos como la amistad, la fidelidad, la lealtad y la ética. La película en ese sentido no es aleccionadora, no juzga, solo muestra comportamientos humanos sin inclinar la balanza hacia si fueron buenos o malos, siendo esta una de las grandes virtudes del guion: podemos no estar de acuerdo con muchas de las actitudes del personaje principal, pero no por ello vamos a tildarlo de malo o de falto de brillantez, al contrario, nos presenta un caleidoscopio de actitudes.

Si bien trata sobre los orígenes de la red social, la película se vuelve un espejo de pasiones y relaciones. Al final es una mente humana la que pone en marcha los emprendimientos: una reflexión crítica sobre los alcances y consecuencias de nuestro comportamiento donde, parafraseando a Mafalda, es difícil lidiar con todo lo bueno que tiene lo malo, y viceversa.

NO HACES
500 MILLONES DE
AMIGOS
SIN GANARTE
ALGUNOS
ENEMIGOS

UNA PELÍCULA DE DAVID FINCHER

la red social

COLUMBIA PICTURES PRESENTA EN ASOCIACIÓN CON RELATIVITY MEDIA
UNA PRODUCCIÓN DE SCOTT RUDIN / MICHAEL DE LUCA / TRIGGER STREET
"LA RED SOCIAL"

JESSE EISENBERG ANDREW GARFIELD JUSTIN TIMBERLAKE ARMIE HAMMER MAX MINGHELLA
MÚSICA DE TRENT REZTOR & ATTICUS ROSS DISEÑO DE VESTUARIO JACQUELINE WEST MONEDAJEROS ANGUS WALL A.C.E. KIRK BAXTER
DISEÑO DE PRODUCCIÓN DONALD GRAHAM BURT DIRECTOR DE FOTOGRAFÍA JEFF CRONENWETH, A.S.C.
PRODUCCIÓN EJECUTIVA KEVIN SPACEY BASADA EN EL LIBRO "MULTIMILLONARIOS POR ACCIDENTE" DE BEN MEZRICH GUION DE AARON SORKIN
PRODUCEDA POR SCOTT RUDIN DANA BRUNETTI MICHAEL DE LUCA CEÁN CHAFFIN
DIRIGIDA POR DAVID FINCHER

