EKA

LA REVISTA EMPRESARIAL

Bioland: nació "contracorriente"

Asembis: volumen a bajo costo

Bienvenido a los fondos de inversión

La faceta de empresaria

Jennifer Lang abogada graduada en Harvard, descubrió poco a poco una de sus más grandes pasiones: el diseño.

MECO: mirada en la expansión

No. 345
Agosto - Setiembre 2016
/ Revista EKA

CORREOS DE COSTA RICA
PORTE PAGADO
PORTE PAYÉ
PERMISO Nº 130

Barceló San José

San José | Costa Rica

Deje que sus sentidos exploren los 4 magníficos ambientes que ofrece el hotel Barceló San José, disfrutando todos sus momentos con la mejor oferta gastronómica y de diversión.

Restaurante Ánfora

¿Desayuno, almuerzo o cena? Nuestra terraza lo espera las 24 horas, con el más variado buffet y cocina internacional a la carta, para satisfacer todos los gustos.

Horario
Desayuno buffet de 5:00 a 10.30 a.m.
Almuerzo de 12:00 m.d. a 3:00 p.m.
Cena de 6:30 a 10:30 p.m.

Restaurante Miyako

Un exótico menú de cocina japonesa le espera en este rincón oriental, donde también podrá encontrar un paraíso de sushi, tempura, platos al estilo teppanyaki y sashimi.

Horario
Lunes a sábado, de 6:00 a 11:00 p.m.
Domingo cerrado

Rancho Grill

Junto a la piscina, refresque sus sentidos y su paladar con el mejor corte a la parrilla recomendado por nuestro chef; o si lo prefiere, pollo, pescado y mariscos con el gusto que le dan nuestros expertos parrilleros.

Horario
Invierno: Lunes a domingo, de 9:00 a.m. a 5:00 p.m.
Verano: Lunes a domingo, de 9:00 a.m. a 7:00 p.m.

El Bosque Bar

Disfrute las mejores bebidas nacionales e internacionales, deliciosos bocadillos, noches de baile con música en vivo de lunes a sábado y otras promociones variadas.

Horario
Viernes y sábado, de 9:00 a.m. a 1:00 a.m.
Domingo a jueves, de 9:00 a.m. a 12:30 m.n.

Tel. 2220-2034 Ext.791 ▪ sanjosepalacio@barcelo.com

Barcelo.com

800-227-2356

Barceló
HOTELS & RESORTS

El descontento en el trabajo llevó a Ingrid Roldán a entrar en la faceta de empresaria como propietaria de Berú, un salón de belleza con horario extendido.

CONTENIDO

GASTRONO-MIA

05 Recomendación gastronómica: Restaurantes cerca de La Sabana.

EN ACCIÓN

06 VERITAS levantará un Centro de Diseño Sostenible y Conservación en Guanacaste.

06 AVIANCA lanza plataforma digital para viajeros en condición de discapacidad

07 Eaton planea abrir espacio a unos 10 colaboradores con discapacidad.

07 Franquicia nacional Crepissima inauguró su quinto local.

08 The Westin Golf, Resort & Spa, Playa Conchal es el primer hotel Carbono Positivo.

08 Primero con certificación Rainforest Alliance Verified.

09 Britt abre cafetería en Letonia.

10 Microsoft es la marca B2B más valiosa.

10 Grupo LALA entra en el negocio de lácteos de Costa Rica.

12 SAN JOSÉ BUSINESS SHOW

Especial Fondos Inversión

14 Bienvenido al mundo de los fondos de inversión.

15 Oportunidad para pequeños inversionistas

18 INS SAFI: nuestras opciones de inversión ofrecen muchos beneficios a los inversionistas.

20 Ranking por orden de moneda las emisiones se manejan mayoritariamente en dólares, colones, UDES, real brasileño, euro y peso colombiano.

21 Optimice sus metas.

22 Ranking de Fondos de Inversión.

IDEAS, GENTE Y EMPRESAS

24 Mujeres empresarias

26 Jennifer Lang, de abogada graduada en Harvard a empresaria.

28 Ingrid Roldán y su faceta de empresaria.

30 Rebeca Villalobos, fundadora Asembis.

Especial Leasing

32 El leasing sigue tomando fuerza como herramientas para crecer.

SOCIOS COMERCIALES

35 TOYS: El juego de ser visionario

36 MECO: Con la mirada en la expansión

37 Bioland: La empresa que nació "contracorriente"

38 PORTAFOLIO

NUESTROS PUNTOS DE DISTRIBUCIÓN

Encuentre ejemplares de EKA en:

Sucríbase en:

www.EKAenlinea.com

EDITORIAL

EKA
LA REVISTA EMPRESARIAL

PRESIDENTE
Karl Hempel Nanne
karl@ekaconsultores.com

DIRECTORA DE ARTE
Nuria Mesalles
nuria@ekaconsultores.com

DIRECTORA EVENTOS
Silvia Zúñiga
silvia@ekaconsultores.com

EDITORA
Yajaira Chung
yajaira@ekaconsultores.com

ASESORA COMERCIAL
Kim Morales
kim@ekaconsultores.com

DISEÑO / DIAGRAMACIÓN
Irania Salazar
irania@ekaconsultores.com

COLABORACIÓN
Diana Charpentier
Adriana Chaverri
Francisco Masís
Mariana Sáenz

FOTO DE PORTADA
Jennifer Lang

SUSCRIPCIONES
suscripciones@eka.net
Tel: (506) 4001-6724

Ingrese a www.ekaenlinea.com
y solicite la versión digital

EKA CONSULTORES INTERNACIONAL
Tel: (506) 4001-6722
Apartado 11406-1000
San José, Costa Rica

Facebook: Revista Eka

NOTAS EDITORIALES: Esta publicación no puede ser reproducida en todo ni en parte salvo autorización escrita de sus directores. Portafolio de inversiones, EKA, es una publicación privada, dirigida exclusivamente al destinatario. Los modelos y proyecciones expuestos en Portafolio de Inversiones corresponden exclusivamente a criterios de sus directores. EKA Consultores l. no se hará responsable de errores tipográficos de la fuente. Los lectores deberán evaluar por cuenta y riesgo propio la conveniencia o no del uso de esta información para la toma de decisiones. Las opiniones expuestas en los artículos o comentarios de esta publicación son de exclusiva responsabilidad de sus autores. Portafolio de Inversiones, EKA, es una publicación registrada internacionalmente.

Yajaira Chung
Editora
yajaira@
ekaconsultores.com

El poder de llevar a un cliente de la miseria a la gloria

Hace un año que Mark Danton originario de Boston Massachusett y su esposa abrieron Gabriella's, un espacio especializado en Mariscos. Gabriella es el nombre de su hija. Ni Mark ni su esposa tiene estudios formales en gastronomía, ni experiencia previa en el negocio de restaurantes.

A un año de abrir sus puertas Gabriella's es el restaurante número 5 de todos los restaurantes de Costa Rica según TripAdvisor. Así que le pregunté a Mark ¿cuál es el secreto para tener un concepto gastronómico exitoso?

¨Cada vez que alguien viene a mi restaurante tengo la oportunidad de tocar su vida y con esto quiero decir que puedo hacer la vida de un cliente miserable o puedo llevarlo a la gloria. Así que cada vez que alguien entra por esa puerta el personal de Gabriella's está consciente de que tenemos el reto de hacer a ese cliente experimentar la gloria¨ comentó Mark.

En Gabriella's todo se trata de la experiencia, pero no solo la experiencia de sabores de sus platillos sino de la experiencia desde que se cruza la puerta. El personal es amable de forma natural, está pendiente sin acechar, no toma órdenes sino que conversa con los clientes, recomienda con honestidad y transmite una vibra de calidez.

¿Cómo capacitan en Gabriella's al personal? Mark dice que la clave son empleados felices, todo empieza con el ejemplo, el trato de quien dirige al equipo es el primer instrumento de capacitación, acompañado claro de sesiones de trabajo para mejorar el servicio, para recomendar con criterio.

La experiencia es lo más importante, de acuerdo con Mark la gente recuerda no solo lo que comió, sino también lo que sintió. La gente que opina en TripAvisor los mueve una experiencia positiva o negativa.

¨Creo que un día estaré frente a Dios y él me dirá: Gracias Mark por hacer esas bruschettas tan increíbles y yo le diré: ¿Dios cuando cociné para tí? y él me dirá: cuándo hiciste bruschettas para tus clientes cocinaste para mí¨

Nuestra próxima edición Eka 346 Octubre-Noviembre

ESPECIAL COSTA RICA COMO DESTINO
La Costa Rica que nos falta por conocer. En este especial presentamos un recorrido por hotelería, destinos, ambientes y gastronomía de Costa Rica para presentar desde las opciones más icónicas hasta los destinos en tendencia.

ESPECIAL DE E-COMMERCE
Compras a un clic. Le mostraremos la evolución de las compras por internet y abrimos los ojos de los consumidores al mundo de posibilidades detrás de un clic.

• PARA ANUNCIARSE
Kim Morales, Asesora Comercial,
kim@ekaconsultores.com
Cel: (506) 8997-1965
Tel: (506) 4001-6725

Yajaira Chung, Editora
yajaira@ekaconsultores.com
Cel: (506) 7014-3609

• VEA EKA EN DIGITAL EN: WWW.EKAENLINEA.COM/DIGITAL

Recomendación gastronómica

Restaurantes cerca de la Sabana

Segundo Muelle

Gastronomía peruana
Propietario: Juan Pablo Montalvo
Gerente: Amelia Gutiérrez Blanco.
Segundo Muelle nace de la pasión de hacer negocios por un grupo de Jóvenes empresarios amantes de la gastronomía y encuentran la opción de traer la franquicia a Costa Rica después un riguroso estudio, donde se conoce que el tico es un cliente exigente que le gusta las opciones de comida internacional de calidad y Segundo Muelle lo cumple.

¿Cuál es el plato más vendido?
De acuerdo con Juan Pablo Montalvo dentro de los platillos más vendidos está el pescado a lo macho, los kakis (sushis), los ceviches de entrada y la bebida estrella la limonada con hierbabuena.

¿Qué los diferencia de los demás restaurantes?
La calidad de la materia prima, el servicio al cliente amigable y respetuoso.

Año de fundación: 2015

Aquí es

Carnes gastronomía argentina
Propietario: Mathías Aquino
Aquí es transporta al cliente a un rincón de Buenos Aires, promedio de una calidez en el ambiente, el tango y un paseo por la historia de argentina por medio de la decoración que fue traída de Buenos Aires.
Es un restaurante con fuerte pero han incluido una variedad de platillos vegetarianos

¿Cuál es el plato más vendido?
La carne y pastas caseras son el principal atractivo del restaurante. Entre los platillos más vendidos destacan las tiritas de asado, la entraña y el bife, la entrada más vendida es la empanada de carne dulce y en bebidas el vino argentino.

¿Qué los diferencia de los demás restaurantes?
El ambiente cálido y distendido, relajado, donde no hay etiquetas, donde se puede venir a conversar, donde se come excelente a precios muy razonables.
A mi me gusta que toda la gente pueda disfrutar de un buen asado, un churrasco a buenos precios.

Año de fundación: 2007

VERITAS levantará un Centro de Diseño Sostenible y Conservación en Guanacaste

La Universidad VERITAS creará un Centro de Diseño Sostenible y Conservación, que servirá para ofrecer capacitaciones e investigación en sitio, como parte de los cursos que se imparten en su Centro de Programas Internacionales (CPI).

Así lo dio a conocer la Dra. Alejandra Barahona, directora del CIP, quien explicó que un equipo de 3 arquitectos, una fotógrafa, una bióloga botánica, un biólogo con especialidad en vertebrados, un ingeniero forestal, una bióloga con especialidad en sostenibilidad, un diseñador de huertos y permacultura de la Universidad VERITAS visitarán "La Montañita" en Guanacaste, a 6 kilómetros de Liberia, con el fin de iniciar con la exploración del terreno que se está adquiriendo. En esta visita se definirán temas sobre infraestructura del Centro Bioclimático VERITAS, la distribución del huerto orgánico, reforestación con árboles endémicos, el área de apicultura, etc.

Agregó que ya entre octubre y noviembre se realizarán los primeros trabajos de siembra, tanto para el huerto, como para el jardín forestal. Esperamos que la obra gris del Centro Bioclimático VERITAS también inicie en esta época, comentó.

En el programa de ciencias sostenibles del CIP se imparten alrededor de 13 cursos, dentro de los cuales está el de biología de conservación y especies en peligro de extinción, impacto ambiental, sostenibilidad e introducción a la genética, entre otros.

El diseño del centro estuvo a cargo de los arquitectos Mike Smith y Alejandro Vallejo, ambos profesores de VERITAS y recientes ganadores del Premio de Construcción Sostenible de la Cámara Costarricense de la Construcción y el Gran Premio Bienal y con el Premio Bienal Nacional en la Bienal Internacional de Arquitectura Costa Rica 2016.

AVIANCA lanza plataforma digital para viajeros en condición de discapacidad

Alineados con las tendencias digitales mundiales, la aerolínea AVIANCA ofrece ahora una plataforma digital accesible para personas en condición de discapacidad.

