Nº 269 / JUNIO 2007

EKA

LA REVISTA EMPRESARIAL

www.ekaenlinea.com

RANKING DE EXPORTADORES 15

Cefa remozará Fischel 11

Economía sigue de buenas... 27

Combustible limpio movería al país 28

Secretos para liderar 7200 empleados

Donald Murray, Gerente General de Del Monte, empresa dedicada a la exportación de frutas, asegura que con la piña, logran exportar 30 millones de cajas por año a Europa, Estados Unidos, Lejano y Medio Oriente. P18

$7 ejemplar

ISSN 1021-9781

Porte Pagado
Port Payé
Permiso Nº130

CORREOS DE COSTA RICA

ITS
InfoComunicación

A la cabeza del sector informático

- Más servicios integrados
- Más cuota de mercado
- Más clientes satisfechos
- Más de 85 ingenieros y 235 técnicos especializados en TI y telecomunicaciones

www.its.co.cr | Tel: 211-0500 Fax. 211-0501 | Torre Mercedes, Paseo Colón | Apartado 10-1100 San José

DELTA AIR LINES

HOY CAMBIAMOS DE IMAGEN.
LO QUE NO CAMBIA ES QUE
NUESTRO NEGOCIO SIGUE
SIENDO AYUDAR AL SUYO.

Banco Nacional, un puente al mundo

El Banco Nacional de Costa Rica es un banco especializado en comercio exterior, con múltiples servicios para clientes exportadores e importadores.

El Banco Nacional de Costa Rica entiende claramente la compleja red de operaciones que demanda el comercio exterior y la traduce a sus clientes en un trámite sencillo, agradable y novedoso, que les permite lograr el crecimiento de sus empresas dentro de este gran sector económico.
Para ello, el Banco Nacional cuenta con diferentes dependencias relacionadas para facilitar todo el proceso operativo, técnico y comercial, cubriendo las necesidades del empresario consolidado y brindando asesoría y soluciones al empresario que da sus primeros pasos en el comercio internacional.

Servicios de cobertura mundial

Principalmente, la Dirección de Comercio Exterior ofrece una gama de productos internacionales, asistidos con soporte técnico y profesional para cada necesidad comercial que se presente. Apoyados en una amplia red de bancos corresponsales directos e indirectos y el contacto con corredores internacionales de transacciones con divisas, se le brinda al cliente cobertura internacional con productos tales como:

- Transferencias de fondos.
- Cobranzas Documentarias de Importación y Exportación.
- Cartas de Crédito de Importación y Exportación
- Standby.
- Garantías Internacionales.
- Giros Internacionales
- Operaciones de compra y venta de divisas al contado para el mercado local.
- Operaciones a plazo con divisas distintas al colón.
- Operaciones spot de compra y venta de divisas para el mercado internacional.
- Servicios de Custodia Valores Internacional.

"En 1997 el Banco Nacional fue el primer banco en la Región en contratar los servicios de SWIFT, la red de comunicación interbancaria más grande del mundo. Esto nos ha permitido desde entonces poner a disposición de nuestros clientes una cobertura mundial de gran eficiencia y seguridad en el envío y recepción de mensajes para las diferentes transacciones, con costos de transmisión más bajos", explicó Enrique Umaña, Director de la Dirección Internacional.

Crédito, almacenamiento y servicios aduanales integrados

Por medio de su Agencia Aduanal, el Banco Nacional ofrece servicios de correduría aduanera como una alternativa para nuestros clientes importadores y exportadores, por medio de canales electrónicos en la presentación de servicios para materias primas, bienes de capital, insumos, vehículos y comercio en general, a través de todas las aduanas del país. Además estamos operando desde ya a través del TIC@.
"La necesidad por parte de nuestros clientes de disponer de un espacio técnicamente apropiado, nos llevó a crear una Terminal de Exportación dentro de las instalaciones del Complejo Financiero en Calle Blancos, la cual opera bajo los estándares logísticos propios de la actividad, así como la cobertura de las exigencias que la ley de aduanas plantea", indicó Luis Umaña, gerente del Complejo Financiero Calle Blancos.

En dicho Complejo Financiero también opera nuestro Almacén Fiscal, el cual ofrece total seguridad en la custodia y conservación temporal de las mercancías importadas, así como la suspensión en el pago de los tributos para posterior nacionalización, mientras que el Almacén de Depósito General le ofrece servicios de conservación y custodia de mercancías tanto locales como nacionalizadas, a través de la expedición de Vales de Prenda, Certificados, emisión de depósitos, pignoración y concesión de préstamos haciendo uso de certificados de prenda como garantía. Nuestra Terminal de exportación opera bajo las más estrictas normas técnicas.
Contamos con eficientes servicios crediticios para ofrecerle una amplia variedad de créditos tanto para el mercado local como para el comercio internacional. Nuestros novedosos programas para comercio exterior ofrecen tanto soluciones al comerciante consolidado, como productos integrales para el fomento de las exportaciones por medio de nuestra Banca de Desarrollo y su programa BN-PYMEX.
Nuestra propuesta se basa en la integración de servicios, los cuales ponemos a su disposición por medio de nuestra amplia red de sucursales y agencias en todo el territorio nacional, donde contamos con especialistas en operaciones de comercio exterior para brindarles asesoría a nuestros clientes y apoyarles en la estructuración de su negocio.

Con toda una plataforma de servicios internacionales y aduanales, el Banco Nacional está más cerca de sus clientes exportadores e importadores, permitiéndoles conectar sus negocios con el mundo.

El Mundo Entero... ...más cerca de Usted

El Banco Nacional le ofrece el medio de pago que más le conviene para el éxito de sus negocios en el extranjero, así como servicios complementarios. Comuníquese con nosotros a los teléfonos que a continuación se indican o visítenos en www.bncr.fi.cr

- Transferencias
  212-2036
- Cobranzas
  212-2028
- Agencia aduanal
  247-1907
- Operaciones forex
  256-9493
- Cartas de crédito / stand by
  Importación: 212-2356
  Exportación: 212-2280
  Standby: 212-2541
- Almacén de depósito general y fiscal
  General: 247-1904
  Fiscal: 247-1903

BANCO NACIONAL
MAS CERCA DE USTED

Biotecnología: Orlando Ramírez, Gerente General del Consorcio Operativo del Este, alimenta su flotilla de buses capitalinos con biodiesel, pues agrega que es menos contaminante y más económico. "A razón de precio, se traduce en $1,10 por el diesel y $0,75 el biodiesel". P28

¿Está bien el financiamiento de la educación superior? P.26

14 Gerencia
¿Qué porcentaje del presupuesto anual, es destinado a tecnología de la información?

Ideas, Gente y Empresas
15 RANKING DE EXPORTADORES
Las 50 empresas que más exportan en el país

18 Del Monte
Donald Murray, Gerente General de Del Monte, una multinacional especializada en la producción de fruta fresca, destaca el repunte que ha tenido la piña y las ventajas competitivas que les ha dado la exportación de 30 millones de cajas al año.

21 Sección Desyfin
Multinacionales y exportadores

22 Portafolio de inversiones

27 Ecoanálisis
Economía sigue de buenas
Posiciones de la Cámara de Industrias y Ministerio de Comercio Exterior acerca de las opciones que posee el referéndum y el país, con la aprobación del TLC.

11 En Acción
Cefa remozará Fischel
Latinoamérica empresarial en amarillo
Administre en línea
Detrás del precio del vino…

34 Foro
¿Qué pasaría si gana el "NO" en el referéndum?

30 Socios Comerciales
Hampton Inn

32 Cero Estrés
Golpe a golpe = no al estrés
Podría imaginarse un deporte que combine un golpe por aquí, dos por allá, una patada aquí, sentir que su adrenalina sube en cada movimiento y de paso, mejorar su condición física y sus posibilidades de defensa personal…

www.EKAenlinea.com

EKA es una publicación especializada en economía y negocios que circula entre las empresas de Costa Rica. Utilizada por ejecutivos y empresarios de todos los sectores productivos, EKA es fuente de información útil para la dirección y toma de decisiones, así como de la temática política y económica que concierne al sector empresarial y financiero del país. Encuentre en ekaenlinea.com gran cantidad de artículos e información de consulta.

Hospedaje Ejecutivo

Bienvenido al Apartotel-Suites Villas del Río, el lugar en donde nuestras instalaciones especialmente adecuadas, la atención y el servicio sobresaliente, además de una excelente ubicación, harán de su estadía una experiencia inolvidable.

Quédese con nosotros, y descubra todas las razones por las que usted o el personal de su empresa se sentirán como en su propio hogar.

- 64 Apartamentos de 1, 2 y 3 habitaciones
- Soluciones para ejecutivos y diplomáticos de corta y larga estadía
- Tarifas corporativas
- Piscina, jacuzzi, gimnasio, sala de conferencias y desayuno incluído
- Reubicaciones temporales
- Corredores y asesores de Bienes Raíces
- Internet de alta velocidad en todas las habitaciones

Tel: (506) 208-2400 • Fax: (506) 289-8835
Email: reservation@villasdelrio.com
P.O. Box: 2007 1000, Escazú,
Costa Rica, Central America
www.villasdelrio.com

APARTOTEL • SUITES
VILLAS DEL RÍO
Su Hogar... En Costa Rica

COMERCIAL
Christian Alfaro
christian.alfaro@eka.net
Cel.: (506) 356-6871
María Fernanda Herrera
fernanda.herrera@eka.net
Cel.: (506)850-1725
Tel.: (506) 520-0070

CONSEJO EDITORIAL
Mary Anne Aden
Pamela Aden
Julio Sergio Ramírez
Luis Mesalles Jorba
Fernando Vargas Cullel
Rolando Gólcher González

PRESIDENTE
Karl Hempel Nanne
karl.hempel@eka.net
DIRECTORA GENERAL
Michelle Goddard
michelle.goddard@eka.net
DIRECTOR EDITORIAL
Hugo Ulate Sandoval
hugo.ulate@eka.net
DIRECTORA DE ARTE
Nuria Mesalles
nuria.mesalles@eka.net
DIRECTORA EVENTOS
Carolina Martén
SUBDIRECTORA EDITORIAL
Shirley Ugalde Méndez
shirley.ugalde@eka.net

DIAGRAMACIÓN
Liliana Castro Solano
Juan Carlos Conejo
FOTOGRAFÍA DE PORTADA
Rónald Román
SUSCRIPCIONES
Melanie Töbe
melanie.toebe@eka.net
Tel: (506) 520-0070 Ext. 124

COLABORADORES
Ivannia Arias
Bilbia González
Sharon Barquero
Ana Isabel Fernández
Victoria Durán
Mónica Solórzano

EKA CONSULTORES INTERNACIONAL
Tel: (506) 520-0070
Apartado 11406-1000
San José, Costa Rica
www.ekaconsultores.com

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 expuesta 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.

El costo de un ejecutivo enfermo

Michelle Goddard, Directora General
michelle.goddard@eka.net

¿Sabe cuánto le cuestan a su empresa los problemas de salud que aquejan a sus gerentes?

Esta es una pregunta que vale la pena hacerse, pues los altos ejecutivos forman parte de uno de los grupos poblacionales con mayores riesgos de padecer numerosas patologías. Y más allá de eso, los recursos para atenderlas pueden tener un impacto significativo, no sólo en el ámbito personal, sino también en los resultados de sus compañías.

Prepárese para leer algunas cifras reveladoras que es mejor que recuerde bien la próxima vez que crea que la salud es un asunto secundario, para los objetivos de su empresa.

Según un estudio publicado en Madrid, realizado por el Centro de Investigación Biomédica Euroespes, si tomamos como ejemplo una cardiopatía isquémica (lesión del corazón), una vez que se presentan los síntomas comienza una verdadera hemorragia económica. Diagnosticar la enfermedad cuesta alrededor de 2,000 euros, tratarla equivale a 1,500 euros adicionales, las horas laborales perdidas en todo el proceso ascienden a 8,000 euros, más otros 1,000 por problemas psicológicos.

Al final, esta lesión en el corazón cuesta alrededor de 12,500 euros, que saldrán no sólo del bolsillo del ejecutivo, sino también de las arcas empresariales.

Aunque en Costa Rica, no se han hecho estudios similares, lo anterior nos da una idea bastante clara de la magnitud del impacto en el ámbito profesional y personal de padecimientos de este tipo.

Sin duda, la carga de responsabilidad, el estrés, la ansiedad, el exceso de alcohol y la mala alimentación son los principales factores desencadenantes de las enfermedades en este grupo de individuos.