www.LaRedSocial-LaPelícula.com

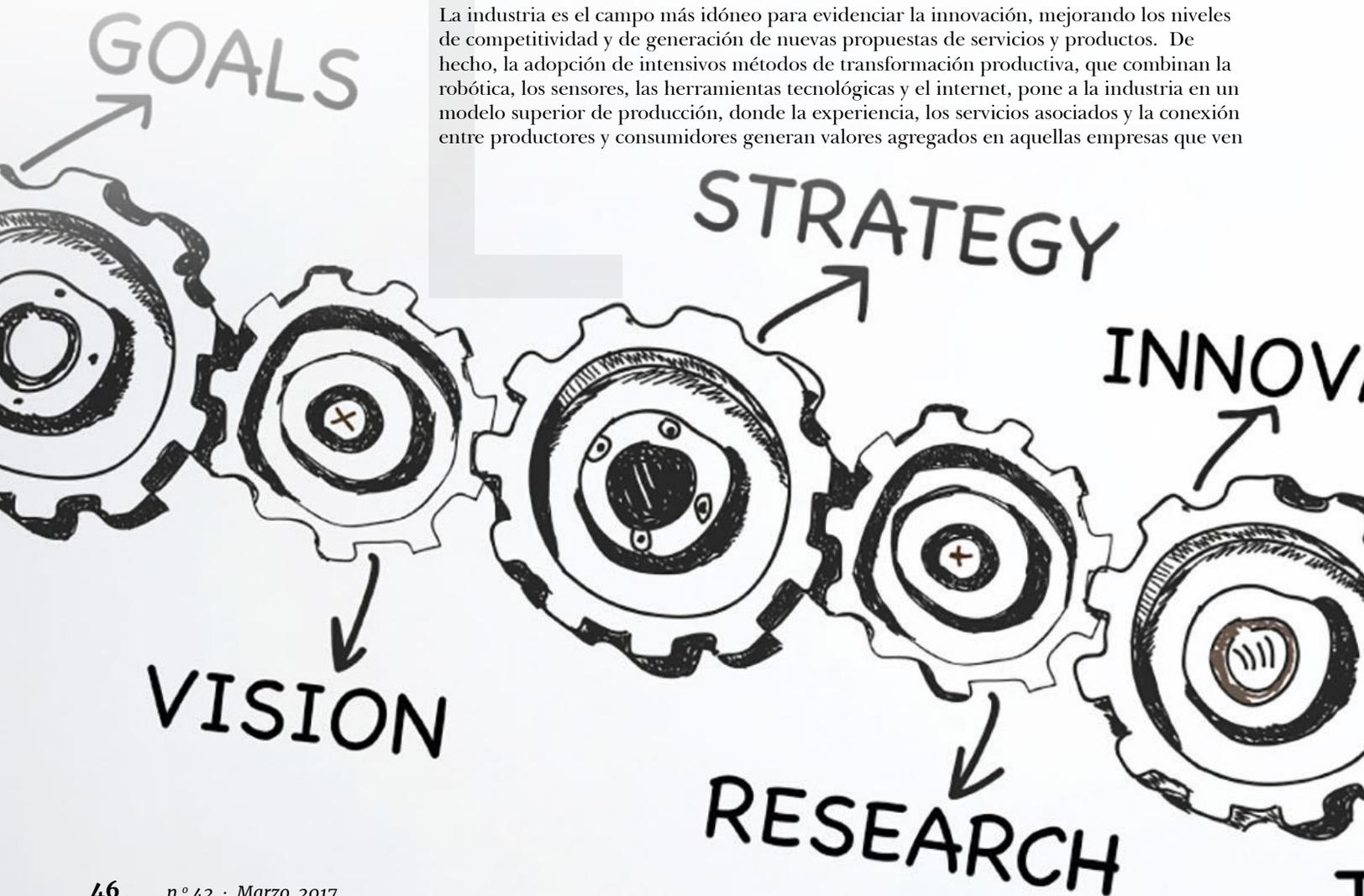
COLUMBIA PICTURES SONY
SOUNDTRACK ON NUSS
FOCUS FEATURES KTS

Industria 4.0: la tecnología al servicio de la industria

A lo largo de la historia de la humanidad, hemos evolucionado con base en herramientas que, sin duda, han cambiado la forma en que vivimos y producimos las cosas.

Iris Palma
Embajadora de Open Knowledge International en El Salvador

La industria es el campo más idóneo para evidenciar la innovación, mejorando los niveles de competitividad y de generación de nuevas propuestas de servicios y productos. De hecho, la adopción de intensivos métodos de transformación productiva, que combinan la robótica, los sensores, las herramientas tecnológicas y el internet, pone a la industria en un modelo superior de producción, donde la experiencia, los servicios asociados y la conexión entre productores y consumidores generan valores agregados en aquellas empresas que ven



en esta nueva “revolución industrial” una oportunidad para innovar a través de herramientas tecnológicas.

Existen al menos tres características de esta revolución: 1) el alcance de las tecnologías va más allá de sistemas, integrándose de forma casi natural con dispositivos, sensores y medios para generar experiencias continuas entre productores y consumidores, 2) la información y los datos retoman y potencian su importancia como ventaja competitiva empresarial y 3) hablamos de cambios organizativos profundos y estructurales, es decir, que esta “cuarta revolución industrial” nos invita a hacer cambios en el modelo de negocios que pongan la inteligencia colectiva y las herramientas al servicio de una producción más eficiente, ágil e integral.

Sin duda, el internet de las cosas es el mecanismo tecnológico sobre el que descansa el paradigma de la industria 4.0, y algunas tendencias que marcan esta nueva revolución industrial son las siguientes:

- **El poder de los datos.** Identificar patrones, dependencias, flujos y predicciones a través del análisis, mine-

ría y visualización de datos del mercado y de la propia gestión empresarial es una ventaja que puede cambiar el posicionamiento de una empresa frente a su competencia.