Los viajeros con limitaciones visuales, auditivas, cognitivas y/o motoras, tienen la posibilidad de navegar en un sitio web perceptible, operable, robusto y comprensible. La web de Avianca ya es compatible con tecnologías asistenciales, como programas informáticos que sirven como medio de ayuda visual, sonora y/o cognitiva, ofreciendo diferentes vías para acceder a los contenidos online. Ahora se puede navegar el sitio a través de teclado, en adición al mouse.

Con la nueva experiencia digital se busca ofrecer a los viajeros la mejor tecnología disponible, brindando mayor confort y agilidad en la cadena de servicio de Avianca.

La nueva interfaz tiene además gráfica, contenidos y funcionalidades más sencillas. Pensando en las herramientas más utilizadas por los clientes para preparar su viaje, la aerolínea implementó mejoras en el proceso de compra online y web check in; lo que incluye íconos más amigables, contenido más claro y sencillo.

Con la renovación gráfica, los usuarios realizan sus compras en menos pasos y ven continuamente reflejado el estado de la operación, lo que permite conocer el costo paso a paso y no hasta el final, además de visualizar alertas de error cuando se ingresen datos incorrectos. Los clientes pueden acceder a la web en español, inglés y portugués, y adquirir sus tiquetes en la moneda del país emisor.

La web de Avianca ya es compatible con tecnologías asistenciales, como programas informáticos que sirven como medio de ayuda visual, sonora y/o cognitiva, ofreciendo diferentes vías para acceder a los contenidos online.

Eaton planea abrir espacio a unos 10 colaboradores con discapacidad

Contar con un mayor porcentaje de participación femenina en puestos de liderazgo dentro de la organización e incorporar personas con discapacidad, son dos de las acciones que impulsa Eaton Electrical en Costa Rica como parte de sus iniciativas en materia de Diversidad e Inclusión. Dentro de las políticas de la compañía también figura el respeto a la dignidad humana, como valor fundamental de los derechos humanos, y como un elemento clave para una buena cultura organizacional, que también se traduce en una mejor calidad de vida para las personas.

De acuerdo con el Ing. Ramiro Álvarez, Business Unit Management de Eaton Electrical, "el mundo corporativo es consciente que hay una tarea prioritaria que es empezar a incorporar a sus filas a parte de la población que no ha sido uno de los temas prioritarios. En nuestro caso, tenemos como premisa incorporar más población femenina en bandas salariales altas y en puestos de decisión, además de incorporar personas con discapacidad".

Eaton está trabajando en incorporar unos 10 colaboradores con discapacidad motora a su operación, actualmente la empresa le brinda oportunidad de empleo a población con discapacidad auditiva.

Según Guiselle Granados, gerente de Recursos Humanos para Centroamérica y El Caribe, un grupo de colaboradores de la compañía se graduaron en Lesco para incluir aún más esta población la cual está compuesta por tres personas sordas.

En Costa Rica, Eaton Electrical posee una planta de manufactura ubicada en Moravia desde donde se exporta a Centroamérica y El Caribe sus soluciones y productos.

La franquicia ofrece dos propuestas de inversión: la primera es tipo kiosco pequeño, que puede costar entre $60.000 y $70.000 aproximadamente. La segunda opción es establecerse en un local comercial más grande que oscilaría entre los $70.000 y $90.000. Estos valores, en ambos casos, incluyen el costo de la franquicia y mobiliario.

Franquicia nacional Crepissima inauguró su quinto local

La franquicia nacional especializada en crepes gourmet, inauguró oficialmente su quinto local en Costa Rica, esta vez en el centro comercial Terrazas de Lindora, ubicado en Santa Ana, que se suma a sus aperturas realizadas en Terramall, City Mall, Paseo de las Flores y más recientemente, Lincoln Plaza.

"Desde el lanzamiento de Terramall en enero de este año, se han generado 30 empleos directos y se ha realizado una inversión mayor a los $550.000. Esperamos para finales del 2016 aumentar a más de 100 puestos de trabajo con asociaciones estratégicas y franquicias", manifestó Gianfranco Piunno, propietario de Crepissima.

De igual manera, el propietario de la franquicia indicó, que en agosto se abrirá un sexto local en Multiplaza de Escazú. "Invertimos en Costa Rica por su ubicación geográfica, recursos humanos, calidad de vida y variedad de frutas de altísima calidad. Ya tenemos presencia en diferentes zonas en los pasillos de los mejores centros comerciales de Costa Rica y la idea es seguir expandiéndonos a nivel local. Aunque también se planea ubicar la franquicia en Panamá, República Dominicana, Honduras, Guatemala y Venezuela", reveló Piunno.

Primera franquicia en Costa Rica

Hace algunos meses Crepissima inició con el programa profesional de franquicias con el propósito de convertirse en una extensión de Costa Rica para el mundo. Es en este local de Terrazas de Lindora, donde después de un arduo trabajo y mucho esfuerzo, se ve consolidado el sueño de otorgar la primera franquicia nacional.

The Westin Golf, Resort & Spa, Playa Conchal es el primer hotel Carbono Positivo

Hotel The Westin Golf, Resort & Spa, Playa Conchal y el Campo de Golf Reserva Conchal se convirtió en el primer hotel y campo de golf de Latinoamérica en lograr un estado de Carbono Positivo, es decir, no solo reducen y compensan sus emisiones hasta lograr la carbono neutralidad, sino que adicionalmente suman una compensación adicional de emisiones del 25%, logrando un balance positivo.

El Hotel The Westin Golf, Resort & Spa, Playa Conchal es el primer hotel de playa en toda la región latinoamericana que operando bajo el sistema de todo incluido, logra alcanzar una condición de carbono positivo por su balance favorable de emisiones. Adicionalmente, es el primer hotel de la cadena hotelera Starwood Hotels & Resorts a nivel mundial en lograr esta distinción.

La certificación de Carbono Neutralidad extendida abarca todas las operaciones, servicios y amenidades brindadas por el hotel Westin Playa Conchal en sus instalaciones en Cabo Velas, Santa Cruz, Guanacaste, incluidos el spa y el campo de golf.

Helmuth Sauter, Director de Reserva Concha explica "La operación hotelera de Reserva Conchal, cuyo administrador es la cadena Starwood se alinea a nuestra estrategia de sostenibilidad basada en la triple utilidad es decir, buscamos generar valor en términos económicos, sociales y ambientales. El lograr ir más allá y ser el primer hotel Carbono Positivo nos llena de orgullo."

Primero con certificación Rainforest Alliance Verified

El Hotel Alta Las Palomas recibió la certificación Rainforest Alliance Verified, sello que se le entrega a las empresas de turismo que demuestran progreso en la disminución de su huella ambiental y apoyan a los trabajadores, las culturas locales y las comunidades que las rodean.

Además las empresas que son distinguidas con esta certificación , tienen que probar la protección de los ecosistemas cercanos , el uso racional de los recursos naturales , la mitigación del cambio climático y los beneficios para el desarrollo social y cultural de las comunidades circundantes, todo esto lo cumplió a cabalidad el hotel y por esto se le otorga la distinción.

El hotel, se unió al programa en el tercer trimestre del 2015 y fue auditado como miembro en abril de 2016. El hotel Alta es el segundo hotel en Costa Rica en ser acreditado con esta certificación y es el primero en el Valle Central. Con esto se une a un selecto grupo de hoteles y operadores de turismo en América Latina.

"Empezamos hace un año y revisamos todos nuestros procedimientos para lograr obtener la certificación. En muchas áreas hacíamos mucho para ser "verde" y sostenible. Cuando empezamos a ver todo en detalle nos dimos cuenta que había todavía mucho más que hacer. Por eso nos ligamos a la Rainforest Alliance para guiarnos (...)", señaló Frederic Spahr, director general del hotel.

Britt abre cafetería en Letonia

El café costarricense ya se disfruta en Letonia en Europa y la Isla de Sint Maarten en el Caribe pues en ambos países Britt abrió cafeterías que destacan tuestes de las zonas de producción más reconocidas de Costa Rica, que se fusionan en bebidas extraordinarias que deleitan a los visitantes.

Ambas cafeterías abrieron sus puertas con productos Britt 100% costarricenses en el presente año, desde los chocolates gourmet, las galletas y evidentemente el icónico café Britt. Estas cafeterías son operadas por socios comerciales de la compañía, quienes tienen años distribuyendo productos Britt en Letonia y Sint Maarten, respectivamente.

"Para Grupo Britt es un orgullo llevar lo mejor del café costarricense a países como Letonia y Sint Maarten con cafeterías que destacan la imagen Britt, esto se logra con un trabajo estratégico coordinado desde Costa Rica que se enfoca en realizar ventas por volumen en estos países y otros como Finlandia, Australia, Lituania, Canadá, Estados Unidos, entre otros, con resultados muy positivos y un crecimiento importante en el posicionamiento de la marca Britt por el mundo", destacó Pablo Vargas, CEO Grupo Britt.

A diferencia de los 13 países en los cuáles Grupo Britt tiene presencia física con las tiendas de regalos para turistas, Britt Shop, la relación comercial con países como Finlandia, Australia, Lituania, Bielorrusia o Canadá se ejecuta desde Costa Rica y se traduce en importantes metas corporativas, especialmente en el posicionamiento internacional de la marca y del café costarricense.

Autobanco BAC San José Escazú

Bank of America Delivery Center B4

Almacén Agroveterinario Dos Pinos Ciudad Quesada

BAC San José Metropolitano

los líderes se unen para desarrollar los grandes proyectos del país

FELICITAMOS A **MULTIFRÍO**, NUESTRO ALIADO EN PROYECTOS DE CLIMATIZACIÓN, POR SUS **20 AÑOS** SIENDO PARTE DEL DESARROLLO DEL PAÍS, BRINDANDO CONFORT A MILES DE PERSONAS A TRAVÉS DE UN SERVICIO DE CALIDAD, EN MÁS DE **25000 PROYECTOS** DE AIRE ACONDICIONADO.

raeingenieros.com rae@raeingenieros.com +506 2257 6924 RaeIngenieros

20 ANIVERSARIO MULTIFRIO Your ENERGY Partner

rae ingenieros 30 años EL ARTE DE CONSTRUIR

Microsoft es la marca B2B más valiosa

Microsoft es la marca más valiosa del mundo en la categoría de business to business, de acuerdo al sub-ranking de BrandZTM de las 20 marcas más valiosas de B2B a nivel global elaborado por primera vez por WPP y Millward Brown, en alianza con LinkedIn®. En el ranking de marcas globales de BrandZ Microsoft se encuentra en el lugar número 3, creció su valor 5% con respecto al año pasado para llegar a 122 mil millones de dólares, gracias a su sólido desempeño, particularmente en sus servicios en la nube y en sus sistemas operativos. El Top 20 de las marcas B2B tienen un valor combinado de $682 mil millones de dólares.

Huawei (no.11) creció 22% después de invertir fuertemente en innovación en nuevas tecnologías como redes definidas por software (SDN) o soluciones en la nube. Por otra parte, Accenture (no.7 +13%) se transformó de una compañía de outsourcing a una marca innovadora de tecnología digital que incluye servicios en la nube, móviles y analytics, ganando participación de mercado al mejorar su red de distribución global. SAP (no.6, +2%) mejoró su experiencia con el cliente con una oferta híbrida que combinaba mejoras en las instalaciones y en la nube ofreciendo un servicio que brinda apoyo a todo el flujo de trabajo de las compañías, en un momento cuando muchos competidores ofrecen un servicio basado en silos.

El análisis de los datos de BrandZ demuestra que las personas perciben a las marcas B2B como más responsables y mejores que las marcas B2C pero menos dinámicas, innovadoras y diferenciadas. Esto ha tenido un impacto en el valor.

En el ranking de marcas globales de BrandZ Microsoft se encuentra en el lugar número 3, creció su valor 5% con respecto al año pasado para llegar a 122 mil millones de dólares, gracias a su sólido desempeño, particularmente en sus servicios en la nube y en sus sistemas operativos.

Grupo LALA entra en el negocio de lácteos de Costa Rica

La corporación mexicana Grupo LALA, Florida Bebidas y Coopeleche anunciaron hoy un acuerdo de cooperación para desarrollar un nuevo esquema de negocios que fortalecerá el mercadeo de lácteos en Costa Rica. Bajo esta colaboración se combinan altos estándares de calidad y logística que no sólo brindarán nuevas opciones de lácteos y sus derivados al consumidor, sino que también apoyarán el desarrollo de los productores costarricenses afiliados a la Cooperativa Coopeleche.

El acuerdo establece que Grupo LALA, una empresa mexicana enfocada en la industria de alimentos saludables, adquiere la planta de lácteos ubicada en San Ramón de Alajuela, en la que producirá tanto su propia línea de productos LALA como la línea Mú! a través del abastecimiento proporcionado por los productores afiliados a Coopeleche, que seguirá brindando la leche fluida de alta calidad en los términos actuales. Con dicha iniciativa, Grupo LALA expande sus operaciones en Centroamérica.

Por su parte, Florida Bebidas S.A., mantendrá la comercialización y distribución de los productos de la marca Mú! en el territorio nacional y, adicionalmente, venderá y distribuirá los productos LALA en el canal tradicional.

Cabe resaltar que las tres organizaciones seguirán funcionando de manera independiente, buscando fortalecer la competitividad de los productores y la oferta al consumidor de productos lácteos de excelente calidad. Este acuerdo está sujeto a las condiciones de cierre y aprobaciones regulatorias correspondientes.

