

# COMERCIO

LA REVISTA DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE GUAYAQUIL

Agosto 2016

Circulación: 11,000 ejemplares

## Dinero Electrónico ¿Bueno o malo para Ecuador?

(pág. 12)

ESPECIAL  
RUTA GOURMET

Ecuador y las tendencias mundiales  
de la Gastronomía - **pág. 20**

Gastronomía guayaquileña y los  
desafíos para internacionalizarla - **pág. 22**

Guayaquil Gourmet - **pág. 24**

# Asesoría Legal en caso de robo



**Local Protegido** es un servicio de la Cámara de Comercio de Guayaquil en el cual, en caso de robo, nuestros abogados se encargarán de todos los trámites de la causa.

## BENEFICIOS DEL SERVICIO:



**AHORRO DE DINERO**  
Evite pagar altos costos por honorarios profesionales.



**AHORRO DE TIEMPO**  
Representación en todas las audiencias y etapas del proceso legal sin riesgo para usted.

## MAYOR INFORMACIÓN:

✉ [info@lacamara.org](mailto:info@lacamara.org)

☎ 042 596100 ext.: 319



**CÁMARA  
DE COMERCIO  
DE GUAYAQUIL**





# Líneas Verdes

*Produbanco presenta su nuevo programa "Líneas Verdes", canalizamos créditos de varios Organismos Multilaterales hacia el sector productivo del País, para proyectos que contribuyan con su desarrollo sustentable.*



## Líneas Verdes

PRODUBANCO | Grupo Promerica 

## Economía

- 6 ¿Cuánto debería ganar mi empresa familiar?
- 8 Indicadores económicos



## Actualidad



### Dinero Electrónico ¿Bueno o malo para Ecuador?

# 12

## Tendencias

- 14 Percepción Económica del país
- 20 Ecuador y las tendencias mundiales de la Gastronomía
- 22 Gastronomía guayaquileña y los desafíos para internacionalizarla
- 24 Guayaquil Gourmet



## Especial Ruta Gourmet



## Negocios

- 26 La democratización de la Innovación en la Empresa
- 28 Directorio Junior



## Actividades

- 32 Actividades de la CCG
- 36 Actividades de nuestros socios
- 38 Conociéndonos

# COMERCIO

LA REVISTA DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE GUAYAQUIL

AGOSTO 2016

### EDITOR GENERAL

Sofía Sierra

### COORDINACIÓN

Doris Ledesma

### DIAGRAMACIÓN

Raúl Vera Sánchez

### FOTOGRAFÍA

Melissa Limones Solarte

### IMPRESIÓN

Editorial Vistazo

### VENTAS

Rafael Bolaños - rbolanos@lacamara.org

### PRESIDENTE

Pablo Arosemena Marriott

### PRESIDENTE ALTERNO

Miguel Angel González Guzmán

### DIRECTOR EJECUTIVO

Juan Carlos Díaz-Granados Martínez

Cámara de Comercio de Guayaquil, Av. Francisco de Orellana y Miguel H. Alcívar, Centro Empresarial "Las Cámaras" pisos 2 y 3 PBX: 2596100 ext.: 264 - 446 Código postal: 090512

### COMENTARIOS Y SUGERENCIAS

E-mail: info@lacamara.org

### CIRCULACIÓN

11,000 ejemplares

COMERCIO es una publicación de la Cámara de Comercio de Guayaquil (CCG). Su distribución es a nivel nacional. Está dirigida a los socios de la CCG. El contenido de los artículos, notas y avisos publicitarios publicados en esta revista son de total y exclusiva responsabilidad de sus autores. Se prohíbe la reproducción total o parcial de los artículos publicados.

2016. Derechos reservados

[www.lacamara.org](http://www.lacamara.org)



/camaradecomerciodeguayaquil



@lacamaragye



@lacamaragye



Camara de Comercio de Guayaquil

# Carta a los socios

La situación económica nos obliga a aprovechar las oportunidades. Este año ha estado cargado de desafíos. Por ello, la Cámara de Comercio de Guayaquil, preocupada por el bienestar de sus socios, ha generado oportunidades mediante innumerables eventos que le permiten al afiliado ampliar sus redes de contactos e incrementar sus ventas. Los espacios de relacionamiento comercial y las ruedas de negocios son ejemplos de aquello.