- **La realidad aumentada y simulaciones.** Ofrecer a los trabajadores información en tiempo real y simulaciones sobre procesos productivos, optimizar ajustes de máquinas, y el diseño y control de nuevos productos de forma colaborativa.
- **Sistemas ciberfísicos e internet de las cosas.** Potenciar las ventajas de



los dispositivos que integran capacidades de procesos, almacenamiento y comunicación para el control de procesos físicos gracias a poner internet en las cosas, y que las cosas trabajen de forma conectada para ofrecer mayores insumos para la toma de decisiones.

Con todo esto, serán las industrias más automatizadas, integradas e innovadoras las que marquen los nuevos estándares de calidad y competitividad en el mercado. El uso de máquinas, internet y conexiones reduce la incertidumbre del futuro, ya que, sin duda, es para lo que nos hemos estado preparando.





Edimburgo,

una ciudad con encanto

Edimburgo, capital de Escocia, es una de las ciudades más bonitas de Europa. Ofrece numerosos recorridos históricos y culturales donde podrás aprender cómo se fabrica el whisky y conocer cómo era la vida de los escoceses en la Edad Media.

Corporación Turística Amate
carmen.ortiz@grupoamate.com.sv
2510-7633

Qué ver en Edimburgo

Si visitas Edimburgo, algunos de los lugares que te recomendamos conocer son: la Royal Mile, que es la calle más importante de la ciudad, que conecta el Castillo de Edimburgo con el Palacio de Holyroodhouse; y este castillo, que se encuentra sobre la colina de Castle Hill; uno de los lugares más emblemáticos y visitados de la ciudad, que por su ubicación ofrece una de las mejores vistas desde la altura de la colina. Dentro de él puedes ver el “cañón de la una en punto”, el cual es disparado

por un general de artillería y es una tradición que puede ser vista todos los días puntualmente a la una de la tarde, excepto los domingos, el Viernes Santo y Navidad.*

Además, dentro del castillo se puede visitar la Capilla de Santa Margarita, que es el edificio más antiguo de Edimburgo. Puedes visitar también Honours of Scotland, que está compuesta por la Corona, la Espada del Estado y el Cetro, que datan de los siglos XV y XVI, lo que las convierte en unas de las Joyas de la Corona más antiguas de Europa. Otro de los atractivos dentro del castillo es el Memorial Nacional de la Guerra de Escocia.

Después de visitar el Castillo de Edimburgo, puedes caminar por toda la Royal Mile hasta llegar al palacio de Holyroodhouse, el cual es la residencia oficial de la reina de Inglaterra en Escocia; tiene una hermosa decoración barroca, y podrás observar sus grandes salones ceremoniales, que actualmente son ocupados para eventos especiales. No hay que dejar de visitar este palacio todavía conserva muchos secretos e historias.



Otros lugares de interés que visitar en Edimburgo son los siguientes: la catedral de Saint Giles, que está en la Royal Mile, entre el Castillo y el Palacio de Holyroodhouse.

Monumento a Scott

Fue construido en honor al escritor escocés sir Walter Scott; tiene un estilo gótico y está ubicado en Princes Street.

Greyfriars Bobby

Es un monumento en honor a la fidelidad de un perro, el cual estuvo junto a la tumba de su amo durante 14 años.

The Scotch Whisky Experience

En este museo se puede aprender cómo es el proceso de elaboración del *whisky* y a diferenciar los tipos de bebidas que existen, finalizando el recorrido con una catadura de la famosa bebida.

Mary King's Close

Es uno de los callejones más famosos que se encuentran debajo de la ciudad vieja, en la Royal Mile. Este se mantuvo

cerrado y clausurado por varios años; después fue abierto para todo el público. Puedes recorrerlo y conocer las historias que habitan entre sus paredes sobre todas las víctimas de las plagas y los fantasmas de leyendas escocesas.