Grupo LALA, es una empresa mexicana enfocada en la industria de alimentos naturales y saludables, con más de 66 años de experiencia en la producción, innovación y comercialización de leche, derivados lácteos y bebidas. LALA opera 22 plantas de producción y 165 centros de distribución en México, Centroamérica y Estados Unidos, y cuenta con el apoyo de más de 33,000 colaboradores.

SJ

SAN JOSE BUSINESS SHOW

26 Y 27 DE OCTUBRE
CENTRO DE EVENTOS PEDREGAL

IDEAS, CONTACTOS Y NEGOCIOS **2016 - II Edición**

CONTÁCTENOS:

Diego Camacho: diego@ekaconsultores.com
karina Watson: karina@ekaconsultores.com

SanJoseBusinnessShow

Diego Camacho +(506) 4001-6739 • +(506) 8310-9828
Karina Watson +(506) 4001-6747 • +(506) 7014-3610

www.sanjosebusinessshow.com

ORGANIZA
EKA
LA REVISTA EMPRESARIAL

CHARLAS

Miércoles 26 de Octubre, 2016

Innovación y Emprendimiento en Costa Rica. Impacto en el desarrollo del país, situación actual y desafíos
Expositor: Carlos Mateo CEO de Sweet Well
Hora: 9:15 a.m a 10:15 a.m
Salón 1

La receta del éxito de La Divina Comida
Expositor: Marco Antonio Ganoza, Propietario La Divina Comida
Hora: 10:30 a.m a 11:30 a.m
Salón 1

Buenas prácticas para crear y mercadear una tienda online
Expositor: Alfredo Rojas, Director General Baum Digital
Hora: 11:45 a.m a 12:45 p.m
Salón 1

Todo lo que nunca le dijeron sobre el manejo de comunicación de su empresa
Expositores: Andrés Corrales y Enrique Rivas. Socios Pitch Media
Hora: 2:15 p.m a 3:15 p.m
Salón 1

No crea todo lo que escucha. Atentamente: Un Emprendedor.
Expositora: Tanya Leiva Gerente General de Neos Consultores
Hora: 10:15 a.m a 11:15 a.m
Salón 5

¿Cómo ordenar contablemente su negocio para obtener financiamiento?
Expositora: Michelle Goddard. CEO Finube
Hora: 3:15 p.m a 4:15 p.m
Salón 5

Franquicia Vs Sucursales, estrategias de crecimiento
Expositor: Guillermo Cerón. CEO Grupo Frontin 5.0
Hora: 10:45 a.m a 11:45 a.m
Salón 6

¿Por qué ocupamos jóvenes creando empresas?
Expositor: Mario Fonseca, Gerente Incoco Costa Rica
Hora: 3:45 p.m a 4:45 p.m
Salón 6

Jueves 27 de Octubre, 2016

Medición de estrategias de marketing con Google Analytics.
Expositor: Miweb
Hora: 2:15 p.m a 3:15 p.m
Salón 1

Slidebean: Los números detrás de un crecimiento anual de 450%
Expositor Caya, CEO de Slidebean
Hora: 3:30p.m a 4:30 p.m
Salón 1

IDEAS, CONTACTOS Y NEGOCIOS 2016 - II Edición

www.sanjosebusinessshow.com

¿Cómo crear una franquicia innovadora?
Expositor: Guillermo Cerón. CEO Grupo Frontin 5.0
Hora: 4:45 p.m a 5:45 p.m
Salón 1

Contabilidad y administración en la nube para gerentes no financieros
Expositora: Michelle Goddard. CEO Finube
Hora: 3:15 p.m a 4:15 p.m
Salón 5

Cifrado de datos y niveles de confianza en la web, ¿está usted preparado?
Expositor: Victor Alvarado Gerente de Tecnologías de Información/Socio Interhand
Hora: 4:30 p.m a 5:30 p.m
Salón 5

Los 6 reportes contables para que su negocio crezca más rápido
Expositor: Juan Laguna, Gerente de Operaciones Finube
Hora: 11:30 a.m a 12:30 p.m
Salón 2

Expectativas vs Realidades
Expositores: Daniel Phillips: Director Creativo Enrique Artinano: Gerente General Los Paleteros
Hora: 12:45 p.m a 1:45 p.m
Salón 2

Ser y desarrollar protagonistas implica una transformación personal
Expositor: Roberto Pérez. Director Ejecutivo Navega Training
Hora: 5:00 p.m a 6:00 p.m
Salón 6

Expositores II Edición

ORGANIZA
EKA
LA REVISTA EMPRESARIAL

SAN JOSE BUSINESS SHOW

Bienvenido al mundo de los fondos de inversión

Se ha preguntado qué método de ahorro le puede servir de manera más efectiva para ir seleccionando el dinero para el pago de la universidad de algún hijo, posiblemente desea realizar un viaje de entretenimiento en un mediano plazo o bien ha sentido inquietud por asegurar un capital para su retiro.

Por: Mariana Sáenz Mora

Los fondos de inversión permiten que su capital, el que disponga, entre en conjunto con otros capitales, todos de diferente rubro a competir en inversiones tanto de perfil público como privado, esto le beneficia pues al ser un grupo la ganancia de intereses y la rentabilidad se retribuye de manera proporcional y el crecimiento es sostenido.

Esto lo convierte en una herramienta de ahorro y generación de ingresos residuales muy interesante tanto a nivel personal como empresarial. En el plano personal la rentabilidad de los fondos puede ser la inversión en la educación de hijos, así como en otras inversiones. El panorama puede ser similar para un empresario, aquel que de manera consciente sabe que debe salvaguardar algún dinero para pago en un año plazo como aguinaldos, o bien sus metas de estrategia de negocio apuntan a una expansión de servicios a otro país o la incorporación de una nueva flotilla.

Pablo Montes de Oca, Presidente de la Cámara de Fondos de Inversión, explicó que "alrededor del mundo existen experiencias de fondos que invierten en diversos campos, como tecnología, infraestructura, energías renovables, bienes inmuebles, etc. Con aportes muy accesibles, las personas pueden derivar rendimientos al participar en proyectos de mucho valor agregado, dando también alternativas de inversión a los fondos de pensión, asociaciones solidaristas y cooperativas. Un elemento muy importante, es que estas figuras sirven de vehículo para que el mercado de valores cumpla un papel fundamental en la generación de riqueza del país, y a través de los Fondos de Inversión, el pequeño y mediano inversionista pueden también participar."

¿Cómo invertir en fondos de inversión?

Cuanto antes se comienza mayor es el potencial de crecimiento de la inversión, la obtención de rendimientos capitalizados le dará no solo una garantía para concretar metas en la vida personal, sino que además otorga tranquilidad y dinamismo a la economía de quien decide invertir.

Para entrar a definir los tipos de fondos de inversión debemos primero romper el mito de creer que para lograr se debe ser un individuo o empresa con grandísimos capitales. "Las personas conciben que para entrar en la participación de fondos de inversión se requiere de cierta cantidad alta de ingresos, lo cual no responde a la realidad, hay planes que permiten entrar a participar desde lo cien dólares o menos hasta sumas mayores", explica Mariela Alvarado, Gerente Senior de Inversiones y Depósitos de Scotiabank.

Una vez que se comprende esta realidad, el camino a invertir está más claro y será un hábito en cuestión de tiempo y disciplina. Antes se debe tener claro la cantidad real que se puede

Actualmente, existen 5 fondos de desarrollo inmobiliario con activos por US$180 millones. La figura no ha tenido un mayor protagonismo, dado que nació restringida a construcción inmobiliaria, y a su denominación como "oferta restringida", con lo cual sólo admitía aportes muy grandes, atrayendo por tanto sólo a inversionistas muy sofisticados.

Oportunidad para pequeños inversionistas

Una reciente normativa de SUGEVAL transforma los Fondos de Desarrollo Inmobiliarios, en Fondos de Desarrollo de Proyectos. La Cámara esperaría que, dada la novedad del reglamento, para finales del 2016 e inicios del 2017 ya aparezcan en oferta al público, los primeros prospectos de fondos de este tipo. Las personas interesadas pueden dar seguimiento al tema, a través de la página electrónica de la Sugeval o de la misma Cámara de Fondos de Inversión.

La nueva normativa permitiría a los fondos involucrarse en otros proyectos más allá de lo inmobiliario. Hasta este año la figura de fondos estaba restringida a construcción inmobiliaria.

Los proyectos también pueden nacer como un "encargo" de una entidad pública (por ejemplo, construir escuelas para el MEP, o clínicas para la CCSS), o bien de una empresa privada que desea comprar o alquilar oficinas con determinadas especificaciones. Dependiendo del modelo utilizado, en algunos casos se requiere de autorización de la Contraloría General de la República y las nuevas normas así lo contemplan.

Estos fondos, son del tipo cerrado, es decir, la persona adquiere participaciones del fondo, y con ello participa en el proyecto hasta su culminación, venta y distribución de ganancias entre todos; o bien, si el proyecto contempla seguir explotándolo (por ejemplo, peajes de una autopista), el ahorrante sigue formando parte de los rendimientos del mismo por tiempo indefinido. Si un inversionista desea salir del fondo, tiene la opción de tomar su participación en el fondo, y venderla en la bolsa de valores.

La nueva normativa permitiría que con aportes mínimos $1.000 o equivalentes, cualquier persona pueda invertir en la construcción de una carretera, un puerto, de un edificio de oficinas o uno para una entidad estatal, de un proyecto forestal o de energía eólica, por ejemplo.

invertir periódicamente, una vez esto inicia la labor de perfilamiento del cliente. Este perfilamiento permite definir no solo cuál plan de fondo de inversión se adecua más sino que contribuye a una trazabilidad clara para tranquilidad del inversor.

"Depende del objetivo que usted tenga como inversionista, así será el programa que más le convenga. Lo primero que hace un ejecutivo de Scotiabank es analizar el fin del dinero, muchas veces no tiene ni idea para qué finalidad quieren ahorra el dinero", dice Alvarado

Algunas veces el cliente en un mismo dinero quiere ahorrar para diversos objetivos, es ahí donde la guía es vital. Por ejemplo, si la persona habla que desea tener dinero disponible para cualquier emergencia entonces lo ideal es un fondo de liquidez, algo que puede retirar en cualquier momento pero que le genere mejor rendimiento que una cuenta de ahorro.

En el caso del perfilamiento -que deben aplicarlo todas las entidades financieras que ofrezcan fondos de inversión por orden de la Superintendencia General de Valores (SUGEVAL)– este permite que se detalle de manera más real los objetivos por los cuáles se desea invertir, el plazo que se piensa tener para hacer uso del dinero, los conocimientos en materia de inversión que tiene el ahorrante, su tolerancia a situaciones de presión en relación al valor de su capital, su estilo de vida actual, los ingresos y la probabilidad de que requiera en determinando momento retirar el dinero antes del plazo.

La transparencia que posee el producto, más la regulación y supervisión de SUGEVAL, son elementos preponderantes en el logro del objetivo de estos fondos, que es logra democratizar la economía del país, permitiendo que el costarricense "de a pié" pueda ostentar la propiedad de los activos más importantes del país.

No hay fórmulas mágicas

Bajo un esquema de preguntas que cada entidad desarrolla, el asesor financiero podrá visualizar de manera real y efectiva el perfil de su cliente y así poder ubicarle en el tipo de inversión que más le favorece.

"Este mecanismo ha sido una de las herramientas más acertadas impuestas en nuestro sistema, pues no solo sirvió de soporte y garantía para enfrentar crisis financieras como la del 2008, sino que además quien invierte sabrá a cabalidad si pertenece a un grupo de crecimiento moderado o agresivo, lo que elimina la incertidumbre, el peor enemigo del inversionista", explica Víctor Chacón, Director Ejecutivo de Cámara de Fondos de Inversión (CAFI).

El mercado, las entidades financieras y los asesores han logrado crear todo un sistema que les permite reconocer o predecir de manera continua el lugar, el tipo de inversión en el cual es más adecuado aplicar. No obstante, no existen fórmulas mágicas para tener una certeza absoluta, para mitigar esas posibles especulaciones los asesores dependiendo del perfil siempre recomiendan diversificar el fondo. Esto significa que el capital se administra por porcentajes distintos que irán a participar en múltiples mercados, esto es una protección contra la volatilidad bursátil.

Ahora bien, el perfilamiento encierra una serie de cualidades según el perfil. En el caso de los programas de portafolios estratégicos del Scotiabank, hay fondos denominados de liquidez, renta fija y crecimiento. "Si analizamos cada uno de ellos, liquidez y renta fija son ideales para personas o empresas con un perfil conservador, esto significa que son novatos o tienen poco trayecto en materia de inversión. Puede también significar que responde al rubro que desean invertir y la continuidad con la que han planteado su capacidad para efectuarlos", explica Alvarado.

Siguiendo las opciones del Scotiabank, el perfil de Crecimiento Moderado o Agresivo son planes que se diseñan para apreciaciones de largo plazo, donde el portafolio entra a competir en distintas clases de activos porcentuales para así lograr una mayor diversificación del mismo.