Defendemos el libre comercio y proveemos herramientas para que los comerciantes podamos lograr nuestros objetivos. Con esos fines, nos han acompañado varias personalidades, entre las que podemos nombrar a: Felipe Larraín (ex Ministro de Finanzas de Chile), Chito Vera (peleador ecuatoriano en la UFC), Roberto Ampuero (escritor y ex Ministro de Cultura en Chile), Jay Papan (autor del libro "Lo Único"), Hermann Von Mühlenbrock (presidente de SOFOFA), Steve Hanke (padre de la dolarización), Julián Campo (LifeCoach), además de muchos otros, que han compartido sus conocimientos sobre temas económicos, políticos, estratégicos y personales. Este año hemos realizado más de 70 eventos, con la participación de aproximadamente 12.000 personas, con lo cual hemos superado toda expectativa. Esperamos terminar el año con ciento veinte eventos en total.

Gracias a la Cámara de Comercio de Guayaquil, me he reunido con más de 170 socios para escuchar sus preocupaciones. Invito a los afiliados de la Cámara a visitar nuestras instalaciones, para que conozcan en detalle los servicios y beneficios de valor que brindamos en respuesta a sus necesidades. Las atenciones este año superan las 23.000 y esperamos recibir más. Es nuestra obligación que los socios sientan a la Cámara como su aliada estratégica y los no socios se motiven a formar parte de la casa de los comerciantes.

Tenemos trabajo por hacer, por ello seguimos un proceso de mejora continua para ofrecerles servicios de calidad, mediante nuestro talento humano: colaboradores comprometidos en sacar el comercio adelante. Como debe ser.