Calton Hill

Está ubicado en una de las colinas de la ciudad, es parte de la ciudad nueva de Edimburgo. En esta colina hay algunos monumentos, por lo que es considerada como la "Atenas del Norte". Vale la pena subir a la colina, ya que en ella se observan vistas maravillosas de la ciudad.

Victoria Street

La calle más vistosa de Edimburgo se destaca por la variedad de sus colores, que contrastan con los grises barrocos de sus calles; es una de las más pintorescas, en ella encontrarás restaurantes y tiendas.

Viajar a Edimburgo es poder conocer una de las ciudades que está considerada como patrimonio cultural de la humanidad por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, por su centro histórico y calles medievales.



Una opción para vestir de LUHO

LUHO El Salvador tiene a disposición una variedad de trajes formales, diseñados por algunas de las mejores marcas del mundo, para que sus clientes luzcan elegantes en cada ocasión.

Walter Alas
Redacción enlaces
Estudiante Comunicaciones Utec

The Luxury House (LUHO) es una tienda especializada en ropa para caballeros, que ofrece ropa casual y formal de marcas internacionales como Ted Kaber, Hackett London, Façonnable, Polo Ralph Laurent, Perry Ellis y DKNY, confeccionada con telas de alta calidad, para ejecutivos que desean verse impecables.

Entre las opciones de ropa para ejecutivos están los trajes Perry Ellis, que incluyen camisa y corbata; trajes DKNY de excelente factura y con cortes modernos; trajes de la marca inglesa Hackett y Ted Baker, cien por ciento de lana. El costo de las prendas oscila entre 250 y mil dólares, dependiendo la marca seleccionada.



Para Valentina Escobar, *brand manager* de LUHO, los estilos que más buscan los clientes son los clásicos; el color negro es el más vendido. “También hay clientes que prefieren tendencias vanguardistas y optan por colores vino o azul, que son estilos más europeos” —añade.

Una de las recomendaciones que hace Escobar, para los ejecutivos, a la hora de vestir bien, es usar un traje formal con camisa y corbata; pero también pueden agregarle un toque de su personalidad, ya sea con un poco de color en los accesorios, la corbata, el pañuelo o, incluso, en los calcetines —menciona.

Otras de las opciones que ofrece LUHO a sus clientes es la ropa casual. Pueden encontrar una variedad de estilos de pantalones, camisas, calzado, trajes de baño, “ideal para el caballero que desea lucir un *look* clásico o un estilo más ‘fashionista’” —detalla Escobar.



Para más información, puede llamar al 2519-6001 o visitar la tienda, de 9:00 a.m. 7:00 p.m., en calle La Mascota, 979, a la altura del semáforo que conecta con la Av. Jerusalén, o puede buscarlos en Facebook como LUHO El Salvador.

Si lo que está buscando es innovar, le sugerimos que lea los siguientes libros.

Título: **¡Crear o morir!**

Autor: **Andrés Oppenheimer**

Costo aproximado en el país: **\$21.00**

Cuando Oppenheimer decide escribir este libro visita los principales polos de innovación, entre ellos Silicon Valley. Su objetivo: identificar qué distingue a las personas innovadoras de otras.