"La ventaja de la diversificación es que al ser dinámica los porcentajes están todo el tiempo compitiendo y devengando, sin embargo este calza para aquellos inversionistas que conocen el comportamiento propio de los mercados y su exposición y no son recomendables para un perfil conservador", explica Chacón.

Y es que es de vital importancia que el asesor determine a cabalidad y de manera correcta el perfil, pues si un inversionista de características conservadoras se le asigna un fondo de crecimiento agresivo, puede ser que las mismas fluctuaciones del mercado le hagan entrar en temor y retire su inversión antes de tiempo.

Invertir tras el Brexit

Según Alvarado, con el Brexit el mercado tuvo una tendencia a la baja, ese momento a pesar de ser un tanto estresante no implica que sea el adecuado para retirar la inversión. "Es claro que el manejo del estrés es un determinante ligado a la capacidad de responder a eventualidades como estas, pues si se retira la inversión mientras está la tendencia a la baja se perderá irremediablemente un porcentaje", explica Alvarado.

Está demostrado que el comportamiento luego de una crisis o decaída es la tendencia a la alza, y es cuando los inversionistas de crecimiento

agresivo aprovechan para inyectar cierto capital al original, y una vez que el mercado entra en recuperación ver los resultados reflejados en su rendimiento.

"Es importante dar a conocer el gran alcance de los fondos de inversión pues son una herramienta estable y sólida para concretar planes a mediano y largo plazo con una gran competitividad de rendimientos en comparación con el ahorro tradicional o el riesgo de no administrar bien los capitales extra", dice Chacón.

Estrategia de sueños y metas

Parte de la seguridad financiera radica en continuar con la inversión de manera sostenida, sin interrupciones, el que el asesor sea capaz de desestructurar mitos le dará al inversor mayor seguridad y decisión de cómo administrar sus fondos. Para Chacón, el fondo de inversión es como administrar sueños y metas, pero debe aportar toda una estrategia para lograr concretarlos, implica el soporte del cual se construye que un microempresario logre extender sus servicios a otra zona, que una familia tenga facilidad de financiar estudios universitarios o de disfrutar un tiempo de retiro sólido y pacífico.

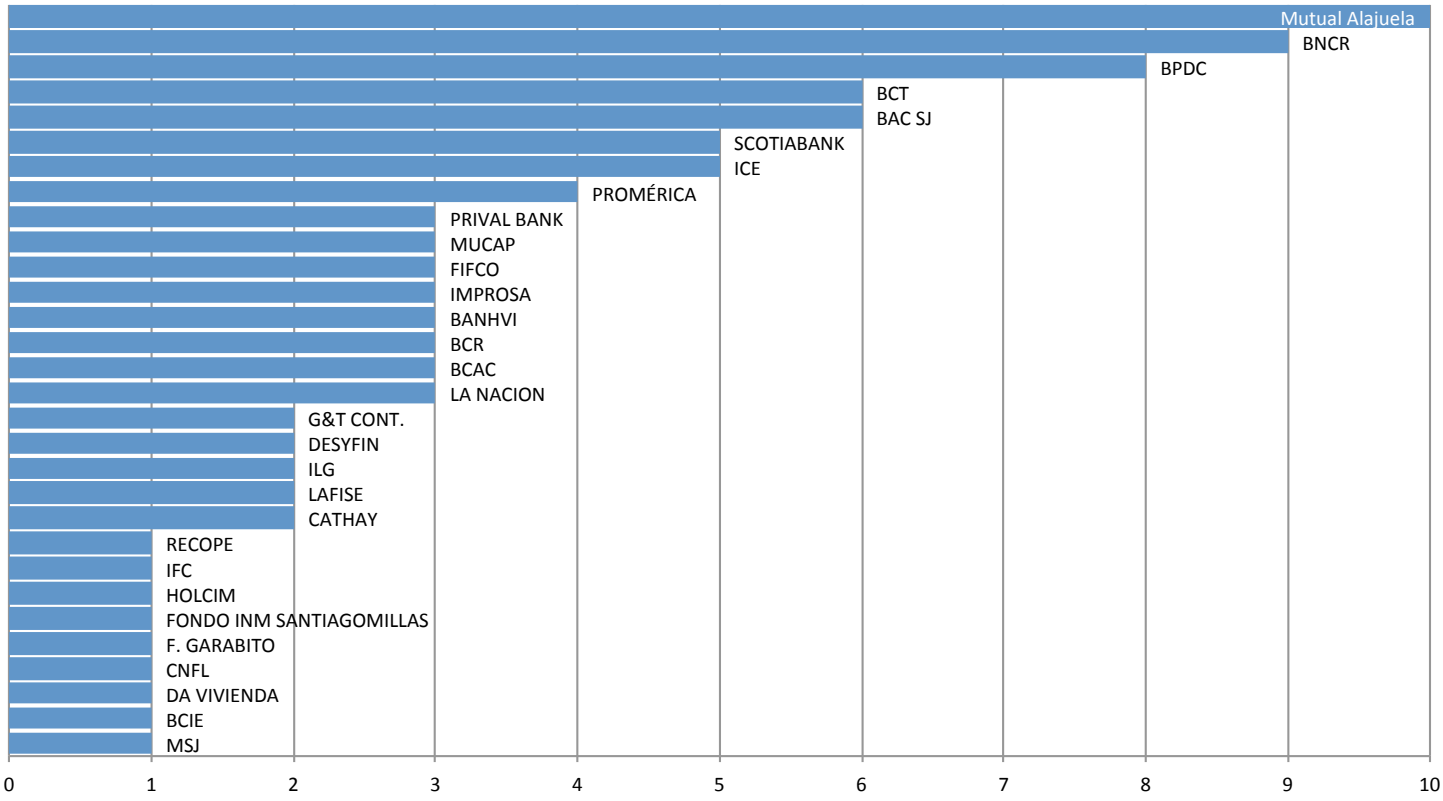
"Como gremio nos interesa también los ahorrantes pequeños, pues los fondos responden al poder de los grandes números, al volumen. Esto porque llegan con un gran poder de compra a comprar títulos o acciones, inmuebles y genera beneficios mayores para todos", explica Chacón.

Romper con el mito de que el fondo de inversión es solo para empresarios o adinerados es transcendental, cualquiera puede entrar a participar en un programa e ir dando paulatinamente pasos en el mundo bursátil. La idea de estos fondos es adecuarlos a la realidad de cada cliente, garantizándole una ruta más fácil y segura a sus deseos.

Metodología:

Para la elaboración del ranking se utilizaron datos provenientes de la página web de la Superintendencia General de Valores (SUGEVAL), descargados entre el 11 y el 12 de julio de 2016.

Principales Emisores (Por cantidad de emisiones)



Carlos Gamboa, Gerente INS SAFI, comentó que INS Inversiones SAFI registró un activo neto administrado por un monto de ¢246.000 millones.

INS SAFI: nuestras opciones de inversión ofrecen muchos beneficios a los inversionistas

Por: INS

Los rendimientos de los Fondos de Inversión se ubican a niveles superiores respecto a los de la industria.

En Costa Rica, al igual que en el resto del mundo los fondos de inversión se han convertido en instrumentos de inversión que muestran niveles de crecimiento importantes en sus activos administrados, esta situación obedece principalmente a que por medio de éstos, se pueden obtener mejores rendimientos si lo comparamos con otras alternativas de inversión disponibles en el mercado.

Al 30 de abril, INS Inversiones SAFI, registró un activo neto administrado por un monto de ¢246.000 millones, su patrimonio superó los ¢9.000 millones y desde hace varios años su margen de utilidad ocupa los primeros lugares de la Industria.

Los rendimientos de nuestros Fondos de Inversión se ubican a niveles superiores respecto a los de la industria. Nuestros Fondos de Inversión permiten iniciar un ahorro a corto, mediano y largo plazo, tanto en dólares como en colones.

Contamos con Fondos de Inversión del mercado de dinero o a la vista, los cuales tienen un plazo mínimo de permanencia de un día. Permiten realizar retiros de su dinero en el momento que así lo requiera, sin cobro de comisión alguna, obteniendo rendimientos por encima de otros instrumentos financieros similares.

Dentro de nuestra oferta de productos financieros también se incluyen los Fondos de Inversión de Crecimiento los cuales preveen un plazo mínimo de permanencia de 6 meses plazo. Este fondo está especialmente estructurado para inversionistas que desean obtener mayor rentabilidad, protección ante cambios de tasas de interés, y una mejor diversificación de su cartera de inversiones.

El servicio que se brinda en INS Inversiones SAFI es profesional y personalizado. Nuestros horarios para realizar inversiones o retiros son de los más amplios de la industria. Inversiones hasta las 2:00 de la tarde y retiros hasta las 4:00 p.m. Telefonos 2284-8159 y 2284-8166

En INS Inversiones SAFI el inversionista tiene su información disponible siempre, ya que la puede accesar en www.insinversiones.com o en la aplicación móvil.

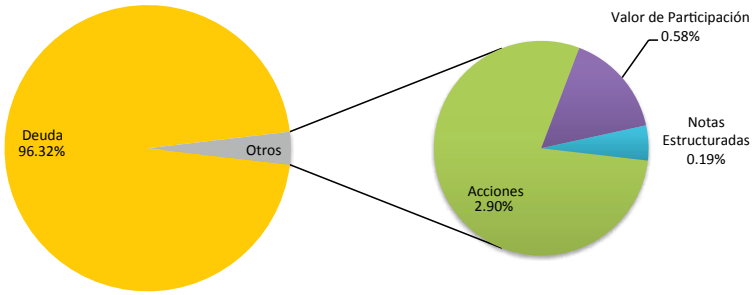
En busca de una mejora continua y contribución con el medio ambiente a partir de este año se empezó a utilizar el expediente digital, cero papeles.

Durante este año 2016 INS INVERSIONES SAFI seguirá trabajando para seguir creciendo en beneficio de sus clientes.

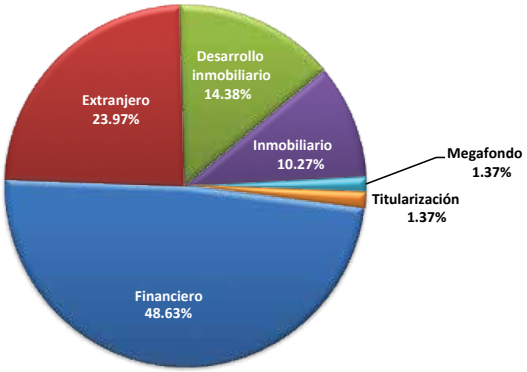
Panorama de fondos, emisiones y títulos en el mercado

En Costa Rica, al igual que en el resto del mundo los fondos de inversión se han convertido en instrumentos de inversión que muestran niveles de crecimiento importantes en sus activos administrados, esta situación obedece principalmente a que por medio de éstos, se pueden obtener mejores rendimientos si lo comparamos con otras alternativas de inversión disponibles en el mercado.

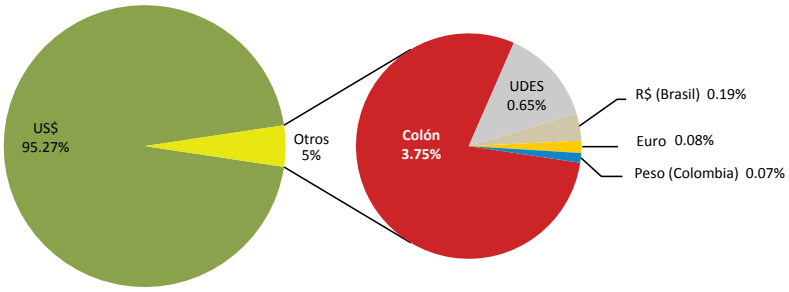
Tipo de Títulos en el Mercado



Fondos de Inversión por Tipo de Fondo



Valor de las Emisiones por Moneda



Por orden de moneda las emisiones se manejan mayoritariamente en dólares, colones, UDES, real brasileño, euro y peso colombiano.