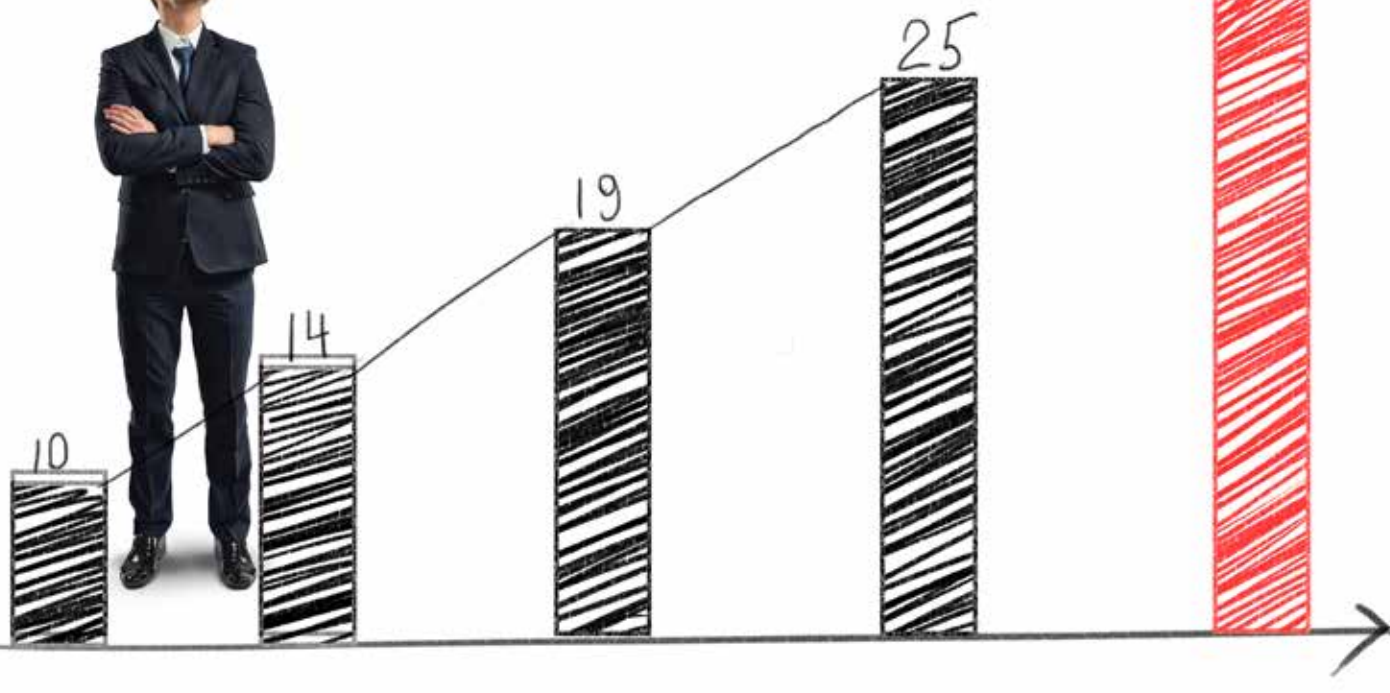


**Pablo Arosemena Marriott**  
Presidente





# ¿Cuánto debería ganar mi empresa familiar?



**Por: Ing. Fernando Romero, M.Sc.**  
Docente del área de Finanzas  
y Contabilidad de IDEPRO

**E**n un artículo anterior, respondí una pregunta que es clave en la valoración de empresas, sobre cuánto debería ganar o rendir un negocio. La respuesta clave a esta pregunta es que como mínimo, un inversor debería ganar un rendimiento que compense todos los riesgos asumidos en su negocio. Ahora bien, la medición de tal riesgo la expliqué en

función de dos escenarios. El primero es que el inversionista tiene sus inversiones adecuadamente diversificadas, para lo cual se utilizó el modelo CAPM para medir los riesgos de tipo sistemático, es decir aquellos que afectan a las empresas de todos los sectores económicos.

Ahora nos queda por examinar el segundo escenario: cuando el inversor es propietario de una única empresa. En nuestra economía ecuatoriana, este escenario es el más habitual, dado que la gran mayoría de empresas (principalmente pymes) son familiares. Así que todo el patrimonio familiar se encuentra invertido en una única empresa iniciada por el abuelo o el padre y manejada actualmente por hijos o incluso nietos. Si tal patrimonio familiar estuviese invertido en varias empresas, el escenario sería el primero y no el segundo.

Cuando nos encontramos con esta situación, la medición de los riesgos asumidos, y por ende de la rentabilidad mínima exigida, no se puede hallar utilizando el CAPM puesto que este modelo asume que los inversionistas eliminan una parte del riesgo diversificando sus inversiones, lo cual no existe en ese segundo escenario. Por tanto, el riesgo asumido en una única inversión no es el riesgo sistemático, sino el riesgo total.

Entonces, ¿cómo medir el riesgo total? En Finanzas, se entiende como 'riesgo' a toda variación de una 'rentabilidad' esperada. Por ende, la mejor forma para medir los riesgos asociados a cierta rentabilidad es midiendo las variaciones observadas de tal rentabilidad, es decir obteniendo lo que en estadística se conoce como la 'desvia-

ción estándar', en este caso de todas las rentabilidades observadas sobre la inversión en análisis. Tales rentabilidades pueden establecerse en función de ciertos indicadores como son el ROA (Return On Assets o Rentabilidad sobre Activos = Utilidad Neta/Total Activos), o el ROE (Return On Equity o Rentabilidad sobre Patrimonio = Utilidad Neta/Total Patrimonio), o el ROIC (Return On Invested Capital o Rentabilidad sobre el Capital Invertido = Utilidad Operativa después de impuestos/ (Deuda + Patrimonio)).

Sin embargo, para calcular la desviación estándar de un indicador de rentabilidad, tal desviación deberá ser calculada sobre la proyección de tal indicador. Este hecho conlleva un proceso complejo por cuanto, para proyectar cierta medida de rentabilidad como variable dependiente, es necesario parametrizar ciertas variables independientes como pueden ser los precios de venta, los costos de la mercadería, los gastos generales, los sueldos y salarios, las tasas de inflación, de interés, de depreciación, de provisiones de cartera incobrable, de aumento de nómina, los días de cobros a clientes, de pagos a proveedores, etc. Y por ende, para proyectar varias medidas de rentabilidad, debería darse rangos de valores a las variables independientes, con lo cual se tendría un análisis de escenarios multinivel.