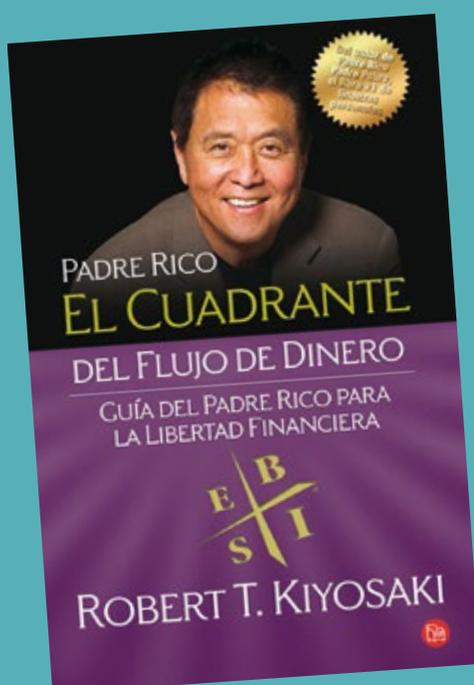
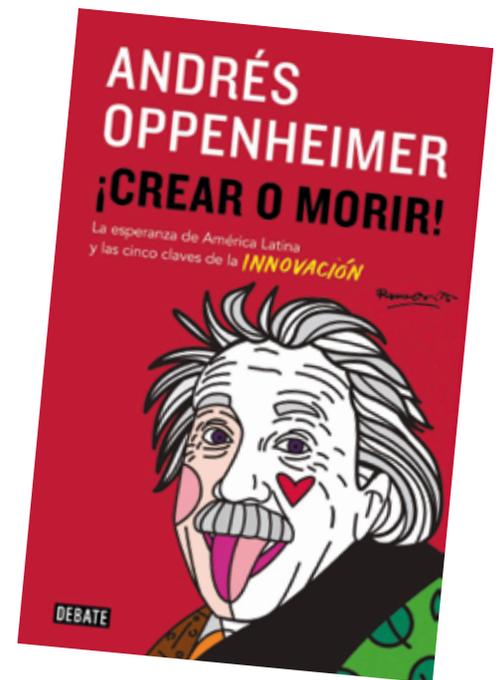
Con un sorprendente optimismo sobre el futuro de América Latina, el autor revela en su obra las claves del éxito en el siglo XXI, en que la innovación y la creatividad son los pilares del progreso.

¿Qué debemos hacer como personas y países para avanzar en la economía de la innovación? ¿Qué debemos hacer para producir innovadores de talla mundial, como Steve Jobs? Para averiguarlo, Oppenheimer —el periodista latinoamericano más galardonado a escala internacional—

explora los secretos de las brillantes trayectorias de varios innovadores en la actualidad.

Entre otros, analiza casos como el de Pep Guardiola, el entrenador de fútbol que llevó al club Barcelona a su época más gloriosa; el del chef Gastón Acurio, quien convirtió la comida peruana en un motor de crecimiento económico; el del estadounidense Bre Pettis, un exprofesor que está revolucionando la industria de las impresoras 3D; y el de sir Richard Branson, el magnate británico que está creando una industria de turismo espacial.

A partir de esas historias de vida excepcionales, con su lucidez y amabilidad habitual, Oppenheimer extrae conclusiones concretas para ayudarnos a despertar nuestra creatividad.



Título: **El cuadrante del flujo de dinero**

Autor: **Robert Kiyosaki**

Valor aproximado en el país: **\$20.00**

Padre Rico. El cuadrante del flujo de dinero nos revela por qué algunas personas trabajan menos, ganan más, pagan menos impuestos y se sienten más seguras financieramente. La respuesta es sencilla: se trata de saber en qué sección del cuadrante trabajaremos y cuándo lo haremos. El texto constituye —como consta en la cubierta— una guía del padre rico para la libertad financiera; es un mapa confiable para determinar el camino al éxito.

Ha sido escrito para todas aquellas personas que no desean seguir atados a la seguridad laboral; para las personas que están listas para realizar cambios trascendentales en el mundo en el que vivimos, donde la información es indispensable para conquistar la libertad financiera.

Educación que trasciende

Una apuesta por la formación integral

-  **Calidad académica**
-  **Liderazgo en educación virtual**
-  **Amplia oferta académica**
-  **Horarios flexibles**
-  **Carreras bilingües**
-  **Formación por competencias**
-  **Formación en valores**
-  **Alianzas académicas internacionales**
-  **Acreditaciones nacionales e internacionales**
-  **Investigación pertinente**

Tenemos una visión integral de la educación, y más que transmisores de conocimientos, somos un impacto que trasciende.



www.utec.edu.sv

Centro de llamadas: 2275-8888
Maestrías: 2275-2700



U N I M P A C T O Q U E T R A S C I E N D E

**Universidad Tecnológica
de El Salvador**