MAYORES EMISORES POR MONEDAS		
RK	TOP 31 en Colones (Costa Rica)	¢20,753,009,557,043.90
1	Ministerio De Hacienda	¢11,275,000,000,000.00
2	BCR	¢7,795,000,000,000.00
3	Banco Popular y de Desarrollo Comunal	¢233,397,000,000.00
4	ICE	¢202,514,000,000.00
5	Florida Ice And Farm Company S.A.	¢149,217,197,700.00
6	BAC San José	¢145,000,000,000.00
7	Grupo Mutual Alajuela-La Vivien-da de Ahorro y Préstamo	¢110,999,000,000.00
8	Fideicomiso Para La Emision de Bonos Ins-Bancredito 2016	¢93,000,000,000.00
9	Scotiabank de Costa Rica S.A.	¢85,000,000,000.00
10	Banco Crédito Agrícola de Cartago	¢82,500,000,000.00
11	Banco Nacional de Costa Rica	¢75,157,000,000.00
12	Banco de Costa Rica	¢65,000,000,000.00
13	CNFL	¢52,300,000,000.00
14	BCIE	¢51,500,000,000.00
15	La Nacion S.A.	¢45,482,917,874.00
16	Corporación Davivienda (Costa Rica)	¢40,403,457,055.00
17	International Finance Corporation	¢35,000,000,000.00
18	Banco Promérica de Costa Rica	¢33,000,000,000.00
19	RECOPE	¢32,100,000,000.00
20	Mutual Cartago de Ahorro y Préstamo	¢27,000,000,000.00
21	Banco Davivienda (Costa Rica) S.A.	¢25,000,000,000.00
22	Grupo Financiero Improsa S.A.	¢17,914,431,202.00
23	Banco Lafise S.A.	¢15,000,000,000.00
24	Fideicomiso de Titularización de Flujos Futuros del Benemérito Cuerpo de Bomberos de Costa Rica 001-2015	¢13,750,000,000.00
25	Holcim (Costa Rica) S.A.	¢13,577,370,731.00
26	Banco Hipotecario de La Vivienda	¢12,000,000,000.00
27	Municipalidad de San José	¢7,936,000,000.00
28	Banco BCT S.A.	¢6,800,000,000.00
29	Banco Improsa S.A.	¢4,500,000,000.00
30	Financiera Desyfin S.A.	¢4,000,000,000.00
31	Corporacion Ilg Internacional, S.A.	¢3,961,182,481.86
RK	TOP 40 en Dólares (Estados Unidos)	$961,302,730,361.00
1	Estados Unidos de América	$840,240,000,000.00
2	República de México	$46,410,280,000.00
3	República de Brasil	$19,977,811,000.00
4	República de Venezuela	$7,599,817,000.00
5	República de Argentina	$7,161,934,640.00
6	Ministerio de Hacienda	$5,550,000,000.00
7	República de Colombia	$4,968,400,000.00
8	República de El Salvador	$4,666,458,000.00
9	República de Costa Rica	$4,250,000,000.00
10	República de Panamá	$4,210,000,000.00
11	República de Turquía	$3,250,000,000.00
12	República de Ecuador	$2,687,160,000.00
13	República Oriental de Uruguay	$2,477,000,000.00
14	República de Peru	$2,452,000,000.00
15	Corporacion Andina De Fomento	$1,750,000,000.00
16	ICE	$558,096,000.00
17	Nasdaq-100 Trust, Series 1 (Qqq)	$555,750,000.00
18	Spdr (Standard And Poor´S Deposi-tary Receipts) Trust, Series 1 (Spy)	$375,387,611.00
19	Central American Bank Cabei	$250,000,000.00
20	Republica de Trinidad & Tobago	$250,000,000.00
21	Fideicomiso de Titularizacion P.t. Garabito	$192,000,000.00
22	Scotiabank de Costa Rica S.a.	$150,000,000.00
23	RECOPE	$140,000,000.00
24	Banco Crédito Agrícola de Cartago	$123,000,000.00
25	Banco Central De Costa Rica	$100,000,000.00
26	Banco Popular y de Desarrollo Comunal	$88,000,000.00
27	BAC San José	$80,000,000.00
28	BCIE	$75,000,000.00
29	Banco Lafise S.a.	$65,000,000.00
30	Fideicomiso de Titularizacion Ph Cariblanco	$62,000,000.00
31	Banco de Costa Rica	$60,000,000.00
32	Prival Bank (Costa Rica), S.A.	$50,825,000.00
33	Barclays Bank Plc	$50,000,000.00
34	Primer Banco del Istmo S.A.	$50,000,000.00
35	Diamonds Trust Series 1	$48,954,110.00
36	Banco Promérica De Costa Rica	$47,000,000.00
37	Banco Davivienda (Costa Rica)	$45,000,000.00
38	Banco Nacional De Costa Rica	$26,067,000.00
39	Central American Bank	$25,000,000.00
40	Gen Net Lease Income Trust	$25,000,000.00
RK	Euro (Europa)	€ 750,000,000.00
1	República de México	€ 750,000,000.00
RK	Pesos Colombianos	$ 1,924,515,000,000.00
1	República de Colombia	$ 1,924,515,000,000.00
RK	Real (Brasil)	R$ 6,037,500,000.00
1	República de Brasil	R$ 6,037,500,000.00
RK	Unidades de Desarrollo/Colón (Costa Rica	UDES 4,210,000,000.00
1	Banco Central de Costa Rica	UDES 1,060,000,000.00
2	Ministerio de Hacienda	UDES 3,150,000,000.00

Optimice sus metas

Scotiabank y Scotia Fondos poseen soluciones para cada etapa de la vida, los programas de fondos de inversión y portafolios estratégicos son aliados de grandes metas.

Scotiabank ha desarrollado programas de fondos de inversión que se adaptan a cualquier público, permitiendo así crear un pilar para fomentar el hábito de ahorro planificado y nutrir el capital propio.

La experiencia de invertir no debe ser complicada, por tal motivo el esquema de fondos de inversión de Scotiabank desde el marco de asesor de inversiones permite a sus clientes seleccionar sus inversiones, posicionándolas de la manera más adecuada.

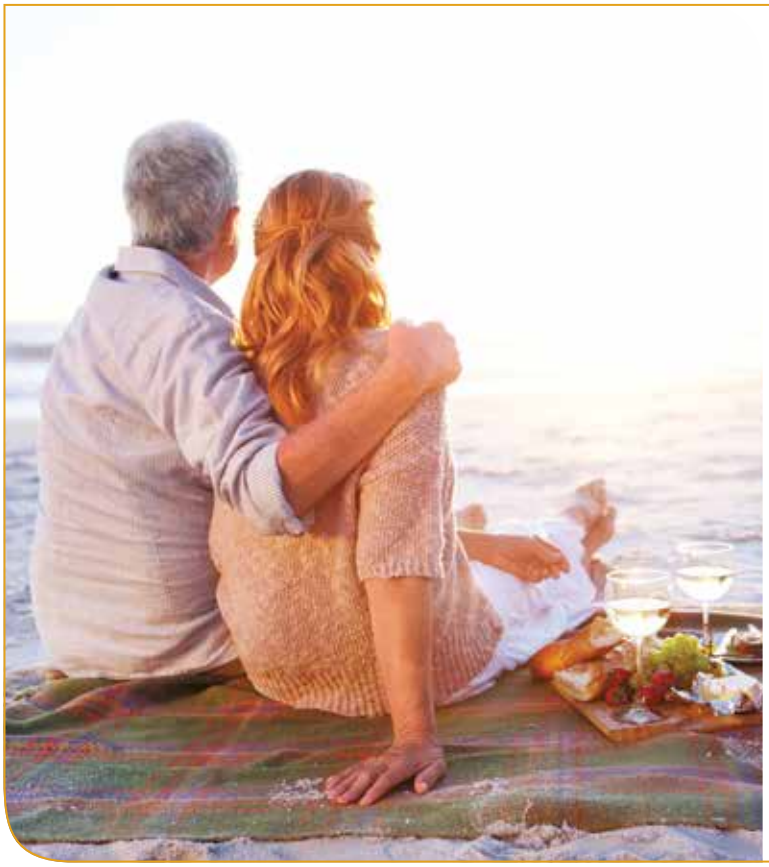
"Deseamos incentivar el hábito de inversión y ahorro, es por esto que hemos creado fondos de inversión que van desde los 50 dólares en adelante, dependiendo del perfil y los plazos, en donde el cliente puede acceder a nuestra guía en cualquier sucursal", dice Mariela Alvarado, Gerente Senior de Inversiones y Depósitos de Scotiabank.

Además, junto con los fondos de inversión, otro de los servicios disponibles denominado Portafolios Estratégicos, el cliente podrá participar a partir de una inversión de 500 dólares con aportes mensuales mínimos de 25 dólares.

Scotiabank busca ser socio al desarrollar planes integrales en su seguridad financiera según el plazo que usted defina, la variedad de opciones entre los fondos de inversión y los Portafolios abre un mundo de opciones para crecer sin estar sujeto a grandes capitales para iniciar.

Para mayor información puede visitar scotiabank.com/intl/fondosdeinversion

Mariela Alvarado, Gerente Senior de Inversiones y Depósitos de Scotiabank, dijo que otro de los servicios disponibles denominado Portafolios Estratégicos, el cliente podrá participar a partir de una inversión de 500 dólares con aportes mensuales mínimos de 25 dólares.



Un Portafolio Estratégico le ayudará a vivir el retiro con el que siempre soñó

Comience a hacer realidad el futuro lleno de tranquilidad que siempre se imaginó.

•Producto único en el mercado local.
•Acceso a mercados internacionales.
•Inversiones desde US$500.

Visite su sucursal de preferencia o llámenos al **8001-SCOTIA (726842).**

Scotia Fondos
Sociedad de Fondos de Inversión

Ranking por emisión en dólares

RK	Emisor	Moneda de la Emisión	Emisión (En USD)
1	ESTADOS UNIDOS DE AMERICA	USD	$840,240,000,000
2	REPUBLICA DE MEXICO	USD	$46,410,280,000
3	MINISTERIO DE HACIENDA	CRC	$20,541,830,637
4	REPUBLICA DE BRASIL	USD	$19,977,811,000
5	BANCO CENTRAL DE COSTA RICA	CRC	$14,201,646,990
6	REPUBLICA DE VENEZUELA	USD	$7,599,817,000
7	REPUBLICA DE ARGENTINA	USD	$7,161,934,640
8	MINISTERIO DE HACIENDA	USD	$5,550,000,000
9	REPUBLICA DE COLOMBIA	USD	$4,968,400,000
10	MINISTERIO DE HACIENDA	UDES	$4,912,801,705
11	REPUBLICA DE EL SALVADOR	USD	$4,666,458,000
12	REPUBLICA DE COSTA RICA	USD	$4,250,000,000
13	REPUBLICA DE PANAMA	USD	$4,210,000,000
14	REPUBLICA DE TURQUIA	USD	$3,250,000,000
15	REPUBLICA DE ECUADOR	USD	$2,687,160,000
16	REPUBLICA ORIENTAL DE URUGUAY	USD	$2,477,000,000
17	REPUBLICA DE PERU	USD	$2,452,000,000
18	REPUBLICA DE BRASIL	BRL	$1,875,465,954
19	CORPORACION ANDINA DE FOMENTO	USD	$1,750,000,000
20	BANCO CENTRAL DE COSTA RICA	UDES	$1,653,196,764
21	REPUBLICA DE MEXICO	EUR	$834,900,000
22	REPUBLICA DE COLOMBIA	COP	$657,953,846
23	INSTITUTO COSTARRICENSE DE ELECTRICIDAD	USD	$558,096,000
24	NASDAQ-100 TRUST, SERIES 1 (QQQ)	USD	$555,750,000
25	BANCO POPULAR Y DE DESARROLLO COMUNAL	CRC	$425,224,093
26	SPDR (STANDARD AND POOR´S DEPOSITARY RECEIPTS) TRUST, SERIES 1 (SPY)	USD	$375,387,611
27	INSTITUTO COSTARRICENSE DE ELECTRICIDAD	CRC	$368,958,607
28	FLORIDA ICE AND FARM COMPANY S.A.	CRC	$271,857,597
29	BANCO BAC SAN JOSE S.A.	CRC	$264,174,319
30	CENTRAL AMERICAN BANK CABEI	USD	$250,000,000
31	REPUBLICA DE TRINIDAD & TOBAGO	USD	$250,000,000
32	GRUPO MUTUAL ALAJUELA-LA VIVIENDA DE AHORRO Y PRESTAMO	CRC	$202,228,174
33	FIDEICOMISO DE TITULARIZACION P.T. GARABITO	USD	$192,000,000
34	FIDEICOMISO PARA LA EMISION DE BONOS INS-BANCREDITO 2016	CRC	$169,435,942
35	SCOTIABANK DE COSTA RICA S.A.	CRC	$154,860,807
36	BANCO CREDITO AGRICOLA DE CARTAGO	CRC	$150,306,078
37	SCOTIABANK DE COSTA RICA S.A.	USD	$150,000,000
38	REFINADORA COSTARRICENSE DE PETROLEO SOCIEDAD ANONIMA	USD	$140,000,000
39	BANCO NACIONAL DE COSTA RICA	CRC	$136,927,926
40	BANCO CREDITO AGRICOLA DE CARTAGO	USD	$123,000,000
41	BANCO DE COSTA RICA	CRC	$118,422,970
42	BANCO CENTRAL DE COSTA RICA	USD	$100,000,000
43	COMPAÑIA NACIONAL DE FUERZA Y LUZ S A	CRC	$95,284,944
44	BANCO CENTROAMERICANO DE INTEGRACION ECONOMICA	CRC	$93,827,430
45	BANCO POPULAR Y DE DESARROLLO COMUNAL	USD	$88,000,000
46	LA NACION S.A.	CRC	$82,864,958
47	BANCO BAC SAN JOSE S.A.	USD	$80,000,000
48	BANCO CENTROAMERICANO DE INTEGRACION ECONOMICA	USD	$75,000,000
49	CORPORACION DAVIVIENDA (COSTA RICA) S.A.	CRC	$73,610,729
50	BANCO LAFISE S.A.	USD	$65,000,000
51	INTERNATIONAL FINANCE CORPORATION	CRC	$63,766,215
52	FIDEICOMISO DE TITULARIZACION PH CARIBLANCO	USD	$62,000,000
53	BANCO PROMERICA DE COSTA RICA, S.A.	CRC	$60,122,431
54	BANCO DE COSTA RICA	USD	$60,000,000
55	REFINADORA COSTARRICENSE DE PETROLEO SOCIEDAD ANONIMA	CRC	$58,482,728