Según el mismo estudio, sólo un 7% de los ejecutivos presentan un estado de salud óptimo. Ordenados de mayor a menor prevalencia, estos son los problemas de salud que los aquejan:

1- Exceso de colesterol. **2-** Enfermedades cardiovasculares y cerebrovasculares. **3-** Exceso de comida y bebida, que daña la función hepática y eleva las transaminasas. **4-** Trastornos depresivos y ansiedad. **5-** Hipertensión arterial. **6-** Déficit metabólicos, especialmente ácido fólico (causante del 5% de los casos de Alzheimer) y vitamina B12. **7-** Hiperglucemia. **8-** Diabtetes tipo II. **9-** Hipertiroidismo. **10-** Cáncer.

Ante esta realidad, ¿qué pueden hacer las empresas para ayudar? La respuesta es simple: implementar programas de prevención. Y es que además de tener una dieta adecuada, realizar ejercicio y mantener el equilibrio emocional, es necesario identificar los riesgos genéticos y bioquímicos para poder anticipar el desarrollo de muchas de estas enfermedades. En España, el costo de estos chequeos es de 6,000 euros anuales por ejecutivo. No obstante, el 65% de los gerentes se los realiza por propia iniciativa y sólo el restante 35% lo hace porque forman parte del paquete de compensación de su empresa.

Implementar estos planes de prevención puede ser más que un simple beneficio para el ejecutivo, ya que a la larga le ahorrará a la compañía grandes cantidades de dinero mientras es atendido y ojalá curado, una vez que se enferma. EKA

Nuestra próxima edición

Edición: 270 / Mes:Julio / Cierre comercial: 18 de Junio

Ranking de las 250 más productivas

Las 250 empresas más importantes del país medidas por su productividad.

Para anunciarse
Christian Alfaro, Asesor Comercial
christian.alfaro@eka.net
Cel.: (506) 356-6871 / Tel: (506) 520-0070

María Fernanda Herrera, Asesora Comercial
fernanda.herrera@eka.net
Cel.: (506) 850-1725 / Tel: (506) 520-0070

Si usted desea suscribirse GRATIS, puede hacerlo en **www.ekaenlinea.com** ó llamar al (506) 520-0070 ext. 124.

LECTORES DE EKA

EKA la reciben todos los Gerentes Generales del Ranking empresarial de Las 500 de EKA.
Circula en las instalaciones de:
Costa Rica Country Club
Vip Lounge
Club La Guaria
Indoor Club
Tenis Club
Seminarios Ecoanálisis
Romero Fournier

Hugo Ulate
hugo.ulate@eka.net

Comunicación

Tras dictar un seminario en la Escuela de Negocios de la Universidad Francisco Marroquín en Guatemala, Julián Lichtmann, socio de Ingouville & Nelson, en una entrevista para América Economía, se le preguntó acerca de los resultados que podía generar la falta de comunicación en una empresa, a lo que atinadamente indicó: "son consecuencias muy costosas para la empresa. Personas que dedican horas y horas de su tiempo en conversaciones improductivas, que gastan horas pensando en prepararse para conversaciones que resultan improductivas y personas que luego de tener la conversación se quedan preocupados, angustiados y molestos por no haber alcanzado el resultado que querían".

"(…) Una comunicación ineficaz genera, en personas que reciben altísimos sueldos, muchas horas de tiempo en pensamientos, conversaciones y fricciones totalmente improductivas".

Precisamente, la improductividad empresarial inicia con las distorsiones en la comunicación. No hay nada peor para un miembro de un equipo de trabajo, no sentirse parte de éste, pues genera anticuerpos que impiden el alto desempeño del grupo.

Es importante que los líderes mantengan una comunicación abierta y fluida y que hagan sentir a cada miembro como una pieza vital y no como erróneamente piensan muchos directores que esto generaría entre su equipo malas interpretaciones como excesos de confianza.

Hoy, sin duda, para la productividad de las empresas se requiere de negociaciones exitosas y que necesariamente parten del concepto de comunicación. EKA

Aclaración

Ranking de colegios, edición 268, mayo 2007

El Colegio Humboldt aclara que el Abitur o bachillerato alemán sólo lo ofrece esta institución educativa.

Gracias
MBA, Blanca Ramírez.
Öffentlichkeitsarbeit - Coord. Relaciones Públicas.
Humboldt-Schule San José, Costa Rica.

R/ Agradecemos su aclaración y ofrecemos disculpas, pues erróneamente se consignó que el Colegio Británico también poseía este bachillerato.

Estimados señores:

Soy profesora del Colegio Británico de CR. En su edición de mayo del 2007, en el ranking de colegios, ustedes ponen muchos datos equivocados respecto a los colegios, pero en lo que me atañe a mi institución quiero aclarar que:

1. Se fundó en 1981
2. Alumnos por clase: 20
3.. Idiomas extranjeros: inglés, francés, mandarín y latín
4. Cantidad de idiomas: 4
5. Bachillerato: ¡No tenemos el bachillerato alemán! pero tenemos el IGCSE (International General Certificate Secondary Education, Cambridge) el IB Bachillerato Internacional y el Bachillerato del MEP
6. Cantidad de bachilleratos: 3 ó 2 si no cuentan el costarricense.

Les agradecería que su información fuera correcta. Es importante que una revista empresarial tenga la información que corresponda, y no datos tan equivocados como confundir una escuela británica con una alemana.

Atentamente,
Grizel Mora, Colegio Británico de Costa Rica

R/ Estimada señora Mora, ofrecemos nuestras disculpas por los datos erróneamente consignados, sin embargo, aclaramos que algunos de ellos los publicamos basados en la página web de la institución, ante la negativa de la dirección de contestar la encuesta que, oportunamente hicimos llegar.

Les escribo para expresarles mis inquietudes respecto al último ranking de colegios privados publicado por la Revista Eka, ya que Pan-American School nuevamente fue excluido de esta lista, aunque en años anteriores aparecimos con una excelente calificación de parte de Eka.

Por ejemplo, de noviembre del 2002, su publicación nos ubicó en el puesto número ocho.

Nos gustaría saber cuáles fueron los criterios para la selección de la muestra, recolección de datos y análisis; ya que estamos seguros que ha habido una omisión.

Atentamente,
Alegría Lores, Directora General
Pan-American School

R/ Estimada señora Alegría, lamentamos la exclusión de su institución en el ranking anterior. Por un error involuntario, su representada quedó fuera, sin haber sido valorada.

Esperamos que para una edición futura, Pan-American School pueda estar dentro de la clasificación. Incluimos los datos de este colegio:

Institución: Pan-American School	
Directora General:	Alegría Lores.
Ubicación:	Radial Santa Ana - San Antonio de Belén.
Costo de la mensualidad en V año, en dólares:	$515
Enfoque clerical:	No
Año de Fundación:	1971
Alumnos promedio por aula:	18
Idiomas extranjeros:	inglés, francés (opcional)
Cantidad de idiomas:	2 requeridos, 1 opcional
Acreditación:	NEASC (USA), CIS (Europa), MEP
Cantidad de acreditaciones:	3
Bachillerato internacional:	No
Cantidad de bachilleratos:	Bachillerato MEP, High School Diploma reconocido en EE.UU.
Laboratorios:	1 ciencias - 5 cómputo

¿Qué deben aprender sus hijos?

Brian Kim, estadounidense autor del libro de reciente publicación The hidden secret in think and Grow Rich (2007), escribió un artículo aleccionador (Top 5 Things That Should Be Taught In Every School) sobre cinco cosas que deben ser enseñadas en los colegios.

La tarea para los sistemas educativos sería crear conciencia mediante un curso denominado Mundo Real 101, señala Kim.

Finanzas personales es el primer tópico. Muchos conceptos esenciales son desconocidos por los jóvenes y no saben cómo invertir su dinero ni cómo hacer un presupuesto para su vida diaria.

En este contexto adquieren gran trascendencia las cosas intangibles, como aprender la diferencia entre querer y necesitar, posponer la gratificación y tener un sentido interno del valor.

El segundo factor es la **comunicación efectiva**. Para ser efectivos comunicadores se debe preparar el contenido con anticipación y mantener simple el discurso, valiéndose de ejemplos.

El tercer tema es el **desarrollo de habilidades de socialización**. Respetar costumbres de otras culturas y sobre todo distinguir el momento adecuado para hablar y escuchar. Kim subraya la importancia de construir relaciones y de cultivarse en el arte de crear redes.

El cuarto punto son las **ventas**. "Si se piensa -reflexiona Kim- todos vendemos algo todos los días. Vendemos ideas a nuestro jefe y amigos. Nos vendemos cuando hacemos una entrevista de trabajo". Para vender se debe sobre todo escuchar y ser persuasivo, entre otras capacidades.

Por último, Kim menciona el **manejo del tiempo** como una cuestión fundamental. La salud entra en este apartado ya que es imprescindible tener tiempo para hacer ejercicio y tomar conciencia de la dieta y la nutrición. EKA

Cefa remozará Fischel

Jorge Walter Bolaños, Presidente de la Junta Directiva de Corporación CEFA, indica luego de la adquisición de las Farmacias Fishel, la primer estrategia será rebajar los precios de los productos.

¿En qué momento se encuentra la Corporación Cefa en relación con la compra de la Fischel?

- Hemos terminado el proceso de los pagos del fideicomiso y a los accionistas preferentes.

¿Cuáles son las estrategias a implementar de ahora en adelante?

- Vamos a remozar, primero que todo, el campo de las comunicaciones. Eso quiere decir que nos dedicaremos al mejoramiento de la imagen de las farmacias, mediante la remodelación de las tiendas, y de la actualización de los equipos y suministros.

¿Qué pasará con las dos marcas de la corporación Fischel?

- Las mantendremos, solo que los formatos de las farmacias Catedral y Fischel no estaban bien definidas ni bien diferenciadas. Nos dedicaremos a ahondar en lo que las distingue, para que la clientela pueda tenerlo mejor delimitado.

¿Habrá algún cambio o novedad en cuánto a la venta de productos?

- En coordinación con los proveedores, vamos a diseñar productos de uso personal y medicinales de tipo genérico con marca propia. Sabremos cuáles productos en un mes plazo.

¿En relación con el servicio al cliente, qué han pensado?

- Queremos brindarle servicios adicionales, por ejemplo mediante un centro de atención vía internet y mejorar el envío a domicilio conocido como servicio express. Estos resultados tomarán un poco más de tiempo.

¿Sobre la expansión de las farmacias?

- Diseñaremos el proceso de expansión en Centroamérica, pero necesitamos robustecer la administración. Por eso, vamos a entrar en estos días en el proceso de contratación de un nuevo gerente que lo guíe. EKA

"Otra estrategia de la empresa, será mantener las dos marcas, tanto Farmacias Fischel, como Farmacias Catedral". Jorge Walter Bolaños, Presidente de la Junta Directiva de Corporación Cefa.

Detrás del precio del vino...

¿Por qué hay una diferencia notable en cuanto al precio de los vinos chilenos y europeos? Unos pensarían que por calidades, otros quizás dirían que por los costos de transporte.

Sin embargo, específicamente, los vinos europeos tienen un incremento mayor a los importados de chile, por tener más cargas impositivas.

Claro está, que también se da el factor de que con Chile existe un Tratado de Libre Comercio.

Según datos de la Cámara de Comercio, una botella de esta bebida traída desde Italia, debe pagar un 14% del derecho arancelario de importación (DAI), mientras que uno de Chile sencillamente no lo paga, a pesar de que ambos tienen que pagar el mismo porcentaje (10%) de S. C. (selectivo de consumo). El vino de Italia debe pagar otro 10% al Instituto de Fomento y Asesoría Municipal, no así el vino chileno.

Los impuestos de ventas son de un 13% para ambos, sin embargo, la Ley 6946 del impuesto general sobre las ventas, exige que cada botella de vino de Italia pague otro 10%, mientras que la chilena está excenta.

Así las cosas, si un tico quiere degustar de un vino traído de Italia, debe pagar un 48% de impuestos (sin tomar en cuenta el porcentaje específico); mientras que si su elección es un producto de los viñedos de Chile, solo paga el 23% (también sin el específico); que viene siendo menos de la mitad.

Un importador de vinos europeos, que prefirió no identificarse, afirmó que estos impuestos lo que hacen es prohibirle al consumidor disfrutar de una carta de vinos más amplia a precios razonables.