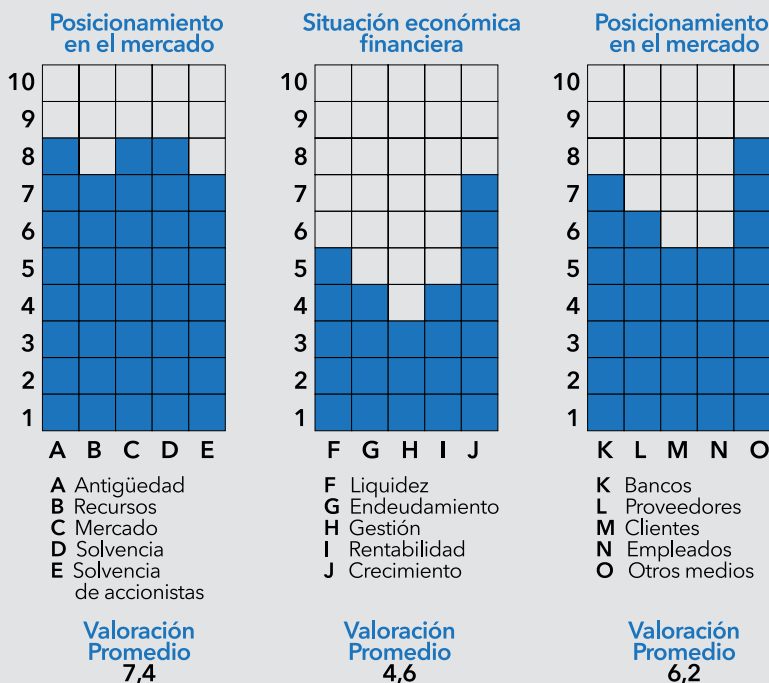
Este proceso complejo a su vez conlleva un serio problema: el de objetivar variables que por naturaleza son subjetivas. Sin embargo, no todo está perdido: con la metodología correcta, sí es posible asignar valores objetivos a variables subjetivas. Una metodología apropiada para ello es el Proceso Analítico Jerárquico (Analytical Hierarchy Process, AHP) desarrollado por el profesor Thomas L. Saaty en los años 70s. El AHP permite extraer de manera sistemática y consistente, los elementos subjetivos en los gerentes y/o inversionistas, usando para ello el método Delphi, y permite además incorporar elementos cuantitativos en la estimación.

Por poner un ejemplo, digamos que luego de conformar un panel de expertos con todos los gerentes de una empresa, un inversor jerarquiza los principales criterios de evaluación de riesgo, los cuales se definen como sigue:

Jerarquía	Criterio de Evaluación	Ponderación
1	Situación Económica Financiera	0,5
2	Posicionamiento en el mercado	0,3
3	Prestigio	0,2

Posteriormente, cada uno de estos criterios de evaluación es analizado en base a los siguientes parámetros y se le asigna un puntaje a cada variable independiente:

### Evaluación de criterios



Una vez evaluado cada criterio, la calificación final de los criterios ponderados sería como sigue:

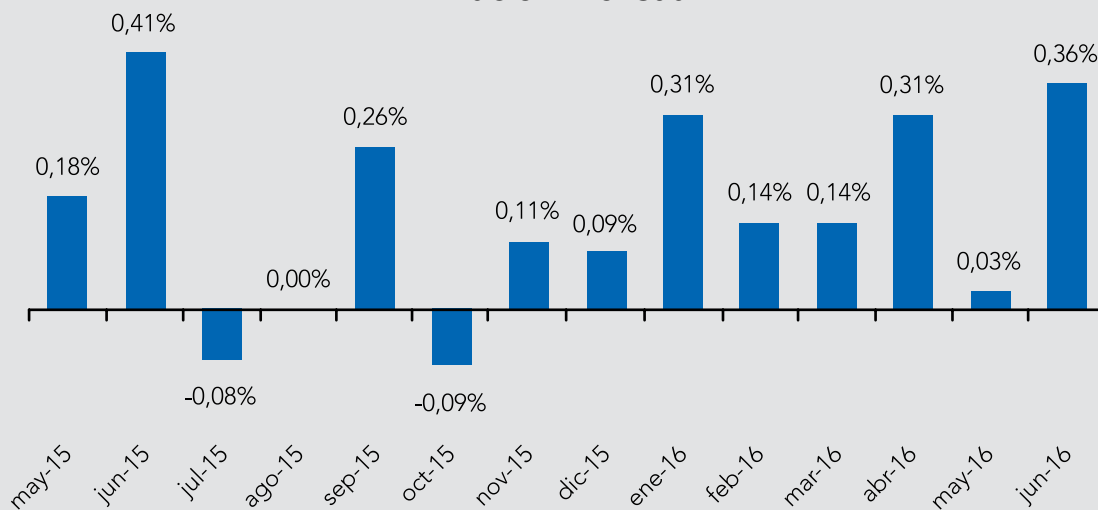
$$\text{Calificación} = (7,4 \times 0,3) + (4,6 \times 0,5) + (6,2 \times 0,2) = 5,07$$