Valor en libros según fondo

Fondo	Tipo	Valor en Libros	Cantidad de Inmuebles
BCR FONDO DE INVERSION INMOBILIARIO NO DIVERSIFICADO	Inmobiliario	$207,374,085.70	18
FONDO DE INVERSION INMOBILIARIO VISTA	Inmobiliario	$167,402,111.33	44
BCR FONDO DE INVERSION INMOBILIARIO DEL COMERCIO Y LA INDUSTRIA (FCI) NO DIVERSIFICADO	Inmobiliario	$161,160,636.35	32
FONDO DE INVERSION INMOBILIARIO LOS CRESTONES	Inmobiliario	$126,249,019.18	32
FONDO DE INVERSION INMOBILIARIO GIBRALTAR	Inmobiliario	$119,621,208.20	21
FONDO DE INVERSION INMOBILIARIO MULTIFONDOS	Inmobiliario	$90,524,688.22	13
FONDO DE INVERSION INMOBILIARIA DE RENTA Y PLUSVALIA NO DIVERSIFICADO	Inmobiliario	$63,982,048.85	35
FONDO DE INVERSION POPULAR INMOBILIARIO ZETA NO DIVERSIFICADO	Inmobiliario	$60,889,700.57	13
BCR FONDO DE INVERSION PROGRESO INMOBILIARIO NO DIVERSIFICADO	Inmobiliario	$59,702,215.44	13
IMPROSA FONDO DE INVERSION NO DIVERSIFICADO INMOBILIARIO DOLARES DOS	Inmobiliario	$51,907,291.62	4
FONDO DE INVERSION POPULAR INMOBILIARIO NO DIVERSIFICADO (FINPO INMOBILIARIO)	Inmobiliario	$39,504,940.65	10
FONDO DE INVERSION DE DESARROLLO INMOBILIARIO MULTIPARK	Innmobiliario	$30,698,430.29	2
IMPROSA FONDO DE INVERSION NO DIVERSIFICADO INMOBILIARIO CUATRO	Inmobiliario	$27,911,721.11	6
FONDO DE INVERSION DE DESARROLLO INMOBILIARIO TERRA C	Innmobiliario	$18,615,165.51	1
BCR FONDO DE INVERSION INMOBILIARIO RENTAS MIXTAS NO DIVERSIFICADO	Inmobiliario	$15,052,685.63	4
FONDO DE INVERSION INS INMOBILIARIO NO DIVERSIFICADO	Inmobiliario	$13,544,191.08	8
FONDO DE INVERSION INMOBILIARIO MULTIFONDOS II NO DIVERSIFICADO	Inmobiliario	$9,159,233.22	2

Valor de acuerdo a ocupación del inmueble

Valor Ocupado (Valor en Libros x Tasa de Ocupación)	
BCR FONDO DE INVERSION INMOBILIARIO NO DIVERSIFICADO	$179,076,108.90
BCR FONDO DE INVERSION INMOBILIARIO DEL COMERCIO Y LA INDUSTRIA (FCI) NO DIVERSIFICADO	$148,334,333.41
FONDO DE INVERSION INMOBILIARIO VISTA	$147,513,182.28
FONDO DE INVERSION INMOBILIARIO LOS CRESTONES	$118,883,065.67
FONDO DE INVERSION INMOBILIARIO GIBRALTAR	$115,486,465.40
FONDO DE INVERSION INMOBILIARIO MULTIFONDOS	$82,581,622.91
FONDO DE INVERSION POPULAR INMOBILIARIO ZETA NO DIVERSIFICADO	$56,698,423.01
BCR FONDO DE INVERSION PROGRESO INMOBILIARIO NO DIVERSIFICADO	$52,136,147.30
IMPROSA FONDO DE INVERSION NO DIVERSIFICADO INMOBILIARIO DOLARES DOS	$50,901,242.69
FONDO DE INVERSION INMOBILIARIA DE RENTA Y PLUSVALIA NO DIVERSIFICADO	$50,048,525.14
FONDO DE INVERSION POPULAR INMOBILIARIO NO DIVERSIFICADO (FINPO INMOBILIARIO)	$31,956,576.28
FONDO DE INVERSION DE DESARROLLO INMOBILIARIO MULTIPARK	$30,507,815.30
IMPROSA FONDO DE INVERSION NO DIVERSIFICADO INMOBILIARIO CUATRO	$24,533,595.94
BCR FONDO DE INVERSION INMOBILIARIO RENTAS MIXTAS NO DIVERSIFICADO	$15,052,685.63
FONDO DE INVERSION INS INMOBILIARIO NO DIVERSIFICADO	$10,553,661.08
FONDO DE INVERSION INMOBILIARIO MULTIFONDOS II NO DIVERSIFICADO	$8,056,434.42

Charlas

Charla Inaugural
Empoderamiento: Quitarse la culpa
El cambio inicia con nosotras mismas
Expositora: Adriana Alvarez
Hora: 9:00 a.m a 9:30 a.m

Panel Mujeres Empresarias:
Mujeres empresarias
Marie Lopardo, Direct Manager de Galileo
Melania Fernández Propietaria de Andamio y Antigravity CR. Laura Bonilla. Presidente de Cadexco.
Hora: 9:35 a.m a 10:35 a.m

Liderando e inspirando equipos de trabajo:
Conferencista por confirmar.
Hora:11:00 am a 11:25 am

Padre de familia:
Criando pequeñas guerreras
Marco Ganoza, chef y propietario de la Divina Comida
Hora: 11:30 am a 12:00 pm

Mujer amazonas: Deporte y bienestar:
María Isabel Cortés, Directora de Asociación Bancaria Costarricense y Propietaria de Yoga Runners
Hora:12:55 pm a 1:25 pm

De la idea al negocio:
Cómo sacar provecho de negociaciones que empiezan con NO
Hora:1:30 pm a 2:15 pm

STEM: De princesas a ingenieras:
Ana Gutiérrez, Diseñadora de Wearables
Hora:2:55 pm a 3:15 pm

Unidos podemos más:
Cinthia Ramírez y Adolfo Wiernik esposos y propietarios de Rice&Smile
Hora:3:20 pm a 3:50 pm

Mujeres GANADORAS

Experimentando el liderazgo de adentro hacia afuera

El trabajo interior es el inicio de todo.

No podemos liderar equipos de trabajo o proyectos sin antes aprender a liderar nuestras emociones, metas y propósitos personales.

Encuentro de Mujeres donde usted podrá:

- Conocer los alcances y limitaciones a nivel personal y profesional para generar procesos productivos.
- Identificar las habilidades que le permitirán desarrollar el liderazgo necesario para estar frente a equipos de trabajo.
- Presentar las herramientas que le permitirán alcanzar los objetivos profesionales que le impone un mercado cada vez más competitivo.
- Compartir buenas prácticas con mujeres de alto nivel ejecutivo y empresarial para potenciar las capacidades innatas de la mujer como negociadora y líder.

Reserve su espacio:

Karina Watson • Tel: (506) 4001-6747 / 7014-3610
karina@ekaconsultores.com

Moderadora: Adriana Alvarez Marín, MBA, Empresaria y Life Coach especializada en mujeres.

24
Agosto

Hotel Crowne Plaza Corobicí, Salón Santa Rosa

9:00am a 4:00pm

De abogada graduada en Harvard a emprendedora

Algún tiempo atrás Jennifer Lang estuvo trabajando en la Cancillería de la República, sin embargo esta abogada de profesión y máster en Derecho Internacional y Negociación en la Universidad de Harvard, descubrió poco a poco una de sus más grandes pasiones: el diseño.

Por: Mariana Sáenz Mora

Así, decide lanzarse con empeño y determinación a un sueño que podía parecer de gran riesgo. Hoy, su marca JLang es ganadora de varios reconocimientos y premios internacionales, entre los cuales se encuentran los Independent Designer Awards en Nueva York y el Miami Fashion Week, lo que le convierte en una de las marcas de alta proyección tanto en Costa Rica.

"Comencé con el proyecto de diseño de bolsos y accesorios ya hace ocho años. Sin embargo, podría decirse que el arte y el diseño han corrido por mis venas desde mi temprana niñez", relata Lang. " JLang nace en respuesta a una pasión que he sentido toda una vida hacia el arte y la moda. Cuando vives inmerso en el mundo del arte y el diseño, estás en una constante búsqueda de ideas frescas e innovadoras propuestas", concluye.

Vanguardismo y originalidad en materiales de diseño sofisticado, esta empresaria y diseñadora pasa sus horas en su nuevo Atelier de la Casa del Torrion convirtiendo las texturas y los materiales en un mundo empresarial nuevo y dinámico que poco a poco se abre horizontes. Al enfrentar un gran crecimiento en su marca, los retos se modifican, para Lang el mantenerse en su centro es uno de los primordiales.

"Tal vez el reto más difícil es justamente no perder mi centro y mantener el balance entre los diferentes roles que desempeño en mi vida. Considero que mis papeles de mujer, madre y empresaria están íntimamente relacionados, de la misma manera que cada pieza del reloj es vital para lograr su buen funcionamiento", dice Lang.

Justamente parte de su papel de empresaria y creativa le ha marcado con desafíos constantes de mantener la curiosidad, dar motivación firme a la perseverancia. Para esta empresaria el vivir las dificultades como un desafío, con una visión optimista y disfrutando de la búsqueda de las soluciones participando al equipo y reconociendo el aporte de cada persona es algo del día a día.

"La mujer ejecutiva actual es multifacética y emprendedora. En el mundo contemporáneo, la mujer está capacitada y empoderada para enfrentar exitosamente todo tipo de retos y es una pieza clave en el mundo empresarial. Corporaciones en todo el mundo están tomando conciencia de que la integración de los negocios conducidos por mujeres es muy positiva para el desarrollo y el crecimiento de la economía mundial en su conjunto.", dice Lang.

Esta visión tan determinada y la agudeza para enlazar roles a cabalidad le ha llevado a que su marca JLang a crecer, colocando ahora como su meta el colaborar con su esfuerzo y dedicación a posicionar a Costa Rica como un país exportador de moda, que sea reconocido por su calidad y exclusividad ante el mundo entero.

Viniendo de una familia de artistas y joyeros, toda su vida ha estado en contacto con diferentes tipos de materiales y la libertad de la experimentación del proceso de creación de diversos productos bajo los más altos estándares de calidad, diseño y fabricación.

"Tal vez el reto más difícil es justamente no perder mi centro y mantener el balance entre los diferentes roles que desempeño en mi vida. Considero que mis papeles de mujer, madre y empresaria están íntimamente relacionados, de la misma manera que cada pieza del reloj es vital para lograr su buen funcionamiento", dice Jenifer Lang.

La faceta de empresaria de Ingrid Roldán

El descontento en el trabajo llevó a Ingrid Roldán a entrar en la faceta de empresaria como propietaria de Berú, un salón de belleza con horario extendido.

Por: Adriana Chaverri Ruphuy

La faceta como instructora de aeróbicos, entrenadora personal y participaciones en competencias de fitness hizo famosa a Ingrid Roldán. Las circunstancias de la vida la fueron guiando, pues mientras estudiaba en la universidad, conoció a su primer amor: los aeróbicos.

Dio clases por un tiempo, no obstante, ella siempre estuvo consciente de que "no se puede vivir del cuerpo toda la vida". Por lo que decidió abrir un gimnasio con su ex esposo.

Cuando se separó, empezó a pensar nuevamente qué iba a hacer, fue ahí cuando surgió la idea de dedicarse al entrenamiento personal y las competencias de fitness.

Ahora bien, ¿cómo se pasa de los aeróbicos a un salón de belleza? De acuerdo con Ingrid, la vanidad siempre fue un aspecto importante para ella como persona. De hecho, conoció a su socio, el estilista venezolano Carlos Matute en un salón de belleza al que iba, y recuerda que siempre le gustó su servicio al cliente.

Por situaciones de la vida, se reencuentran, ambos con descontento en el trabajo, y deciden abrir el negocio. "Mi esposo y yo, casualmente nos habíamos reunido con un arquitecto para que nos presentara un proyecto de un spa. Yo le dije a Carlos que nosotros habíamos pensado en eso, y me dice: Pongámonos un salón porque económicamente la inversión no es tan alta y es más rentable", recuerda.

Ingrid asegura que se sentaron a hacer números y les pareció muy bien. Así fue como nació Berú Salón & Spa en febrero pasado.

Berú utiliza los mejores productos que hay en el mercado: L'Oréal, Brasil Cacau y Wella para el cabello, Ofra en maquillaje y OPI para manicure y pedicure. El objetivo de este salón es ofrecer un buen servicio, con la mejor calidad de productos a un precio justo.

La labor de Matute ha sido muy importante, pues al tener tanta experiencia en el campo de la belleza profesional, para él fue más fácil elegir un buen equipo de trabajo. Él es el encargado de la administración de los inventarios del salón y el manejo del personal, mientras que Ingrid se encarga de supervisar y aprender la labor de Matute, para sustituirlo en caso de que él deba ausentarse.