	Italia	Chile
DAI	14%	No paga
SC	10%	10%
Ley 6946	1%	No paga
IFAM	10%	No paga
Específico	Depende del grado alcohólico y el volumen	Depende del grado alcohólico y el volumen
Ventas	13%	13%
Total	48% sin el específico	23% sin el específico

Fuente: Cámara de Comercio de Costa Rica. EKA

AM PM y Fresh Market

Supermercados residenciales

La esencia del negocio de las tiendas AM PM y Fresh Market es ser supermercados de barrio. Así lo explicó Armando González, Gerente de Inversiones AM PM, firma que desarrolla con gran éxito la cadena en el área metropolitana.

Recientemente, sin embargo, la compañía amplió el rango territorial para incluir zonas más urbanas y comerciales que también abarcara tráfico a pie como el de las oficinas. Esta visión se ve reflejada en que la oferta varió para incorporar, por ejemplo, comidas preparadas.

Las dos marcas se han caracterizados por vender frutas y verduras, panes y repostería, lácteos, abarrotes y licores, para satisfacer las necesidades de consumidores en un 40% femenino y un 60% masculino, según los estudios de mercado realizados por la misma empresa.

Con el objetivo de segmentar y aprovechar nichos más específicos, González detalló que Fresh Market y AM PM se diferencian estratégicamente. Así, Fresh Market se ha encaminado a efectuar cambios cualitativos, reflejados en la redecoración y remodelación de las tiendas y dirigidos a atraer aún más la compra de las mujeres.

Entre las mejoras realizadas están también, una mayor variedad en la oferta de frutas y verduras y de productos importados. A la vez se incluyó el servicio personalizado como un eje fundamental.

AM PM y Fresh Market cuentan con 13 tiendas en total y próximamente se abrirán tres más en zonas que no aún no serán anunciadas. EKA

Transporte muy ejecutivo

Con los grandes congestionamientos que todos los días se dan en las carreteras del país, ¿quién no necesita un chofer que le alivie el cansancio de manejar en las presas?

Esta idea se torna más interesante, si el transporte se realiza en un vehículo de lujo como un Lexus, un Avensis, un Station Wagon, un Prado o un Lexus LX 400.

Ahora el ejecutivo puede olvidarse del estrés de las carreteras y alquilar un vehículo con chofer incluido.

Se trata de Premium Transport Services, un servicio de Toyota Rent a Car destinado a ejecutivos de alto nivel, o bien, turistas cuyo perfil es muy alto. "Es un servicio a la medida que se ofrece de acuerdo con las exigencias del ejecutivo de hoy, del turista que le gusta el confort y la seguridad para vacacionar y del que quiere tener un ratito de chineo", explicó Marcia Vega, Gerente de Ventas y Mercadeo de Toyota Rent a Car.

Todos los vehículos que se rentan con chofer son de lujo y están en óptimas condiciones, el kilometraje no sobrepasa los 60 mil kilómetros y existe la opción de alquilarlos con hielera, teléfono celular, silla para bebé y el combustible pre-pago. Otras características son asientos de cuero, aire acondicionado, CD player, frenos ABS y bolsas de aire, entre otras ventajas. EKA

El servicio de alquiler de vehículo con chofer gana terreno de forma vertiginosa en el país

Libro del mes

Leonardo, el primero que se comió el queso

Durante varios años, el profesor Ramón Montaner, autor de este libro, ha estudiado de lleno la vida de Leonardo Da Vinci, sus hechos, sus inventos y sus teorías.

Este libro convierte de la vida del pintor, en una enseñanza actual para todos; es un espejo en el que podemos mirarnos para aprender o desaprender. Aspectos como la vocación o la curiosidad, entre otros, pueden conseguir que seamos capaces de ver el mundo desde otro prisma, sin perder de vista la realidad.

Este texto facilita el desarrollo de las competencias de Eficacia Personal siguiendo algunas de las grandes lecciones de Leonardo Da Vinci, además, utiliza los recursos que tenemos a nuestro alrededor para hacer frente al cambio, tal y como lo hizo el famoso pintor.

Según su autor, el libro explica que no estamos ante una época de cambios, sino en un cambio de época.

La lectura de este ejemplar y los ejercicios que contiene ayudan a gestionar con éxito este cambio de época.

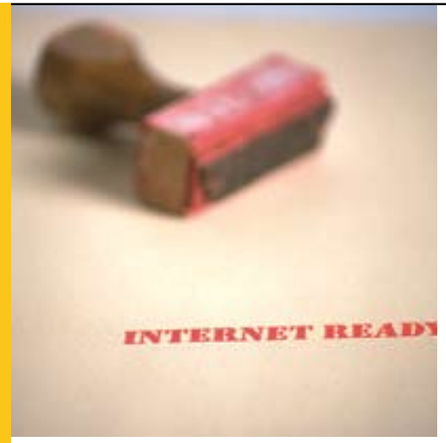
Ramón Montaner ha realizado estudios completos en Psicología Industrial, Peritaje y Profesorado Mercantil. Es Presidente del Grupo Montaner & Asociados, empresa dedicada a la Selección, Formación y Cambio Organizacional. También es fundador y promotor de la European Human Resources Consultants.

El libro se puede adquirir en cualquier tienda Universal y tiene un costo de ¢16.400. EKA

Latinoamérica empresarial en amarillo

Con un fondo amarillo y de forma sencilla, las Páginas Amarillas electrónicas (www.paginasamarillas.com) llevan al usuario de la mano por la información disponible en el sitio, que es un variado portal que da acceso a cientos de empresas de Latinoamérica y el mundo. El buscador por país, permite escoger entre aquellos de Latinoamérica, pero también da la opción de una búsqueda en todos al mismo tiempo. La parte de secciones tiene 26 categorías y si se escoge alguna de ellas, el sitio direccionará a un directorio extenso de empresas relacionadas con la temática. La ficha de cada compañía tiene la dirección física, el número de teléfono y celular, un link con el e-mail y la página web.

Los portales especializados están conformados por clases como Exportadores, Tecnología, Logística y una Guía Hotelera entre otros 6 disponibles. Si se selecciona uno de ellos lo trasladarán a un catálogo, subdivido a su vez en áreas más específicas de la rama de interés. En páginas amarillas.com, también se puede inscribir la empresa y además anunciarla. Así que el usuario solo debe ingresar y pasear su mouse por este útil directorio empresarial amarillo del ciberespacio. EKA



Para estar más contentos

Una buena noticia para Costa Rica: el Informe del Foro Económico Mundial 2006-2007, anunció que el país logró escalar 13 puestos en el índice de uso de tecnología, pasando del puesto 69 al 56.

Sin embargo, para Manuel Hess, Director de Servicios de Apoyo de la Coalición Costarricense de Iniciativas para el Desarrollo (CINDE), "sería ingenuo quedarse ahí". El especialista en el tema opina que es importante avanzar aceleradamente en varios ámbitos.

Por ejemplo, está pendiente el mejoramiento de las normas regulatorias de la actividad, ya que la actual no es la óptima. Para Hess los procesos licitatorios son densos y lentos, obstaculizando la eficiencia del Estado y de los sectores productivos.

Otro de los factores es ajustar las tarifas con los niveles internacionales. "En este momento seguimos teniendo precios más altos que otros países (como Panamá), afirma Hess.También menciona la definición normativa de la Voz sobre IP, ya que "siempre ha existido una incertidumbre o área gris en relación con su legalidad"; y llenar ese vacío, le permitiría al país ser más competitivo.

Por último, señala la necesidad de invertir en zonas alejadas. Hess comenta sobre un proyecto frontera a frontera del ICE que integre los recursos del Gran Área Metropolitana con las zonas alejadas. "Existen muchos defectos de infraestructura; no hay disponibilidad efectiva de telecomunicaciones de clase mundial en esas zonas", aseveró. EKA

Patrocinado por: MONTAÑA DE FUEGO HOTEL & SPA

¿Cuánto de su presupuesto anual, es destinado a tecnología de la información?

Rodrigo Contreras
Gerente Financiero Administrativo
Mercado de Valores de Costa Rica

El presupuesto ha sido depurado y optimizado al máximo desde hace cinco años, cuidadosamente, asignando unos $200.000 anuales, mismos que aumentaron este año a $320.000; de los que un 70% están dirigidos a la adquisición de software y licenciamientos y un 30% a la compra de hardware.
Este monto contempla la cobertura tecnológica de software que nos permite mantenernos a la vanguardia en la renovación de equipos; también constituye la integración de un servicio que entre sus valores primordiales destaca la protección de las inversiones en la aplicación de planes de contingencia, ante posibles catástrofes que pudieran perjudicar la continuidad del negocio.

Rodrigo Segura
Gerente de Mercadeo
HELVEX

La inversión tecnológica de Helvex en cuanto a equipo de uso diario no constituye un presupuesto elevado. Claro está que contamos con equipos de gran calidad y software que permiten el intercambio de información rápida y segura de nuestra compañía.
Helvex realiza inversiones importantes y de invaluable aporte al mercado en general, en la elaboración de sus productos.
En materia de inversión en equipos tecnológicos para la fabricación de nuestros productos y del personal que trabaja en la operación de los mismos, Helvex no mide presupuestos ya que todo tiene como finalidad únicamente ofrecer calidad.

Michael Williams
Gerente de Mercadeo e Importaciones
Audio Cinema S.A.

En lo que más se invierte es en licenciamientos de software, ya que una vez adquiridos los equipos, lo que más gastos representa, son las actualizaciones del software que normalmente requieren de una licencia nueva o en muchos casos, de una nueva versión.
Es importante que toda empresa invierta en equipos tecnológicos o en mantenerlos actualizados para lograr un buen desempeño, así como para lograr sus funciones y ser más competitivos en el mercado.
La inversión en estos equipos es constante y genera un gasto medio, pues mantenemos nuestros aparatos de computación así como los del taller de servicio, lo más actualizados posibles tanto en software como en hardware.

Las 50 líderes en negocios

Las exportaciones representan entrada de divisas. Las empresas requieren de estrategias sólidas, de alta capacidad de innovación y de habilidad para negociar y conquistar clientes exigentes.

Siempre se ha dicho que las exportaciones en este país son una gran fuente de divisas y que todas las empresas del país deberían buscar la forma de trascender las fronteras, sin embargo, aunque muchas logran dar el paso, no todas consiguen hacer crecer, cada año, sus exportaciones.
El ranking de empresas exportadoras de Costa Rica fue elaborado según el valor FOB de las exportaciones para el año 2006. El ranking incluye a las 50 principales compañías exportadoras, ya sean transnacionales o de origen nacional. Tanto los nombres de las principales empresas exportadoras del país, como el valor FOB de sus exportaciones en el año 2006, son datos que fueron tomados de la página web de la Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER).
Otros datos tomados en cuenta para la elaboración del ranking, con el fin de caracterizar a sus integrantes, fueron el número de teléfono, la página web, el nombre del gerente general, el sector productivo al que pertenecen, así como el producto que exportan, el principal destino (país), hacia el que exportan.

Ventajas

Igualmente, se incluyó además, el régimen exportador al que pertenecen las compañías, ya que los regimenes especiales brindan a las empresas ventajas en cuanto a impuestos que probablemente inciden en su éxito como exportadoras.
Mucha de esta información cualitativa se encontró en el Directorio de Exportadoras e Importadoras de PROCOMER y en las listas de empresas pertenecientes a los regimenes exportadores de Perfeccionamiento Activo y Zona Franca, publicadas en la página web de PROCOMER.
Los datos acerca del sector productivo al que pertenecen las diferentes empresas rankeadas fueron encontrados en el informe Estadísticas de Exportación 2006, de PROCOMER.
Cabe destacar que en el caso de las empresas Diversificados de Costa Rica (DICOR), Llantas de Centroamérica S.A., Frutas Tropicales Venecia S.A., Tropicalrica Internationaltri S.A. y Cabo Marzo S.A., no fue posible obtener los números de teléfono por ningún medio. Se consultó con la Gerencia de Operaciones de PROCOMER, pero estas compañías no aparecían dentro de sus listados telefónicos. Es posible que esto se deba a confusiones en cuanto al régimen exportador al que pertenecen las empresas. EKA

Ranking de las 50 principales compañías exportadoras en Costa Rica

Posición	Empresa	Valor FOB de las exportaciones 2006 (Millones de dólares)	Destino de exportación principal	SECTOR	Régimen Exportador	PRODUCTO	GERENTE	TELÉFONO	Página Web
1	Componentes Intel De Costa Rica	1832.1	China	Industrial	Zona Franca	Componentes eléctricos y nitrógeno líquido	Mohsen Fazlian	(506) 298-6000	www.intel.com
2	Hospira Holdings	315.9	Estados Unidos	Industrial	Zona Franca	Equipos de infusión y transfusión de sueros	Jonathan Lee Waldron	(506) 209-5000	www.hospira.com
3	Corp. De Desarrollo Agrícola Del Monte	163.9	Estados Unidos	Agrícola	Perfeccionamiento Activo	Bananas, melón y piña	Donald Murray	(506) 212-9000	www.freshdelmonte.com
4	Baxter Productos Médicos, Ltda.	149.5	Puerto Rico	Industrial	Zona Franca	Productos médicos	Chester Zelaya	(506) 590-1000	www.baxter.com
5	Coca Cola Industrias S.R.L.	132.7	Guatemala	Industrial	Zona Franca	Concentrados para bebidas carbonatadas y no carbonatadas	Walter Cruz	(506) 233-3344	www.femsa.com
6	Conducen, S.A.	125.2	Guatemala	Industrial	Regular	Conductores eléctricos	Augusto Antunez	(506) 298-4800	www.pdic.com
7**	REMECINC, S.R.L. (Renunció Al Régimen De Zona Franca)	106.4	Holanda	Industrial	Zona Franca	Amplificadores de radiofrecuencia	N.D	N.D	www.remec.com
8	Liga Agrícola Industrial de la Caña de Azúcar	104	Estados Unidos	Industrial	Perfeccionamiento Activo	Alcohol anhídrido	José Miguel Jiménez C.	(506) 284-6000	www.laica.co.cr
9	Manufacturera Wr Alajuela S.A.	101.3	Estados Unidos	Industrial	Perfeccionamiento Activo	Ropa de mezclilla	Randy Pearce	(506) 442-4280	N.A
10	Trimpot Electrónicas Limitada, S.R.L.	92.8	Estados Unidos	Industrial	Zona Franca	Componentes eléctricos	Carlos Orlem Campos	(506) 298-3800	www.bourns.com
11	Scott Paper Company De Costa Rica,	89	República Dominicana	Industrial	Perfeccionamiento Activo	Toallas de papel, papel higiénico	Carlos Passuello	(506) 298-3100	www.kcandina.com/kcplatam/VBeContent/Home.asp
12	Atlas Industrial, S.A.	88.6	Guatemala	Industrial	Perfeccionamiento Activo	Electrodomésticos	Carlos Medina	(506) 260-3737	www.atlas.co.cr
13	Teradyne de Costa Rica	87.9	Estados Unidos	Industrial	Zona Franca	Equipos de componentes electrónicos	René Cardona	(506) 293-4021	www.teradyne.com
14	Compañía Bananera Atlántica, Ltda.	85.8	Estados Unidos	Agrícola	Perfeccionamiento Activo	Banano, piña y melón.	José Luis Valverde	(506) 204-2000	N.A
15	Ind Textilera Del Este S.A. (Heredia)	84.7	Estados Unidos	Industrial	Zona Franca	Ropa femenina	Rubén Méndez Carmiol	(506) 242-8200	N.A
16	Merck Sharp & Dohme (I.A.) Corp.	78.8	Venezuela	Industrial	Perfeccionamiento Activo	Medicamentos para uso humano	Nicole Schmidin	(506) 210-0210	www.merck.com
17	Roche Servicios, S.A	78	Panamá	Industrial	Zona Franca	Productos farmacéuticos	Alberto Rodríguez	(506) 298-1500	www.roche.com
18**	Diversificados De Costa Rica, Dicor	76.7	Estados Unidos	Agrícola	N.D	Productos frescos	N.D	N.D	N.D
19**	Llantas de Centroamérica S.A.	75.6	Estados Unidos	Industrial	Zona Franca	Productos de la Industria de Caucho	N.D	N.D	N.D
20	Arthrocare Costa Rica, S.R.L.	73.4	Estados Unidos	Industrial	Zona Franca	Productos medicos y guías para artroscopia	Jorge Chaves Ugalde	(506) 209-1500	www.arthrocare.com
21	Terramix	69.7	Estados Unidos	Industrial	Zona Franca	Empaques de caucho	Alvaro Gutiérrez P.	(506) 205-1800	N.A
22	Pfizer Zona Franca S.A	63.4	Panamá	Industrial	Zona Franca	Productos farmacéuticos y de salud animal.	Sylvia Varela	(506) 209-3000	www.pfizer.com
23	Cartex Manufacturera, S.R.L.	62	Estados Unidos	Industrial	Zona Franca	Prendas para vestir	Javier Casasnovas	(506) 573-7481	N.A
24	Desarrollo Agroindustrial de Frutales S.A	61.6	Estados Unidos	Agrícola	Regular	Bananos	Jack Loeb Casanova	(506) 283-8979	www.caribanacr.com
25	Vidriera Centroamericana, S.A. (Grupo VICAL)	61.3	Jamaica	Industrial	Regular	Envases de vidrio	Marco Antonio Meneses Granados	(506) 550-3200	www.grupovical.com
26	Sawtek, S.R.L.	58.6	China	Industrial	Zona Franca	Filtros de frecuencia	Eduardo Sandoval S.	(506) 209-8900	www.sawtek.com
27	Seton Costa Rica, S.R.L.	53	Estados Unidos	Industrial	Zona Franca	Manufacturas de cuero	José Enrique Alvarez Velásquez	(506) 440-9400	www.seton.com
28	Standart Fruit Company de Costa Rica	52.7	Estados Unidos	Agrícola	Perfeccionamiento Activo	Banano	Peter Gilmore	(506) 287-3000	www.dole.com
29	Boston Scientific de Costa Rica, S.R.L.	50.9	Estados Unidos	Industrial	Zona Franca	Instrumentos de medicina, odontología y veterinaria	Richard Arvon Mcwhorter y Claudio Donato Monge	(506) 509-0800	N.A
30	CVG Aluminios Nacionales S.A.	47.5	México	Industrial	Zona Franca	Papel aluminio	Ramón Rosales	(506) 635-5522	www.alunasa.com
31**	Frutas Tropicales Venecia, S.A.	46.4	Estados Unidos	Agrícola	N.d	Productos frescos	N.D	N.D	N.D
32	Allergan Medical (INAMED de Costa Rica S.A.)	41.9	Estados Unidos	Industrial	Zona Franca	Dispositivos médicos para cirugía plástica	Alexander Unfried Salazar	(506) 293-4094	www.allergan.com
33	Coopesa Division Aviación	41.8	Estados Unidos	Industrial	Zona Franca	Partes de avión	Rimsky Vuitreago	(506) 437-2800	www.coopesa.com
34	Del Oro, S.A.	38.9	Holanda	Industrial	Zona Franca	Jugo de Naranja, piña y maracuya	Randolph Fleming	(506) 233-2386	www.delorocr.com
35**	Tropicalrica Internationaltri S.A.	38	Bélgica	Agrícola	N.D	Productos frescos	N.D	N.D	N.D
36	Metalco, S.A.	37.4	Nicaragua	Industrial	Regular	Láminas y hierro	Mario Iván Goméz	(506) 247-1100	www.metalco.net
37	Manufacturera de Cartago, S.R.L.	36.9	Estados Unidos	Industrial	Zona Franca	Ropa íntima femenina	Luis Alejandro Castro	(506) 573-7556	www.saralee.com
38	Cooperativa de Productores de Leche	36.1	Guatemala	Pecuario y Pesca	Regular	Productos lácteos	Jorge Pattoni	(506) 437-3000	www.dospinos.com
39	Compañía Industrial Aceitera Coto 54 (Numar)	34.6	México	Industrial	Zona Franca	Biodiesel	Fernándo Maroto	(506) 257-9666	N.D.
40	Bridgestone Firestone de Costa Rica S.A.	34.2	Guatemala	Industrial	Perfeccionamiento Activo	Llantas	Horacio Hidalgo	(506) 209-7400	www.firestone.co.cr
41	Panduit de Costa Rica Ltda.	33.9	Estados Unidos	Industrial	Zona Franca	Cable fibra óptica y fibra óptica.	William Ernest Hernández	(506) 494-1800	www.panduit.com
42	Tico Frut, S.A.	33.8	Estados Unidos	Industrial	Zona Franca	Jugos concentrados	Pierre Zofoli	(506) 228-9621	N.a
43	Durmam Esquivel, S.A.	33.2	Guatemala	Industrial		Tubería de PVC	Luis Martínez Velázquez	(506) 212-5700	www.durman.com
44	Confecciones Jinete, S.A. (Jockey)	32.8	Estados Unidos	Industrial	Perfeccionamiento Activo	Ropa interior	William Whitney	(506) 230-4557	www.jockey.com
45	Melones de Costa Rica, S.A.	32.1	Estados Unidos	Agrícola	Regular	Melones	Carlos E. González	(506) 282-1315	N.A
46	Espion S.A. (Itt Industries, S.A.)	32.1	Estados Unidos	Industrial	Zona Franca	Interruptores electrónicos	José Luis López Sauma	(506) 282-7711	N.D
47**	Cabo Marzo, S.A.	31.2	Estados Unidos	Agrícola	N.D	Productos frescos	N.D	N.D	N.D
48	Unisola de Costa Rica (Unilever)	29.2	Honduras	Industrial	Perfeccionamiento Activo	Salsas	Otto Paulo Leal	(506) 293-4411	www.unilever.com
49	Laminadora Costarricense, S.A. (Parte del Grupo ARCELOR)	28.1	Panamá	Industrial	Perfeccionamiento Activo	Varilla de acero	Wéllerson Ribeiro	(506) 236-0039	www.arcelor.com
50	Centro Internacional de Inversiones Cii, S.A. (Tenería Primenca)	28.1	Estados Unidos	Pecuario y Pesca	Regular	Cueros y pieles	Roberto Rojas	(506) 443-1000	www.trimeca.com

No incluye exportadoras de café
**No se encontró el número de teléfono de estas empresas
Elaboración propia con base en datos suministrados por las empresas y PROCOMER

¿Cómo crecer un 10% al año?

Exportaciones de 30 millones de cajas de piña al año y manejar una operación de más de 7,200 empleados, es la carta de presentación que tiene Donald Murray, al frente de la multinacional Del Monte.

La historia de esta empresa se remonta a 1916, cuando nació Del Monte Foods en San Francisco. Conocida por sus procesos de innovación constantes en la industria agroalimentaria. Entre sus logros está haber sido la primera procesadora de alimentos estadounidense en incluir información nutricional en las etiquetas de sus productos.

En 1999, Del Monte dio un paso importante y pasó a ser empresa pública. Sus acciones se transan en la New York Stock Exchange bajo las siglas DLM. Luego de haber caído por algunos meses, su precio ha venido subiendo desde setiembre del 2006 y al cierre de esta edición había alcanzado los $12.

Su potencial de crecimiento es enorme y es probable que en los próximos años más novedades vengan a engrosar la lista de productos que abarcan una gran clase de alimentos, incluidos algunos para mascotas.

!Aloha...!

En Costa Rica, Del Monte posee dos divisiones: Bandeco que se dedicada al cultivo y exportación de banano y Pindeco que es la que se encarga del área de la piña.

Las exportaciones de este producto, en lo que a piña fresca se refieren han venido en aumento, al pasar, según datos del Banco Central de Costa Rica, de más de 197 millones de dólares, en el 2003, a casi 433 millones, el año anterior. Más de un 100% de crecimiento.

Precisamente, Murray reconoce que el interés por la piña, de parte de otros países, ha crecido.

Con orgullo advierte que uno de los mayores aciertos que han tenido con el producto, fue que "apostamos fuerte cuando introdujimos al país una variedad de piña que trajimos desde Hawai. Se trata de la Gold, una piña más dulce que las tradicionales y que ha conquistado con facilidad el gusto de mercados exigentes como el europeo. Incluso desplazó a las otras piñas del mercado nacional".

"Los expertos en frutas a nivel mundial, aseguran que esta comercialización, a nivel de fruta fresca, es destacable, pues el consumo per cápita ha subido 10 veces". Incluso mantienen producción de piña en países como Kenia y Filipinas para tener cercanía con otros mercados.

No escatima al afirmar que gracias al repunte de este producto, Del Monte es una marca conocida internacionalmente.