Hasta el momento, lo más difícil ha sido, según Roldán, sostener el negocio mientras llega la clientela suficiente. "Lo que más cuesta es atraer clientes. Ahora estamos en la etapa de sostener el salón: pagar salarios, recibos, la CCSS; y eso ha sido duro, porque uno no lo proyecta en el momento, pero gracias a Dios el negocio está saliendo bastante bien, ya el salón se está pagando, no digo que a un 100%, pero ya aporta más del 50% de los gastos", comenta.

Su estrategia para atraer clientes, hasta el momento, se ha centrado, principalmente en su página de Facebook, pero también cuentan con una valla sobre la carretera y están negociando espacios en colas de buses.

Más adelante, esta emprendedora piensa abrir por lo menos dos salones de belleza más; uno cerca de la zona y otro por el lado este del Valle Central. Además, ya está en el proceso de permisos y remodelaciones para abrir un restaurante.

"Lo que más cuesta es atraer clientes. Ahora estamos en la etapa de sostener el salón: pagar salarios, recibos, la CCSS; y eso ha sido duro, porque uno no lo proyecta en el momento, pero gracias a Dios el negocio está saliendo bastante bien, ya el salón se está pagando, no digo que a un 100%, pero ya aporta más del 50% de los gastos", comenta.

Ingrid Roldán Montes,
copropietaria de
Berú Salón & Spa

Asembis: La estrategia de volumen a bajo costo

Rebeca Villalobos hace 25 años invirtió la liquidación de su trabajo anterior en el proyecto que hoy son Las Clínicas de Especialidades Médicas Asembis. Las clínicas buscan poner la salud al alcance de todos manejando volumen a bajo costo.

Por: Adriana Chaverri Ruphuy

Asembis nació en 1991 como una asociación de bien social, en una pequeña clínica improvisada en Aranjuez, que incluso usaba las sillas de las casas de sus 13 socios… inició con los servicios de oftalmología y optometría, y hoy cuentan con 11 clínicas en todo el país, dan trabajo a 350 personas y ofrecen 30 especialidades médicas.

Rebeca Villalobos, su Presidente Ejecutiva, ha estado al frente de Asembis desde el momento en que desarrolló el proyecto de la clínica para su tesis en Administración de Proyectos Sociales y hasta ahora, 25 años después de ver su sueño hecho realidad.

"Yo invertí la liquidación de mi trabajo anterior en Asembis… eran 300.000 colones. Con eso compré algunos escritorios y pagué tres meses de alquiler. Entre el grupo de 12 personas que se quiso venir conmigo a trabajar, había oftalmólogos, optometristas y personal en general. Ellos prestaron el equipo para la clínica", recuerda.

Crecimiento fuera de Costa Rica

Asembis pasó de una clínica, a once, distribuidas por todo el país, y actualmente tienen una en Nicaragua. Dicha expansión comenzó a darse por petición de sus propios pacientes. "Nosotros desde el inicio hacíamos giras médicas; llegábamos a diferentes zonas y la gente a la que atendíamos nos preguntaba que por qué no teníamos una clínica en esos lugares. Y decidimos comenzar la expansión a partir del 2002, y empezamos a hacer, prácticamente, una clínica por año", asegura.

A futuro, Villalobos comenta que les gustaría abrir dos clínicas más en Costa Rica, una en Puntarenas y la otra en Limón; mientras que la idea es abrir por lo menos dos clínicas más en Nicaragua, y ver la posibilidad de entrar al mercado de Honduras y Panamá.

Los desafíos de una clínica de bien social

En palabras de su Presidente Ejecutiva, "Asembis nació por amor y para dar", y por esa razón, el aspecto económico era muy importante para poder mantenerse a flote. En los primeros cinco años se buscaron agencias donantes que les ayudaran, y algo muy importante, se buscó trabajar con mucho orden, como cualquier empresa; aspecto que no era común en las que se dedicaban al bien social.

Otro desafío fue darse a conocer. Eso lo lograron por medio de los programas en las escuelas, que principalmente hicieron en las zonas rurales, y en los que contaron con la colaboración del Ministerio de Educación. Desde sus inicios y hasta la fecha, Asembis trabaja principalmente por recomendación, porque no se contaba en un inicio con presupuesto para publicidad, solamente tenían promotores de salud que se desplazaban a todas partes del país.

Finalmente, el desafío principal de esta empresaria es, según ella, la sucesión en Asembis, pues no deja de pensar qué va a pasar cuando llegue el momento de pensionarse… "Desde hace años hemos venido preparando personas idóneas para que cuando llegue el momento puedan asumir, de hecho yo me mantengo en una posición de solamente dar directrices generales, se tiene un excelente equipo de trabajo. Son personas muy capaces; yo lo único que quiero es que no se pierda el horizonte; que Asembis mantenga su filosofía, ese es mi gran reto".

Un alto volumen de pacientes

Asembis atiende por año entre 400 y 500 mil personas
Por mes se atienden, en promedio, unas 85.000 personas

Con esto, el paciente logra ahorrar entre un 30 y un 40% en el precio de su consulta.

Rebeca Villalobos Vargas,
presidente ejecutiva de Asembis
Call center: 2285-5881
E-mail: contacto@asembis.org
Web: http://www.asembis.org

El leasing sigue tomando fuerza como herramientas para crecer

Dentro de las opciones de crecimiento, el leasing puede ser una opción ventajosa, su correcto uso permite no solo un crecimiento de la actividad empresarial, sino que da una garantía de refuerzo a maquinarias o bienes en los cuales se invierte.

Por: Mariana Sáenz Mora

El leasing corresponde a un formato de alquiler que puede estar orientado a bienes o servicios, esta dinámica de arrendamiento financiero permite un mejor manejo de la deuda pues una de sus ventajas es que no figura como un préstamo o hipoteca. Así, también facilita la vía de adquirir cualquier tipo de bienes desde la visión de fondos propios, por estas razones ha sido una opción con crecimiento.

Se pueden contemplar el leasing financiero y el leasing operativo. El primero funciona con la opción de compra, lo que posibilita en un contrato mixto el finalmente adquirir el bien inmueble y tipos de maquinaria, por ejemplo, que son los tipos de contratos más utilizados para este fin.

Por otra parte el leasing operativo se posiciona en un rango de corto plazo, el cual no ofrece la opción de compra de los bienes, sino que se crea para dar solidez y crecimiento a empresas que requieran contar con alquiler de maquinaria por cierto tiempo, sería entonces como una activación temporal de stock de bienes.

En Arrendadora Desyfin no existen diferencias en cuanto a una persona física o una jurídica para optar, la única diferencia radica en los requisitos que son solicitados. "Tanto las personas físicas como las jurídicas, pueden obtener un arrendamiento financiero o un arrendamiento operativo en función financiera. La necesidad de uno u otro tipo de arrendamiento, va a estar definida por los requerimientos fiscales o de simple financiamiento que requiera el cliente" detalla Laura Mejía, gerente de Leasing, Arrendadora Desyfin.

Versatilidad para el cliente

La mayoría de las entidades financiera que tiene programas de leasing orientados al sector empresarial buscan ofrecer servicios para la inversión en maquinaria industrial, equipo de construcción, renovaciones de flotillas vehiculares, implementación de nuevos equipos de cómputo, plantas eléctricas, entre opciones.

Dentro de las visiones novedosas del servicio está el planteamiento de opciones amigables. "Tratamos de entender la operatividad de nuestros clientes y las metas que buscan, para luego incorporar nuestro servicio de arrendamiento como una herramienta que genere valor a las necesidades de sus socios. De esta manera, podemos estructurar contratos de arrendamiento con plazos que van desde 1 a 7 años, con periodicidades de pago mensuales, trimestrales y semestrales, y financiar hasta el 100% del costo de los activos, sin que por ello tengamos que incrementar el costo financiero o llevar a cabo el cobro de comisiones" explica el Lic. Óscar Andrés Acuña Muñoz, Gerente General de Mutual Leasing.

Los beneficios de utilizar la figura de contratos de leasing están enfocados principalmente en el tema tributario, ya que en los arrendamientos operativos en función financiera el cliente tiene un escudo fiscal mayor que en los arrendamientos financieros. "Un punto a resaltar, es que en caso de querer optar por un leasing de vehículos con Arrendadora Desyfin, la prima solicitada es del 15% del valor del vehículo lo cual sí podría ser un punto que incline al cliente a tomar un

El leasing operativo no ofrece la opción de compra de los bienes, sino que se crea para dar solidez y crecimiento a empresas que requieran contar con alquiler de maquinaria por cierto tiempo.

Gestionar para crecer

El crecimiento de la aplicación de contratos de leasing para expansión o desarrollo empresarial y crecimiento personal ha venido en aumento en el país, oportunidad que Arrendadora Desifyn ha convertido en una alianza integral con sus clientes.

Por: PubliDesyfin

Las opciones de leasing están enfocadas en brindar calidad de servicio al cliente, tiempos de respuesta inmediatos, así como un servicio post venta oportuno. Se ofrece tanto leasing financiero como operativo en función financiera de acuerdo a las necesidades de nuestros clientes.

Esta visión ha permitido ser parte de la agilización de procesos para que pequeñas y medianas empresas tengan la oportunidad de financiamiento que requieren para crecer, expandirse o bien renovar maquinaria, software y equipos especializados.

"Ofrecemos tanto leasing financiero como leasing operativo en función financiera para todo tipo de activos, en plazos desde 24 hasta 84 meses de acuerdo al tipo de activo a financiar", detalla Laura Mejía, gerente de Leasing, Arrendadora Desyfin. "Nuestros ejecutivos atienden personalmente a los clientes y sus necesidades; los asesoramos para guiarles en la mejor decisión a tomar en cuanto a la adquisición de activos se refiere", concluye.

El control de activos y su renovación, la capacidad de inversión de capital para crear nuevos negocios ha tenido una incidencia directa en sus clientes al ofrecer una mejora en el servicio al cliente de cada uno, lo cual se traduce a un progreso conjunto con un sistema que les permite adecuarlo a sus necesidades.

Para mayor información puede llamar al Desyfin
Contact Center: 800-1020-300 o escribir al correo electrónico servicioalcliente@desyfin.fi.cr

Laura Mejía, Gerente de Leasing, Arrendadora Desyfin.

En caso de querer optar por un leasing de vehículos en Arrendadora Desyfin, la prima solicitada es del 15% del valor del vehículo.

financiamiento por medio de leasing en comparación a un crédito prendario", explica Mejía de Arrendadora Desyfin.

Según detalla Oscar Andrés Acuña, en Costa Rica el contrato de arrendamiento es un contrato privado amparado bajo el artículo 1022 del Código Civil, lo cual lo convierte en ley entre las partes firmantes y puede ser utilizado tanto para el arrendamiento de bienes muebles como de bienes inmuebles. En este caso entra en posibilidades el leasing habitacional que en la actualidad Mutual Leasing S.A. está analizando para así determinar la factibilidad de ofrecerlo al público y cuya característica principal será la omisión del pago de una prima.

"Los contratos de leasing tienen grandes ventajas operativas y sobre todo financieras sobre los contratos prendarios e hipotecarios, pues los contratos prendarios y las hipotecas son instrumentos de cobertura de riesgo que utilizan las instituciones financieras como garantía para cubrir el riesgo de un incumplimiento de pago por parte del cliente", detalla Acuña Muñoz, Gerente General de Mutual Leasing.

La opción del leasing es muy utilizada en el momento de adquirir vehículos nuevos o maquinaria, esto se debe a que cada día más el público entiende que la finalidad principal del contrato es el uso del bien, su manejo y lo que éste puede aportar al crecimiento de una empresa o de un profesional. En ExpoMóvil, por ejemplo, es una de las firmas financieras más buscadas por las personas que desean cambiar su automóvil, gracias a las opciones de financiamiento competitivas que ofrecemos", dice Mejía.

La percepción de que en el país la preferencia en los casos adecuados por este tipo de contrato mixto apunta a la agilidad de los trámites que ofrecen las distintas entidades financieras, un crecimiento en la percepción que cambia con la posesión versus la productividad de cualquier activo, pues lo que se requiere es incentivar mecanismos y herramientas que impliquen un crecimiento.

En Costa Rica el contrato de arrendamiento es un contrato privado amparado bajo el artículo 1022 del Código Civil.

El juego de ser visionario

Toys, una empresa familiar que ha crecido con proyección nacional y regional es una de las jugueterías más importantes.

Por: Mariana Sáenz Mora

Si bien la historia de Toys empieza tímidamente un noviembre en una tienda de San José centro con la aventura de la venta de un gran grupo de muñecas de tela de su fundadora, las cuales se fueron tan rápido como llegaron. Esto paulatinamente dio paso entonces a la primera venta y representación formal de la marca Mattel en el país.

Hoy, cuatro décadas después, son uno de los líderes nacionales en el venta detallista de juguetes y además han creado su propia línea de productos para bebé de marca Baby Basics, la cual compite codo a codo desde el año 2000 en calidad y diseño con marcas de fuerte tendencia mundial.

Con 21 tiendas en el país y una experiencia de 40 años de complicidad con la infancia, Toys es el almacén de juguetes que ha diversificado sus líneas de venta, al por mayor y al detalle tanto a nivel nacional como centroamericano.

Hacia el horizonte del crecimiento

El riesgo latente de cada estrategia parece ser el motor de arranque y no el indicativo de una cautela intimidante. Esto les ha llevado a crear servicios especializados para sus clientes de mayoreo, diseñando ferias anuales temáticas para presentar las últimas líneas de juguetes que serán los referentes de los deseos infantiles del año.