"Obviamente, las negociaciones no han sido sencillas, pero cuando se tiene un producto de calidad, se logran grandes cosas".

¿A qué mercados le ve más potencial de crecimiento?

- Todos están fortaleciéndose y afortunadamente, todos pagan bien por la calidad del producto, pero los del Lejano y Medio Oriente, por el consumo acelerado, son los que tienen posibilidades de crecer mayormente.

¿Hacia qué evolucionarán las exportaciones de piña; a dar más valores agregados con productos hechos de piña?

- No. Aún no se ha pensado en eso porque está vigente la curva ascendente en cuanto al consumo per cápita de la fruta y hay que sacarle el mayor provecho. Se está vendiendo mucha fruta fresca, aunque algún día, como todo, deberá llegar a un tope, sin embargo, estamos preparados. Los mercados son dinámicos y precisamente nos marcarán la pauta que debemos seguir.

¿Cuál es el principal mercado exportador de piña que representa una mayor competencia para Costa Rica?

- Localmente, sabemos que hay de este tipo de piña en Guatemala, Panamá y Ecuador. Son a esos mercados, a los que debemos tener presentes. Lamentablemente, este producto tiene un defecto y he de reconocerlo: "si se expone a bajas temperaturas (menos de 18 grados centígrados), la planta crece prematuramente y eso le resta gran valor comercial.

¿En qué se diferencian esos mercados al tico?

- La temperatura aquí es muy estable y es una gran ventaja, lo que hace que tengamos productos de buena calidad y alta producción. En estos países, el clima varía bastante y hace que la planta sufra shock fisiológicos y de alguna forma el producto se vea afectado. En este momento, Costa Rica tiene un buen prestigio piñero.

Niveles altos

Al tener niveles altos de producción y a su vez, gran aceptación en los mercados a los que exporta, Murray, con 19 años de estar a la cabeza de esta empresa, asegura que no es fácil negociar con tanta gente (proveedores y clientes), por eso la calidad en ambos sentidos debe resguardarse con recelo. Las cifras hablan de que la empresa ha crecido en el orden de un 10% por año.

¿Cuánto espera crecer en el 2007?

- Hemos experimentado una gran expansión. Hace algún tiempo quisimos crecer comprando fruta a productores independientes, dado el aumento de pedidos, y estamos trabajando más en ello este año. Además, empezamos con cultivos en Limón. Nuestra meta es crecer un 10% y para ello nos centramos en buscar oportunidades con nuevos productos.

Exportaciones de piña fresca

Año	Montos en miles $	Kilos
2003	197,377	558,649,127
2004	255,976	692,471,411
2005	324,684	898,292,142
2006	432,785	1,182,018,387
Total	**1,210,822**	**3,331,431,067**

¿Cuánto exporta al mes su compañía?

- Cerca de 30 millones de cajas de piña anualmente.

¿Cuántos empleados tienen?

- Más de 7,200 empleados. De ellos 2,200 se dedican a la piña y el resto a los otros productos.

¿Cuál es la meta principal que tienen para el 2008?

- Siempre nos centramos en tres áreas: calidad, tratar de mantener el sello Del Monte y ventanas de demanda: que es el suministro oportuno, para estar pendientes de qué se produce y cuánto. Y los costos; que es lo que mueve todo negocio. Siempre tratamos que sean bajos y competitivos. Y si es en cifras, nuestro norte es ese 10%

¿Qué pasaría en el sector si no se da la aprobación del Tratado Libre Comercio con Estados Unidos?

- Obviamente, para una empresa como la nuestra el TLC es vital. No sería saludable que se nos cerrarán puertas de algunos mercados a los que estamos llegando. Tenemos la esperanza que con el referéndum el pueblo vote a favor.

¿Qué considera que hace bien Costa Rica como país exportador?

- El factor clima es fundamental y es una gran ventaja que tiene este país, sobre todo pensando en empresas que basan su producción en la agricultura. Sin embargo, es muy importante el recurso humano, pues tiene un nivel más elevado que los otros países del área, y ese es un punto alto para cualquier compañía que produzca en este lugar. Por ejemplo, Del Monte también exporta recurso humano a países como Guatemala, Kenia, Filipinas, Ecuador y Colombia. Eso habla muy bien del potencial que tiene la gente.

¿En qué áreas considera que deberíamos mejorar?

- Es evidente que la infraestructura debe mejorar. El aspecto de carreteras, accesos y transporte es básico. Creo que este gobierno ya sabe muy bien lo que el país necesita y creo que ya hay un cambio de actitud. Esperamos que las mejoras continúen.

¿Cuál es su secreto para administrar el tiempo?

- A veces uno se pregunta por qué Dios no hizo diez días a la semana -se ríe-. "Este negocio es bastante complejo. No se trata solo de cortar la fruta y empacarla. Hay que contemplar muchísimos aspectos como investigaciones, fuerzas laborales, entre otros. Por dicha, ahora hay instrumentos que hacen estas cosas más fáciles que no estaban al inicio de mi carrera; como el correo electrónico o el teléfono".

"Igualmente, siempre hice caso al hábito "first things first" (primero lo primero). Organizar prioridades es un buen secreto. También hay que respetar el tiempo personal: tener una dieta sana y hacer mucho ejercicio. Claro, confieso que algunos domingos me llevo trabajo a la casa".

¿Cuál sería su mejor tip para los exportadores de este país?

- Estudiar las expectativas, ver qué es lo que el cliente pide. Al consumidor, hay que tomarlo siempre en consideración porque está muy conciente que el producto no solo tiene que venir con un sello y en una caja bonita. EKA

Toda meta tiene un inicio

CONFIES

CONGRESO INTERNACIONAL DE FINANZAS ESTRATÉGICAS

martes 4 y miércoles 5 de Setiembre
Hotel Tryp Corobicí

Inscripciones:
Karina Delgado • karina.delgado@eka.net
Johanna Argüello • johanna.arguello@eka.net

Para exhibir:
Zona Oeste: Christian Alfaro
Cel. 356-6871• christian.alfaro@eka.net
Zona Este: María Fernanda Herrera
Cel. 850-1725 • fernanda.herrera@eka.net

www.confies.org

Toda meta tiene su inicio y empieza en Confies. Dos días de conferencias simultáneas con expositores internacionales para el profesional en finanzas, que le permitirá mantenerse actualizado, intercambiar puntos de vista, comparar estrategias en el campo financiero y ampliar su red de contactos.

Ejes temáticos:
• Gobierno Corporativo: Herramienta para la Competitividad
• Valor para accionistas
• Financiamiento Estratégico

Además, el área de exhibición será el lugar ideal para que los asistentes a CONFIES conozcan nuevos proveedores y servicios que le faciliten la labor y aumenten su productividad

Auspicia: BNV
Patrocina: Villas del Río
Organiza: EKA La Revista Empresarial

Co-patrocinan: BCR
Participan: BCR, Delta Air Lines, FAYCA Facio & Cañas, IBL Pensiones, HSBC, ASM

Multinacionales y exportadores

Con la idea de innovación constante, liderazgo y con metas firmes es que cada día nos enfrentamos a la entrada de nuevas multinacionales a nuestro país y es en este punto en donde el sector productivo cumple un papel predominante ya que la inversión extranjera es la pieza clave de una globalización y el desarrollo de una región y su economía.

Partiendo de este punto de vista y con visión futurista es que debemos de lograr una estabilidad en la economía y de nuestra balanza de comercial ya que debemos de mantener nuestras importaciones y aumentar el volumen de exportaciones hacia nuestro principal comprador en el extranjero y preocuparnos de aumentar nuestros mercados en el exterior.

Así como una mayor flexibilidad en la moneda nacional frente al dólar ya que por mucho tiempo se ha mantenido estable y se ha jugado con valores agregados a los productos exportados para poder mantenerse y ser competitivos y de esta forma obtener márgenes de ganancia que les permitan compensar las pérdidas del tipo de cambio.

El desarrollo de instituciones financiera sólidas y de trayectoria en nuestro país juega un papel de gran importancia en el mercado de capitales ya que permiten un acceso directo a los financiamientos de las empresas que desean incursionar en el campo de los exportadores hacia nuevos mercados.

Es desde esta perspectiva que las principales instituciones financieras deben proporcionar en gran medida mecanismos diferentes y ágiles de financiamiento a estas empresas que no siempre cuenta con las herramientas necesarias para el respaldo de un financiamiento o la apertura de una línea de crédito a corto o mediano plazo que les permita inyectar capital y mejorar en gran medida los flujos de caja.

Lo anterior, con el fin de que sus producciones se vean plasmadas en producto terminado que permitan conquistar nuevos mercados en el exterior y que beneficie directamente a nuestro país con la entrada de nuevas divisas, eso unido al desarrollo humano y profesional de la mano de obra contratada localmente permitiendo una activación acelerada de la economía en lo que la fuente laboral se refiere.

Alfonso Alvarez S.
Jefe Departamento
de Crédito y Cobro.
FINANCIERA DESYFIN

TIPO DE CAMBIO DE REFERENCIA, VENTA, AL ÚLTIMO DÍA DEL MES

	Ene	Feb	Mar	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Set	Oct	Nov	Dic
2004	420.64	423.83	427.04	430.06	433.24	436.55	439.81	443.21	446.84	450.37	454.02	457.76
2005	462.48	465.83	468.87	472.07	475.19	478.68	481.54	484.84	487.94	490.93	494.29	497.71
2006	500.65	503.17	506.03	508.66	511.3	514.01	516.7	519.34	522.06	519.8	518.7	519.95
2007	521.05	520.97	520.69	520.68	520.76							

Fuente: Banco Central

TASA DE VARIACIÓN DEL TIPO DE CAMBIO EN ULTIMOS 12 MESES (%)

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Set	Oct	Nov	Dic
2005	9.95%	9.91%	9.80%	9.77%	9.68%	9.65%	9.49%	9.39%	9.20%	9.01%	8.87%	8.72%
2006	8.22%	8.09%	7.95%	7.83%	7.6%	7.46%	7.31%	7.19%	7.04%	6.59%	5.34%	4.61%
2007	4.16%	3.76%	3.13%	2.60%								

TASA BÁSICA PASIVA AL PRIMER DÍA DEL MES (%)

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Set	Oct	Nov	Dic
2005	14.50	14.75	15.00	15.00	15.00	15.75	15.75	15.50	15.50	15.25	15.25	15.25
2006	15.25	15.25	15.25	15.25	15.25	13.5	13.5	13.75	13.75	13.5	13.25	11.25
2007	11.25	10.75	9.25	8.0	7.50							

LIBOR A 6 MESES AL ÚLTIMO DÍA DEL MES (%)

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Set	Oct	Nov	Dic
2004	1.21	1.17	1.16	1.38	1.58	1.94	1.98	1.99	2.20	2.31	2.64	2.78
2005	2.96	3.16	3.40	3.41	3.54	3.71	3.92	4.06	4.23	4.47	4.60	4.70
2006	4.81	4.99	5.14	5.25	5.33	5.59	5.51	5.43	5.37	5.39	5.34	5.37
2007	5.40	5.33	5.33	5.36	5.38							

EXPORTACIONES FOB EN MILLONES DE EUA DÓLARES

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Set	Oct	Nov	Dic
2004	475.1	512.9	582.6	524.0	555.9	555.7	524.6	478.7	519.6	526.3	546.1	500.1
2005	487.8	531.1	576.8	624.5	610.3	618.1	574.5	591.9	624.3	579.4	629.4	572.8
2006	538.7	634.1	816.1	561.7	767.2	749.2	629.2	720	714	706.6	733.9	637.1
2007	698.5	700.13	871.5	747.4								

Fuente: Banco Central.

IMPORTACIONES CIF EN MILLONES DE EUA DÓLARES

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Set	Oct	Nov	Dic
2004	617.5	655.4	741.6	659.7	687.0	732.6	741.1	679.2	659.8	690.5	727.6	676.1
2005	720.3	695.4	724.5	783.4	821.3	806.5	840.8	895.2	806.9	860.9	942.0	909.3
2006	921.6	813.8	974.4	846.5	1040.4	944.4	969.1	1028.6	966.7	1022.9	1099.6	902.7
2007	1056.8	947.3	997.4	923.7								

Fuente: Banco Central.

RESULTADO FINANCIERO ACUMULADO DEL GOBIERNO CENTRAL (INGRESOS MENOS GASTOS)

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Set	Oct	Nov	Dic
2003	-107.08	-142.23	-124.60	-152.33	-182.35	-223.51	-294.80	-365.60	-418.41	-423.37	-456.41	-514.19
2004	-159.18	-189.90	-184.53	-182.47	-202.57	-208.57	-290.73	-313.19	-387.69	-401.64	-447.87	-439.06
2005	-149.46	-177.01	-162.19	-132.19	-142.33	-126.90	-175.45	-177.91	-260.54	-241.23	-241.83	-303.35
2006	-99.48	-114.91	-148.42	-103.77	-91.55	-62.63	-91.61	-166.1	-180.8	-159	-135.6	-150.3
2007	-54.24	-38.87	-91.66									

Fuente: Ministerio de Hacienda.

Cifras en millones de EUA dólares, transformadas al tipo de cambio de venta del mes

RESERVAS NETAS DEL BANCO CENTRAL CIFRAS EN MILLONES DE EUA DÓLARES

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Set	Oct	Nov	Dic
2005	1910.0	1986.3	2104.9	2148.7	2163.5	2194.0	2248.9	2311.0	2372.9	2379.9	2206.7	2312.6
2006	2350.1	2405.2	2765.7	2740.9	2503.8	2613.6	2588.11	2675.6	2764.6	2882.13	3122.6	3114.5
2007	3164.5	3239.3	3491.6	3559.2	3678.4							

ÍNDICE MENSUAL DE ACTIVIDAD ECONÓMICA (IMAE)* CON INDUSTRIA ELECTRONICA DE ALTA TECNOLOGIA

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Set	Oct	Nov	Dic
2005	186.84	186.85	187.63	189.15	190.42	191.69	193.24	194.33	194.51	194.31	194.48	194.85
2006	201.97	203.68	205.76	207.21	208.8	210.56	212.16	213.54	214.26	214.54	215.08	216.09
2007	217.12	217.94	218.88									

Fuente: Banco Central. Serie tendencia de ciclo, base: 1991=100

UNIDAD DE DESARROLLO, AL ÚLTIMO DÍA DEL MES (EN COLONES COSTARRICENSES)

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Set	Oct	Nov	Dic
367.11	372.47	378.14	380.87	383.82	386.66	390.32	395.09	399.29	402.67	405.69		410.56
2005	415.49	422.22	428.30	432.18	436.19	441.53	444.91	449.43	455.03	457.44	461.49	468.48
2006	468.72	474.28	479.45	484.27	486.07	487.8	493.83	499.52	504.19	508.65	509.37	513.61
2007	518.82	523.68	526.71	529.85	534.44							

Fuente: Banco Central.

INFLACION DEL MES Y ACUMULADA

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Set	Oct	Nov	Dic
1.96%	1.09%	0.83%	0.96%	1.37%	0.46%	1.28%	1.25%	0.17%	1.24%	1.62%		1.01%
A-2005	1.96%	3.08%	3.94%	4.93%	6.37%	6.83%	8.23%	9.58%	9.77%	11.13%	12.94%	14.07%
I-2006	1.17%	0.89%	0.17%	0.43%	1.58%	0.96%	0.93%	0.88%	-0.17%	0.19%	1.02%	1.01%
A-2006	1.17%	2.07%	2.24%	2.68%	4.31%	5.31%	6.28%	7.22%	7.04%	7.24%	8.33%	9.43%
I-2007	0.95%	0.35%	0.73%	0.92%								
A-2007	9.19%	8.62%	9.22%	9.76%								9.1%

Proyección **EKA**

TIPO DE CAMBIO DEL EURO (DÓLARES POR EURO, AL PRIMER DÍA DE CADA MES)

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Set	Oct	Nov	Dic
2005	1.35	1.32	1.32	1.30	1.29	1.22	1.21	1.22	1.24	1.19	1.20	1.18
2006	1.18	1.21	1.2	1.21	1.26	1.27	1.28	1.28	1.28	1.27	1.27	1.32
2007	1.33	1.30	1.32	1.33	1.36							

Fuente: Banco Central.

PRIME RATE AL ÚLTIMO DÍA DEL MES (%)

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Set	Oct	Nov	Dic
2004	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,25	4,50	4,75	4,75	5,00	5,25
2005	5,25	5,50	5,75	5,75	6,00	6,00	6,25	6,50	6,75	6,75	7,00	7,25
2006	7.25	7.5	7.75	7.75	8	8.25	8.25	8.25	8.25	8.25	8.25	8.25
2007	8.25	8.25	8.25	8.25	8.25							

Fuente: Banco Central de Costa Rica

Invirtiendo en mercados internacionales

El fuerte ajuste a la baja que han experimentado los rendimientos del mercado bursátil y financiero costarricense, sin duda alguna, han reducido a prácticamente nada, la zona de confort que implicaba para los inversionistas y asesores de inversión, atrincherarse dentro del mercado nacional.

Por zona de confort debe entenderse que anterior al ajuste que se ha presentado durante el último año y medio -donde los rendimientos de títulos valores con vencimiento a un año han pasado de un rendimiento de 17,50% a uno de 6,50%- los incentivos para explorar otros mercados, así como otros instrumentos, eran prácticamente nulos, ya que los altos rendimientos que se podían conseguir con inversiones dentro de nuestras fronteras eran difícilmente alcanzables asumiendo un nivel de riesgo similar.

Ahora esos rendimientos -que se ubican en un rango de entre 6% y 7,50%- están haciendo que cada vez más inversionistas y más asesores de inversión busquen nuevas y mejores opciones, así como que estén dispuestos a asumir mayores niveles de riesgo, todo con el objetivo de mejorar el desempeño actual de sus portafolios.

Hay muchas opciones de inversión, están las clásicas inversiones en bonos, acciones y fondos de inversión denominados en otras monedas, también están las inversiones en índices accionarios (ETFs), fondos de cobertura (hedge funds), la especulación con las mismas monedas, hasta llegar a tipos de inversión más personalizados, como las notas estructuradas.

Todas estas opciones presentan diferentes relaciones de rendimiento y riesgo, relación importantísima -y completamente subjetiva e individual- a la hora de tomar la decisión final con relación a nuestras inversiones.

Más rendimiento

Es completamente individual porque cada cual de nosotros valora de manera diferente los niveles de riesgo que estamos dispuestos a aceptar para alcanzar un rendimiento dado. Eso sí, coincidimos -casi todos- en que para un mismo nivel de riesgo, ¡elegiremos siempre la inversión que más rendimiento nos proporcione!

Esto nos lleva al concepto de prima por riesgo, que en la buena práctica, lo que pretende es dar algunas orientaciones sobre los niveles de riesgo y rendimiento que ofrecen las inversiones que estamos considerando, todo con el objetivo de establecer relaciones de ordinalidad entre estas opciones. Así se podrá establecer que para un inversionista en particular es preferido D a C, o Y a B.

Veamos un ejemplo de esto. Actualmente algunas personas, tanto a nivel nacional como internacional, han manifestado lo interesante que podría llegar a ser invertir en bonos en euros.

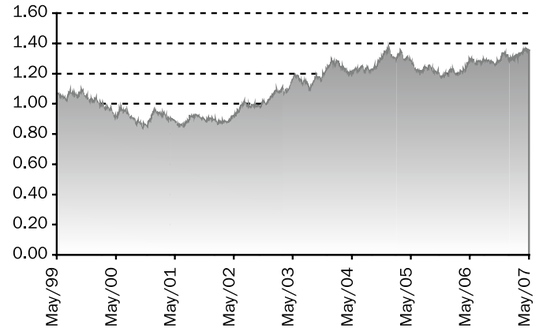
Las inversiones en euros a seis meses plazo están rindiendo alrededor de 4,20% en esa moneda, por lo que es necesario que para que una inversión en estos títulos rinda al menos lo que se obtiene en el mercado nacional (5,25% en dólares), el euro debería apreciarse frente al dólar alrededor de un 1,05%, lo que equivaldría a que el euro pase de un nivel por ejemplo de 1,3600 a 1,3672, rompiendo su máximo histórico de 1,3651. Incluso si el euro llegara a un nivel de 1,40 en el término de seis meses, esta inversión llegaría a redituar alrededor de un 10% en dólares. Es un rendimiento interesante, pero implica realizar una apuesta con uno de los activos internacionales más volátiles por un periodo de seis meses.

Se puede aseverar, sin temor a ser conservador, que la prima por el riesgo asumido en este tipo de inversión es muy baja, ya que se debería apostar a que esta moneda llegue y rompa altos históricos, lo que para un activo tan fluctuante como esa moneda, conlleva un nivel de especulación sumamente alto.

Adicionalmente, existen inversiones en otros títulos valores donde una buena combinación entre apreciación de su moneda y ajustes de tasas de política monetaria en su país, compensan sobre medida el riesgo asumido. EKA

Por Melvin Garita Mora, Economista
Unidad de Trade y Análisis
LAFISE Valores, Puesto de Bolsa
Tel: (506) 246-0900 Fax: (506) 283-3204
mgarita@lafise.fi.cr

Evolución del euro



Las inversiones en euros a seis meses plazo están rindiendo alrededor de 4,20% en esa moneda.

¿Está bien el financiamiento de la educación superior?

El reto en esta materia es cómo empatar los subsidios estatales con la justicia distributiva y con las restricciones presupuestarias del gobierno

Thelmo Vargas, Economista.

La educación rinde grandes frutos no sólo a sus recipientes directos (les enseña a conocer mejor el entorno y a ganarse la vida) sino que tiene efectos indirectos positivos sobre los demás miembros de la sociedad. Esta "externalidad" hace que muchos argumenten que se justifica cierto "subsidio" estatal en materia de educación. Pero ¿a quiénes debe favorecer el subsidio y cuál ha de ser su límite? Sobre esto quisiera presentar algunas ideas.

La educación básica tiene un mayor efecto indirecto positivo sobre la sociedad, mientras que la superior beneficia en mayor escala a los recipientes. Esto lleva a que los mayores subsidios estatales deban darse a la primaria y secundaria que a la universitaria. También el subsidio debería favorecer prioritariamente a los más pobres -es decir, debe ser de rico a pobre, y no al revés-. En la época en que vivimos, que algunos llaman la "era del conocimiento", mantenerse al día en tecnología y producción parece exigir más que buena educación básica: pareciera exigir conocimiento superior de lenguas extranjeras (en particular, el inglés, que es un idioma casi universal), informática (para hacer uso eficaz de los computadores, en particular los PC, y del Internet) y razonable entrenamiento en ciencias básicas y en instrumentos matemáticos. Quien sólo estudió la historia de los reyes ingleses de los dos últimos siglos, no tiene mucha posibilidad de competir con éxito en el entorno económico.

Nuestro esquema

Actualmente, el Estado costarricense dedica una cantidad importante de recursos financieros (alrededor del 6% del Producto Interno Bruto, es decir, casi la mitad de los impuestos que recibe) al financiamiento de la educación en todos sus ciclos. La primaria beneficia a grupos relativamente pobres, la secundaria no tanto, pues hay mucha deserción de jóvenes provenientes de familias pobres, quienes optan por incorporarse al mundo laboral a una edad temprana para generar al menos parte de los recursos que su subsistencia requiere. Como ellos no se gradúan de la secundaria entonces tampoco pueden ingresar a las universidades estatales y, por tanto, no disfrutan de los enormes subsidios que ésta recibe del Estado. De estos participan jóvenes que provienen de familias más pudientes del país y ello contribuye a una mala distribución del ingreso.

Algunos países (e.g., Brasil, Méjico, Nicaragua, ahora, un tanto tímidamente, Costa Rica) han optado por un sistema de bonos a estudiantes de primaria y secundaria, condicionados a que asistan al colegio y con premios, si aprueban los cursos, que han mostrado ser muy eficaces, pues cambian los costos de oportunidad de los estudiantes. Con estos bonos, que -por lo demás- son de bajo costo fiscal, los jóvenes favorecidos encuentran "rentable" en el corto plazo, continuar los estudios. Si terminan la secundaria pueden aspirar también a la educación superior estatal.

¿Qué deberíamos hacer?

El reto en esta materia es cómo empatar los subsidios estatales con la justicia distributiva y con las restricciones presupuestarias del gobierno. La universidades públicas, por una hábil reforma a la Constitución, reciben fondos estatales que se ajustan por inflación (es decir, que crecen año con año) y no es posible -o al menos no es fácil- suspender ni reducir esa ayuda como para canalizar más recursos a grupos de estudiantes pobres en otros niveles del ciclo educativo.