La meta de desarrollo sostenido ha implicado grandes retos a vencer, uno de ellos es la atención muy personalizada y cálida para sus clientes mayoristas, la cual cuenta con una inversión anual aproximada a los 15 mil dólares. Estos fondos abarcan toda la logística para los materiales de mercadeo y las actividades. “Por ejemplo la creación de la feria mayorista implica un trabajo con un enfoque muy específico, en donde personalmente se asiste por más de 60 días por todo el país con la única misión de invitar clientes y prospectos para que nos visiten y conozcan de primera mano”, detalla Andrés Liebhaber, encargado de Mercadeo.

En una empresa como Toys el merchandising es una herramienta que debe ser infalible, sorprendente y cercana, es por eso que uno de los recursos a los que más se le inyecta fondos para invertir, cerca de unos 10 mil dólares anuales, están destinados a materiales de primera en catálogos, papelería de regalos, planes de medios y el famoso regalo personalizado para público específico.

Parte de la clave de esta sensibilidad para las tendencias en juguetería se devenga a una aguda exploración por las principales bienales mundiales de juguetería por parte del equipo de mercadeo. Esta presencia de primera mano les ha brindado la visión necesaria para poder crear y consolidar la marca Baby Basics.

Este atino a la evolución va de la mano con el valor y el incentivo de un equipo humano que ha crecido con el mismo principio familiar, las capacitaciones anuales, el desarrollo de materiales como catálogos para el equipo de ventas, los canales de retroalimentación del equipo de ventas y el olfato innato para la diversión son los elementos principales de la ecuación exitosa de Toys.

Actualmente Toys cuenta con cerca de siete mil códigos base diferentes en juguetería educativa, deportiva, entre otras. Cuentan con 21 tiendas en el país y una experiencia de 40 años, indicó Andrés Liebhaber, encargado de Mercadeo.

Con la mirada en la expansión

Ángel Américo Cerdas, conocido como Meco, fundó a inicios de los noventas la empresa de desarrollo constructivo que hoy lleva su acrónimo como nombre. MECO ha participado en creación de grandes obras en la región y con ello ha aprendido a enfrentar la ciclicidad propia de una industria con dependencia en la inversión pública.

Por: Mariana Sáenz Mora

"El gran reto que debemos enfrentar es la ciclicidad propia de nuestra industria, y los períodos donde los gobiernos bajan su nivel de inversión en infraestructura", explica Alfredo Sánchez, vicepresidente regional de MECO.

Los noventas estaban comenzando cuando Ángel Américo Cerdas, conocido como Meco, se vio enfrentado a crear una empresa de desarrollo constructivo en una de las peores crisis económicas de la época, sin embargo la crisis no implicaba una limitante. Desde sus inicios la visión de Meco traspasaba las fronteras de Costa Rica, si los negocios no salían aquí, la mira se fijaría en el extranjero y fue así como se concretaron los trabajos en Nicaragua en 1992, luego en Belice y en el Canal de Panamá en 1996.

"La estrategia de regionalización apareció con la desaceleración de la industria de la construcción en Costa Rica, y en vez de achicar sus operaciones, Constructora Meco decidió salir a buscar nuevos mercados. Poco a poco esa búsqueda fue dando sus frutos con una exitosa expansión en Centroamérica donde ha realizado proyectos en Guatemala, Nicaragua, Honduras, Belice, El Salvador, Panamá y por supuesto Costa Rica, desde donde opera su sede corporativa" detalla José Alfredo Sánchez, vicepresidente regional de MECO.

Si bien es cierto la región de expansión que tiene MECO presenta un gran desafío al analizar la baja o falta periódica en la inversión de infraestructura desde la vista pública, y las inversiones encomiables del sector privado, el desarrollo humano siempre está intrínsecamente ligado al crecimiento de ciudades y edificios. "El gran reto que debemos enfrentar es la ciclicidad propia de nuestra industria, y los períodos donde los gobiernos bajan su nivel de inversión en infraestructura", explica Sánchez.

De las conquistas más significativas, el recuento de MECO lleva definitivamente la intervención en el Canal de Panamá, una megaobra de ingeniería de la cual forma parte hace dos décadas atrás. Las Represas de Borinquen, uno de los punto claves para la ampliación del canal, fue uno de los mayores desafíos técnicos de Constructora Meco pues requirieron la excavación de 18 millones de metros cúbicos en 3.1 kilómetros de longitud.

Visión con compromiso

Dentro de su filosofía interna de crecimiento también se liga la conciencia ambiental, pues todo desarrollo de infraestructura interacciona con el medio ambiente. Además, la inclusión de un capital humano les ha llevado desde hace cuatro años a contar también con personal con alguna discapacidad. "En el área de inversión estratégica y de impacto a la sociedad se ha creado FUNDAMECO una iniciativa no gubernamental sin fines de lucro dirigida a la promoción de los derechos de las personas con discapacidad", dice Sánchez.

Actualmente MECO continúa con su planteamiento inicial, cada momento que puede entreverse como complicación da paso para analizar detenidamente y convertirlo en un detonante de cambio positivo, no solo desde el desenvolvimiento del negocio como tal, sino desde la misma filosofía interna de una empresa con progresión sostenida.

La empresa que nació "contracorriente"

Hace más de tres décadas cuando BioLand nació con la visión de revolucionar la industria de la alimentación en el país por medio de productos orgánicos, e integrales, era poco común hablar sobre un producto "orgánico", "integral" o "natural".

Por: Adriana Chaverri Ruphuy

BioLand nació "contracorriente" todo estaba hecho (y aún hoy) con harinas refinadas, esto complicaba la compra los insumos, además, la mayoría de consumidores estaban acostumbrados al azúcar, los preservantes y colorantes.

No obstante, a pesar del gran desafío que eso significaba, decidieron salir a buscar los mejores ingredientes y las principales materias primas., que les permitieran crear productos naturales de alta calidad. Desde entonces ese ha sido el secreto del éxito de la marca.

De acuerdo con Jorge Gallese, gerente de innovación de BioLand, la empresa nace con un marco ideológico de impactar el planeta Tierra de la mejor manera posible. Una de las medidas que se implementaron a la hora de fundar la empresa y que los ha acompañado desde siempre, es la paciencia; es decir, apostarle a un crecimiento orgánico, con tiempo y basado en la publicidad de boca en boca. Esto se ha traducido en solidez y en una marca que es referente cuando se busca consumir alimentos naturales.

Actualmente la compañía maneja dos áreas muy diferentes, pero complementarias a la vez: Alimentos y cuidado personal. Son complementarias porque ambas alimentan el cuerpo, ya sea por medio de la piel, el cabello o cuando se ingieren.

Sus inicios

BioLand comenzó con la granola y con todo un portafolio de galletas; y casi de forma simultánea, empezaron con los jabones y los productos de cuidado personal.

Actualmente, tienen cerca de 300 productos entre las dos familias. Además, este año, su tienda, ubicada en Multiplaza Escazú, cumple un año de operar en el país, con sus productos de alta cosmética natural.

Los más vendidos

Según Jorge Vargas Videche, gerente país de BioLand Organics, uno de los productos líderes en venta es también uno de los primeros productos que la empresa comenzó a producir. Se trata de los palitos de ajonjolí, los cuales, más de 30 años después, se siguen haciendo a mano.

En el caso de la línea capilar, la más vendida en Costa Rica es la Pro-queratina. BioLand se distribuye aproximadamente en 2.500 puntos de venta en todo el país.

Actualmente la empresa cuenta con más de 300 colaboradores y una planta de 20.000 m2, en BioLand aseguran que siguen teniendo características artesanales, como la producción manual de muchos de sus productos.

BioLand Organics es la nueva familia de cuidado capilar, que ofrece 11 diferentes sabores para cada necesidad del cabello. Son productos naturales, basados en ingredientes activos orgánicos; libres de parabenos, colorantes artificiales, sales, sulfato, derivados del petróleo y de los animales.

Jorge Vargas Videche, gerente país de BioLand Organics comentó que BioLand exporta a Panamá desde hace 12 años y actualmente la compañía trabaja en un plan de expansión para llevar sus productos por siete países centroamericanos y caribeños, iniciando en Guatemala, este año.

Tipo de cambio del dólar, referencia, venta al primer día del Mes

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
2014	507.8	520.6	553.55	553.63	559.58	559.88	548.45	543.86	545.33	545.52	544.89	541.19
2015	545.53	543.08	540.58	539.12	538.17	542.46	540.82	540.79	541.5	541.27	540.43	538.68
2016	544.87	544.57	542.22	542.17	544.03	544.5	554.14					

Tasa de Variación del Tipo de cambio del dólar en Ultimos 12 meses

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
2014	-1.27%	2.46%	9.20%	9.71%	10.88%	11.00%	8.71%	7.80%	6.92%	7.88%	7.68%	7.14%
2015	7.43%	4.32%	-2.34	-2.62%	-3.83%	-3.11%	-1.39%	-0.56%	-0.70%	-0.78%	-0.82%	-0.46%
2016	-012%	0.27%	0.30%									

Tipo de cambio del Euro (dólares por euro)

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
2014	1.3743	1.3507	1.3806	1.3767	1.3866	1.3627	1.3684	1,3425	1,3137	1.2621	1.2504	1.2486
2015	1.2098	1.1316	1.1221	1.0765	1.1199	1.0968	1.1074	1.1084	1.1256	1.117	1.104	1.0619
2016	1.0862	1.0877	1.0872	1.1355	1.1432	1.1158	1.1132					

Inflación Mensual

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
2014	0.75	0.66	0.62	1.14	0.38	0.38	0.91	0.33	-0.14	-0.29	0.34	-0.21
2015	0.04	-0.16	0.15	-0.08	-0.29	0.43	-0.43	-0.09	-0.26	-0.28	-0.01	0.19
2016	0.68	-0.02	-0.91	0.09	0.19	-0.02						

Inflación Acumulada

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
2014	0.75	1.42	2.04	3.20	4.14	4.14	5.09	5.44	5.30	4.99	5.35	5.13
2015	0.04	-0.13	0.02	-0.06	-0.35	0.08	-0.35	-0.44	-0.70	-0.98	-0.98	-0.81
2016	0.68	0.65	-0.26	-0.17	0.03	0.01						

Inflación últimos 12 meses

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
2014	3.1	2.74	3.26	3.68	4.21	4.59	5.19	5.49	5.2	5.7	5.89	5.13
2015	4.39	3.53	3.05	1.81	0.97	1.02	-0.32	-0.74	-0.86	-0.86	-1.20	-0.81
2016	-0.17	-0.03	-1.09	-0.92	-0.43	-0.88						

Tasa Basica Pasiva Bruta Promedio al primer día del mes

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
2014	6.50	6.55	6.50	6.60	6.70	6.85	6.95	7.00	7.10	7.15	7.20	4.88
2015	4.87	4.87	7.15	7.1	7.1	6.9	6.8	6.75	6.55	6.45	6.25	6
2016	5.95	5.95	5.7	5.7	5.55	5.4	5.25					

Prime Rate al primer día del mes

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
2014	3,25	3,25	3,25	3,25	3,25	3,25	3,25	3,25	3,25	3,25	3,25	3,25
2015	3.25	3.25	3.25	3.25	3.25	3.25	3.25	3.25	3.25	3.25	3.25	3.25
2016	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5					

Libor a 6 meses al primer día del mes

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
2014	0.348	0.3363	0.3305	0.33	0.322	0.32	0.3279	0.33	0.3294	0.3247	0.3279	0.3262
2015	0.36	0.3574	0.387	0.4034	0.419	0.42365	0.44835	0.4899	0.54275	0.531	0.55615	0.6634
2016	0.8461	0.865	0.8826	0.9011	0.9041	0..9756	0.9236					

Exportaciones FOB en millones de US$

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
2014	855.6	970.8	1021.7	988.70	1045.3	982.3	941.3	954.1	920	978	797.2	772.1
2015	727	778.5	887.7	814	860.8	850.8	795.5	747.7	738.5	810.5	795.6	752.6
2016	728.6	850.9	862.8	904.4	959.4							

De la teoría a la práctica

Un encuentro dinámico y práctico para profesionales de RRHH

Inscríbase hoy:

Karina Watson
Tel. +506.4001.6747 I karina@ekaconsultores.com

Patrocinio: Diego Camacho
Tel: +506.4001.6739 I diego@ekaconsultores.com

www.congente.net

congente
Congreso Internacional de RRHH

Jueves 10 de noviembre, 2016

Hotel Barceló San José Palacio

Jueves 22, viernes 23 y sábado 24 de Septiembre 2016

En el Centro de Eventos Pedregal- Costa Rica

LA FERIA DE EMPLEO CON MAYOR DIVERSIDAD DE OPORTUNIDADES

Entre en contacto con empresas y participe en las charlas de reclutamiento y capacitación

10:00 a.m. a 5:00 pm

WWW.EXPOEMPLEO.NET

Expositores confirmados al: 26 de Julio, 2016

Organizan:

EKA LA REVISTA EMPRESARIAL

soluciones506 · SYKES · amazon · CONVERGYS · the results companies · Berlitz A Global Education Company

ExpoempleoCR

@Expoempleo1