Por otro lado, como mencioné, es necesario que el país "produzca" más graduados universitarios para atender las demandas laborales de empresas de alta tecnología y para tecnificar los procesos en otras que no lo son. Además, debe abogarse por un sistema que tienda a reducir, no a ampliar, las brechas de ingresos entre los diferentes grupos poblacionales. De seguido expongo como podría lograrse todo esto:

El Estado continuará fondeando a las universidades estatales conforme lo exige la Constitución, pero les pedirá a éstas elevar (por ej., en un 50% a lo largo de los próximos 4 años) la matrícula. Las universidades estatales no deberían apelar a su "autonomía" para oponerse a esto, pues no tiene autonomía ningún órgano que debe extender la mano para que otro lo financie.

Las universidades adoptarán esquemas de "recuperación de costos" de los estudiantes que provengan de familias pudientes, cobrando matrículas que al menos cubran el 50% del costo real de la enseñanza. Este porcentaje podría elevarse a futuro.

Las universidades estatales pondrán en operación un esquema de "préstamos" estudiantiles, en condiciones favorables de tasa de interés, período de gracia y de plazo, para todos los estudiantes -tanto pobres como ricos-. La lógica de esto es que una vez que la persona se gradúa su situación de pobreza tiende a desaparecer. Y a partir de ese momento, debería devolver a la sociedad al menos parte de lo que ésta dedicó al financiamiento de su educación superior.

Habrá un sistema de becas para estudiantes pobres y destacados en el estudio, que mantengan un promedio superior a un valor convenido (por ej., 8 sobre una escala de 10). Las becas cubrirán razonablemente los costos de matrícula, alimentación, transporte y hasta vestimenta.

Resultado esperado

El resultado es que Costa Rica contaría a futuro con más graduados universitarios que enriquecerán el "capital humano" del país, sin que ello constituye una carga insoportable para el erario público (no habrá necesidad, por ej., de elevar del 6% al 8% del PIB el gasto estatal en esta materia). Además, el esquema no contribuirá -como es el caso actualmente- a elevar la disparidad de ingresos dentro de la sociedad. EKA

15 años impresa, ahora también digital. Suscríbase **GRATIS** en **www.EKAenlinea.com**

Economía sigue de buenas

Todo indica que el entorno económico del país sigue mostrándose positivo, gracias a la reactivación y repunte de varios sectores, tales como agricultura y construcción.

Rodrigo Bolaños, Socio Consultor de Ecoanálisis, en una de sus ponencias indicó que sectores como el agrícola han venido mostrando un importante crecimiento en el orden del 8.3% (variación interanual), por encima incluso de áreas como la industria y el comercio, que en tiempos pasados, se mostraban con más potencial de crecimiento.

Igualmente, el sector construcción sigue mostrando marcadamente índices positivos (20.5% variación interanual) y industria financiera también ha mostrado un importante repunte.

Tomando en cuenta lo anterior se podría inferir que un tipo de cambio estable, propician un ambiente positivo en la economía del país.

Por lo tanto, es probable que de mantenerse la tendencia, el Banco Central pueda lograr su cometido de lograr bajar la inflación y mantenerla en un dígito.

Movimiento del "sí"

El movimiento del "no" al TLC se ha hecho sentir desde hace algún tiempo en el país, no así quienes están a favor, que más bien han mantenido una postura más pasiva.

Precisamente, Rafael Carrillo, Presidente de la Unión Costarricense de Cámaras Empresariales (UCCAEP), detalló la posición del sector privado con respecto al referéndum para dirimir la aprobación del TLC con Estados Unidos.

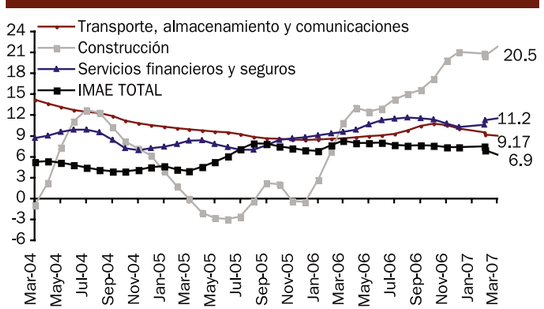
"Solo Costa Rica no se está beneficiando de lo negociado con el TLC. Ya hemos perdido competitividad y será peor cuando expiren o se deroguen concesiones unilaterales", indicó el jerarca.

Carrillo dejó en claro que las cámaras privadas "somos parte del movimiento nacional que dice sí al tratado".

Aseguró que las estrategias del movimiento estarán centradas en visitas puerta a puerta a la comunidad empresarial, establecer una campaña de comunicación e información sobre la importancia del acuerdo comercial y "el privilegio que tenemos como costarricenses de ir a las urnas para influir en esta decisión".

Señaló que las empresas privadas colaborarán también en brindar facilidades (tiempo y transporte) para que los trabajadores puedan emitir sus votos. EKA

Gráfico con cosntrucción



Biotecnología en Costa Rica

Combustible limpio podría mover al país

Dentro de pocos meses, Energías Biodegradables en alianza con el Consorcio Operativo del Este, avanzarán aún más en la producción y utilización local de biodiesel, una de las aplicaciones de la biotecnología desarrollada en Costa Rica. Así lo asegura Orlando Ramírez, Gerente General del Consorcio.

Desde diciembre del 2006, el Consorcio opera 133 buses de Sabanilla, San Pedro, Curridabat y Zapote, con un 30% (B30) de biodiesel producido por la compañía Energía Biodegradables. La proyección es que para el 2008 estén utilizando el 100 %. En enero, la empresa autobusera tendrá sembradas 500 hectáreas de la oleaginosa Higuerilla, de donde -en conjunto con otras 3,000 hectáreas más de productores aliados-, se extraerá el combustible procesado por Energías Biodegradables.

"Sí se quiere, se puede", asegura Orlando Ramírez, Gerente General del Consorcio. Hoy por hoy, las zonas beneficiadas sufren 40% menos de contaminación proveniente de los autobuses.

"Los usuarios y los habitantes se favorecen de esta política ambiental y de responsabilidad social corporativa, ya que este combustible producido de aceite vegetal es limpio, de capital nacional y reactivará una parte del sector agrícola", indicó Eladio Madriz, Gerente General de Energías Biodegradables.

¿Qué es la biotecnología?

La producción de biodiesel es una de las aplicaciones de la biotecnología. Este es un combustible biodegradable fabricado a partir de materias primas agrícolas como aceites vegetales (soja, girasol, palma, higuerilla, jatropha, etc.) o grasas animales de frituras usados.

La biotecnología no es una ciencia como tal. Es un enfoque multidisciplinario que manipula organismos vivos o de compuestos obtenidos de organismos vivos para obtener productos de valor para el ser humano. Giovanni Garro, Profesor e Investigador del ramo del Instituto Tecnológico de Costa Rica (ITCR), señala que es el área que reúne la mayor cantidad de aplicaciones, perfilándose a nivel mundial como de mayor desarrollo.

En Costa Rica

El estudio Estado actual de la biotecnología en Costa Rica (1998-2002) realizado por Marta Valdés, entre otros, indica que en nuestro país el desarrollo en el nivel productivo es modesto, pero la investigación científica y académica, en comparación con América Latina, es relevante.

Los proyectos provienen de la Universidad de Costa Rica (UCR), del Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza (CATIE), de la Universidad Nacional (UNA), del ITCR, entre otros, y de centros privados como el INBIO.

Garro indica que existen varios proyectos en ejecución, que por ser Costa Rica de vocación agrícola, se desarrollan sobre todo en el ámbito de la biotecnología vegetal. La producción masiva de plantas ornamentales es uno de los más importantes. Otra gran área es la selección y cultivo de células y microorganismos. Esta técnica se utiliza para el tratamiento de aguas residuales, de desechos sólidos y agroindustriales. Garro reveló que en Costa Rica se empieza a producir un edulcorante natural a partir de desechos del banano, de la piña y del maní.

Frente a crisis energética

El cambio de mentalidad experimentado por las empresas mencionadas las convirtió en pioneras a nivel nacional e incluso Latinoamericano, en el caso de los autobuses alimentados con biodiesel, en el uso de la biotecnología y sus beneficios. En este sentido, Madriz opina que el gobierno debería plantear una política de combustibles que genere menor dependencia de los hidrocarburos, y con ello garantizar una ambiente más sano al sustentar al país con energía renovable y biodegradable. Ramírez agrega por su parte que el país debería anticiparse a la crisis energética nacional utilizando biodiesel, producto que actualmente es más barato. A razón de precio, se traduce en $1,10 por el diesel y $0,75 el biodiesel. EKA

"Sí se quiere, se puede", asegura Orlando Ramírez, Gerente General del Consorcio. Hoy por hoy, las zonas beneficiadas sufren 40% menos de contaminación proveniente de los autobuses.

Hampton Inn apuesta a servicio al cliente

Su ubicación y la calidad de los servicios son el respaldo del crecimiento del Hotel Hampton Inn & Suites Airport.

Según Eduardo Montero, Gerente General del Hotel Hampton Inn & Suites Airport, las demandas del mercado profesional y empresarial los ha orientado a ofrecer un servicio eficiente y gratuito de Internet sin límites. Mediante una red inalámbrica se brinda, sin ningún costo, Internet en todas las áreas públicas del hotel e igualmente gratuito, en las habitaciones, el huésped tiene acceso alámbrico a la red. Además, en las habitaciones Suite Studio se ha implementado como servicio gratuito, las llamadas internacionales y en el corto plazo, se proyecta ampliar las instalaciones para contar con 140 habitaciones, 106 Standar y 32 Suite Studios.

Para Montero, todo el equipo de trabajo de este hotel está enfocado en la satisfacción del cliente, por eso los beneficios y valores agregados que se ofrecen garantizan el 100% de la satisfacción de sus huéspedes.

Aparte del servicio de Internet, el hotel brinda transporte al aeropuerto Internacional Juan Santamaría, 24 horas, desayuno incluido, centro de negocios, salones para reuniones y oficina de agencia de viajes donde se pueden cancelar impuestos de salida. EKA

EMPRESA	TELEFONO	FAX
AUTOS		
Agencia Datsun	290-0505	231-7083
Autos Automotriz	257-8000	257-6952
Autos Honda-Faco	257-6911	233-0038
Autos Renault	290-1209	232-6791
Purdy Motor	287-4100	255-0947
Suzuki-Vetrasa	242-7000	290-2222
Taller Romero Fournier	290-2626	231-3139
BANCOS		
Banca Promérica	296-4848	290-7521
Banco Banex	287-1000	287-1020
Banco Central de Costa Rica	243-3333	243-4545
Banco Citibank	201-0800	201-8311
Banco Crédito Agrícola de Cartago	550-0202	550-0641
Banco Cuscatlán	299-0299	296-0026
Banco de Costa Rica	287-9088	233-1458
BAC San José	295-9595	222-8208
Banco Hipotecario de la Vivienda	253-0233	224-2953
Banco Improsa	257-0689	223-7319
Banco Interamericano de Desarrollo	233-3244	233-1840
Banco Interfín	210-4000	210-4510
Banco Internacional de Costa Rica	243-1000	257-2378
Banco Nacional	212-2000	255-3067
Banco Popular	257-5797	255-1966
Banco Uno	291-4001	291-4949
Scotiabank	287-8743	223-6328
CAPACITACION Y CONSULTORIA		
Fundes	234-6359	234-6837
Seminarios de Capacitación Revista Apetito	520-0070	520-0047
COMUNICACIONES		
Language Line Services	293-4208	293-4302
Racsa	287-0087	287-0508
Supra Telecom	293-1000	293-0955
Sykes	293-2333	293-4724
TTS	226-7921	226-8439
CONSULTORES RECURSOS HUMANOS		
Adecco	256-1169	222-9749
Aporta Solutions	290-2214	296-1972
Career Transitions	296-5436	296-5483
Doris Peters & Asoc.	283-0544	280-4898
Grupo Meta Consultores	290-5124	290-4613
Human Perspectives Int HPI S.A.	290-3100	291-3197
KPMG	240-3232	204-3131
Manpower	280-2008	280-1792
MRI Network	228-3090	228-7036
www.mricostarica.com		
Multivex	290-2430	290-2435
PriceWaterhouseCoopers	224-1555	253-4053
Thomas International	232-1037	232-1097
EDITORIALES		
Editorial Edisa	234-7634	234-2206
EDUCACION		
INCAE	437-2340	433-9045
UCIMED	296-3944	231-4368
Ulacit	257-5767	222-4542
Universidad Fidelitas	253-0262	283-2186
Universidad Hispanoamericana	241-9090	241-9090
Universidad Interamericana	261-4242	261-3212
EQUIPO PREMIUM		
Keith y Ramírez	221-1111	223-2873
FINANCIERAS		
Corporación Financiera Miravalles	299-4000	256-9722
Financiera Acobo	256-3122	222-5809
Financiera Brunca	253-7282	253-0132
Financiera Desyfin	224-8408	248-1222
Financiera Servimás	210-8100	220-0980
Financiera Trisan	220-2900	231-2828
FONDOS DE INVERSION		
BCR Fondos de Inversión	287-9080	255-1236
BN Sociedad de Fondos de Inversión	258-5558	258-5431
Grupo Sama	296-7070	220-1809
Interfin Fondos de Inversión	210-4000	210-4560
IDIOMAS		
Centro Cultural Costarricense Norteamericano	207-7500	224-1480
Centro de Idiomas Berlitz	204-7501	204-7444
Instituto Latinoamericano de Idiomas	233-2546	233-2546
Intensa	281-1818	253-4337
Universal de Idiomas	257-0441	223-9917
INDUSTRIA		
British American Tobacco	208-3838	208-3810
Bticino	298-5600	239-0472
Procter & Gamble	204-7060	204-7600
OFICINA DE MERCADEO EXTERNO		
Grupo Glomo AP S.A.	225-4606	280-3029
PARQUES Y JARDINES		
Carlos R. Nanne E.	228-1601	389-5150
REVISTAS BUSINESS TO BUSINESS		
Apetito, la Revista para Hoteles y Restaurantes	520-0070	520-0047
Receta M, la Revista para Doctores y Farmacias	520-0070	520-0047
EKA, la Revista Empresarial	520-0070	520-0047
TYT, la Revista Ferretera	520-0070	520-0047
ROTULACION / IMPRESION DIGITAL		
JC Rótulos	271-0400	271-0398
SEGURIDAD		
ADT	257-7374	257-1234
Coorporación JISA Los Centinelas	223-9080	221-3316
Lo Jack	231-6036	231-6867
Securicor	257-4138	233-9095
Seguridad USI	245-3422	285-6744
SERVICIOS		
Limpieza y Mantenimientos CSB Costa Rica	263-3982	

Aquí los empresarios encuentran ideas y soluciones para incrementar su productividad, bajar costos y ser más competitivos. Información: Tel. 520-0070

Golpe a golpe = no al estrés

Podría imaginarse un deporte que combine un golpe por aquí, dos por allá, una patada aquí, sentir que su adrenalina sube en cada movimiento y de paso, mejorar su condición física y sus posibilidades de defensa perso-

Se trata del Tai boxing, un deporte reciente en Costa Rica. Su nombre se desprende del boxeo tailandés, país donde se originó en un principio.

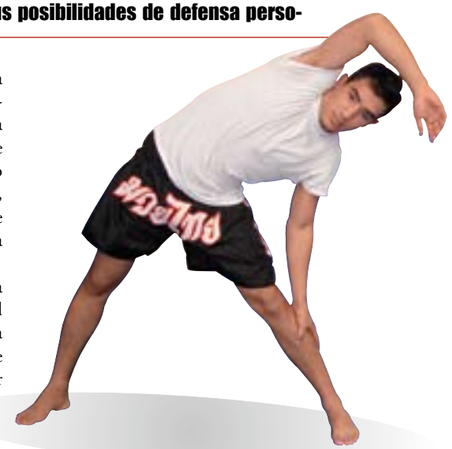
En Escazú, en el Centro Comercial Trejos Montealegre, se encuentra el Gimnasio Brand X, donde se imparten clases de Tai Boxing, además de otras disciplinas novedosas para quienes desean experimentar un deporte alternativo y de grandes beneficios para la salud. Sudar en extremo y olvidarse del ajetreo laboral.

Robert Bartlett uno de los instructores y copropietario del gimnasio, afirma que "es una disciplina deportiva enfocada al acondicionamiento físico, aporta grandes beneficios en cuanto a resistencia aeróbica, coordinación, proporciona flexibilidad, además de trabajar la parte cardiovascular, lo que brinda ventajas extra a la salud".

En cuanto a los requisitos el instructor advierte que lo principal en contar con la disponibilidad y el tiempo necesario, pues lo recomendable es que se practique forma constante y como todo deporte, exige esfuerzo y disciplina.

"Puede ser especialmente recomendado para personas con trabajos de oficina, pues en ocasiones los ejecutivos y empresarios tienden a ser algo sedentarios por el tipo de labor que desempeñan; también puede ser practicado por quienes manejan un alto grado de estrés, porque el trabajo físico que requiere permite liberar tensión y eliminar toxinas", señala Bartlett.

Requiere de un equipo especial, pero nada complicado, para entrenar, pero lo principal son las ganas como dice Diana Flores, una empresaria, quien tiene algunos meses de practicarlo: "cuando ingresé quería mejorar mi condición física, luego mi interés y mis ganas fueron creciendo. Considero que la diferencia básica con otros deportes y con el entrenamiento clásico de pesas, radica en que es muy retador, donde constantemente uno se auto exige mejorar. Sin dejar de lado que ayuda a mantenerse activa de mente y cuerpo".



Recomendaciones

Yensy Blandón cuenta con cinco años de experiencia en la práctica del Tai boxing y afirma que lo recomendaría para cualquier persona, por ser un deporte muy completo y dinámico. Asegura que en lo personal le ha ayudado a mantener una condición física que de otro modo le habría sido muy difícil conseguir.

Alejandra Araya otra de las deportistas señala que "la práctica me ha permitido modificar mi estilo de vida que, anteriormente era algo sedentario, además he incrementado mi fuerza y resistencia aeróbica". Agrega que "sí puede servir como método de defensa personal".

"El Tai boxing es un deporte retador que hace a cualquiera mantenerse activo y mejorar su condición física", afirma Diana Flores, una empresaria, que tiene algunos meses de practicarlo.

Otras alternativas

El Tai Boxing no es la única opción que nos brindan los instructores de "Brand X" pues también se imparten clases en otras disciplinas, una alternativa diferente e igualmente provechosa la del Jiu jitsu brasileño, una disciplina que se desprende del Jiu jitsu clásico.

Para quienes desean algo más relacionado con la lucha uno a uno, también se imparten lecciones de Muay Thai, este es un deporte de mayor contacto físico y más relacionado con las artes marciales tradicionales.

Para estas dos opciones es necesario el uso de uniforme adecuado, pues son deportes de mayor contacto, más dirigidos al combate, es decir, se ven técnicas de bloqueos, golpes y reacción, entre otros aspectos.

Si su meta está en encontrar un deporte lleno de adrenalina y que le permita combinar su trabajo con algo antiestresante, puede consultar más información en el sitio www.brandxcostarica.com. EKA

EJECUTIVOS DE NEGOCIOS
Hospédelos frente al aeropuerto

• Internet gratis • Desayuno caliente • Llamadas locales gratis •
Traslado aeropuerto-hotel-aeropuerto las 24 horas
A pocos minutos de las principales zonas francas y centros de negocios en Costa Rica.

Tel: (506) 443-0043
Fax: (506) 442-9532
www.gardencourtaiporthotel.com

Garden Court
Hotel & Casino
Airport - San José
Costa Rica

GRUPO MARTA HOTELS
gcreservas@grupomarta.com

¿Qué pasaría si gana el "NO" en el referéndum?

"No existe un Plan B para el país si el TLC no llegara a aprobarse".

Por Mónica Solórzano

Jack Liberman

Jaime Molina

Gonzalo Vargas

Una negativa al Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos y República Dominicana, a los ojos de algunas de las más importantes Cámaras de Costa Rica, representaría la amputación de los brazos comerciales que luchan por competir e insertarse en el mercado global.

Para el sector Industrial, que representa un 76% de las exportaciones del país, un "NO" como respuesta al referendo daría como resultado un indiscutible "NO" a las oportunidades de creación de más y mejores empleos, de mayor inversión y de una mejora en las condiciones de vida de los costarricenses.

"La Cámara de Industrias de Costa Rica considera que el TLC es un instrumento coherente con la política de inserción comercial internacional seguida por el país en los últimos 15 años, que logra poner reglas claras a la relación comercial entre Costa Rica y Estados Unidos y que consolida y amplía los beneficios de la Iniciativa de la Cuenta del Caribe", comentó **Jack Liberman, Presidente de la Cámara**, quien continuó diciendo que "no existe un Plan B para el país si el TLC no llegara a aprobarse".

En la Cámara de la Construcción, están convencidos de que el TLC es un acuerdo que sentará las bases para impulsar las exportaciones e importaciones.

Jaime Molina, Presidente de la Cámara de la Construcción indicó, además que el hecho de que la aprobación del TLC esté en manos del pueblo, no libera al gobierno de su responsabilidad. "El objetivo del TLC es crear más opciones de crecimiento económico, aprovechar esas oportunidades y que éstas lleguen a todos los sectores no depende propiamente del TLC, depende del gobierno, depende de las políticas nacionales y de cómo esas políticas promuevan el desarrollo".

Devastador

Y es que una negativa contra el TLC también podría tener un efecto devastador sobre uno de los sectores que más aporta de la economía nacional: el turismo. La Cámara Costarricense de Turismo es contundente en decir que esperan que se de una respuesta positiva de los ciudadanos o el impacto para el sector sería muy negativo.

Gonzalo Vargas, Presidente de la Cámara dijo que "los turistas que vienen de Estados Unidos representan casi el 44% del total de visitantes que tiene el país, por lo que un voto negativo puede crear un clima de desconfianza que provoque un cambio de hábitos, gustos y preferencias, con los sabidos efectos negativos sobre los empresarios turísticos y la economía del país".

Vargas continuó diciendo que "un alto porcentaje de la inversión privada que se da en el país en general, y en el sector turístico en particular, proviene de capital estadounidense, por lo que sin duda la no aprobación del TLC crearía un clima de inseguridad jurídica que puede desviar la intención de invertir en el país, con efectos dañinos sobre la calidad y la cantidad de oferta turística que se pueda tener".

Con las posiciones claras de quienes son actores a diario en la arena comercial costarricense, al pueblo, le queda hacer conciencia sobre la importancia de hacer una buena elección de cara al referendo y al Gobierno y la empresa privada, le resta ser proactivo y proponer estrategias que convenzan a los inversores de que Costa Rica como país será capaz de hacer frente a lo que venga. EKA

Un "NO" como respuesta al referendo daría como resultado un indiscutible "NO" a las oportunidades de creación de más y mejores empleos, de mayor inversión y de una mejora en las condiciones de vida de los costarricenses.

Recursos Humanos como pieza clave en la estrategia de la empresa

El Capital Humano juega un papel cada vez más crítico para alcanzar las metas de la empresa. El Gestor de Recursos Humanos es parte de el comité ejecutivo para ofrecer su experiencia y conocimientos con el fin de retener y desarrollar el talento de la empresa. Por ello es vital su asistencia a Congente. En el Congreso Internacional de RRHH podrá entrar en contacto con la nuevas tendencias y herramientas tecnológicas utilizadas en la gestión de Capital Humano.

Además cuenta con un área de exhibición para proveedores del sector.

Vea los detalles en www.congente.org

Inscripciones:
Karina Delgado • Tel.: (506) 520-0070 ext 150 • Karina.delgado@eka.net
Johanna Argüello • Tel.: (506) 520-0070 ext 130 • johanna.arguello@eka.net

Servicio al cliente:
Silvia Zúñiga • Tel.: (506) 520-0070 ext 147 • silvia.zuniga@eka.net

Para exhibir:
Zona Oeste: Christian Alfaro • Cel. 356-6871 • christian.alfaro@eka.net
Zona Este: María Fernanda Herrera • Cel. 850-1725 • fernanda.herrera@eka.net

congente
El congreso Internacional de RRHH
7 y 8 de noviembre
Hotel Tryp Corobicí

Organizan: EKA La Revista Empresarial, Aperta Solutions
Patrocina: Villas del Río
Participan: Delta Air Lines, FAYCA Laboral Facio & Cañas, Pensamientos Empresariales, IPE Pensiones

El tomar licor es nocivo para la salud / CP-224-2001

Ron Importado, Añejado para un mejor sabor

DISTRIBUIDORA Yamuni S.A.

Tel.: 227-2222 · 227-2535