Esta calificación final debe ser evaluada de acuerdo a parámetros de riesgo, los cuales también fueron definidos en el panel de expertos conformado por todos los gerentes:

Calificación Final	Nivel de Riesgo	Prima de Riesgo Total
8,5 a 10,0	Bajo	6%
6,5 a 8,4	Medio Bajo	9%
4,5 a 6,4	Medio	14%
2,5 a 4,4	Medio Alto	21%
1,0 a 2,4	Alto	30%

Por tanto, la empresa tiene una prima de riesgo total de 14%. Si a esta prima de riesgo se le suma una tasa libre de riesgo de un 5% (la tasa más baja del vector de precios de la BVG) entonces esta empresa debería tener una rentabilidad mínima exigida de 19% y con esta tasa se deberían descontar los flujos futuros para valorar esta empresa.

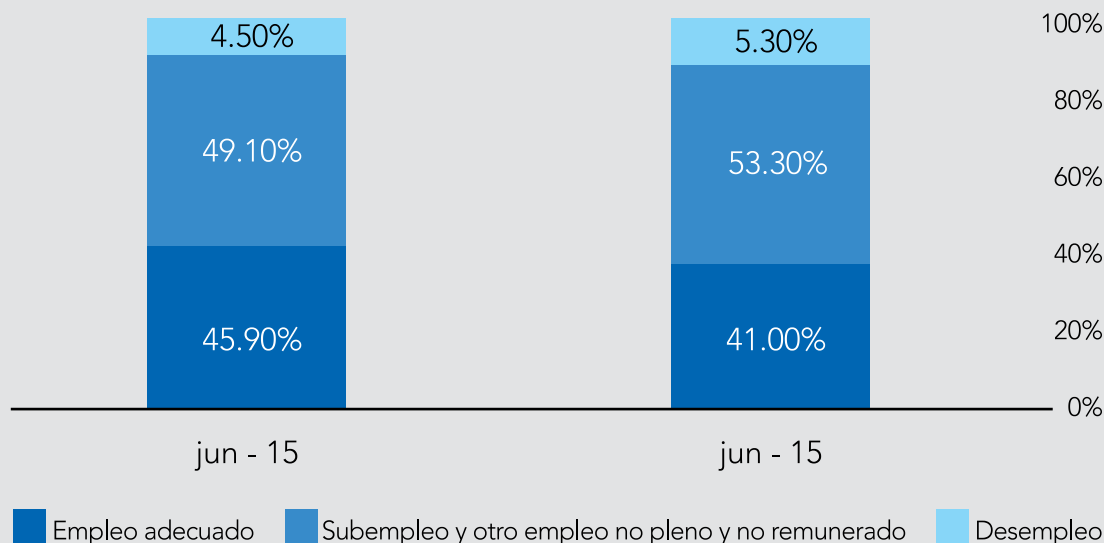
### Inflación mensual



Fuente: INEC

El mes de junio muestra un ligero repunte de la inflación con respecto a mayo, esto a pesar de la caída de la demanda interna que presiona los precios a la baja. La causa está asociada al aumento del IVA al 14%, ya que de acuerdo a los mismos datos del INEC, el grupo de productos gravados con IVA muestra una variación de 0,76%, mientras que los bienes que no pagan IVA registraron una variación del índice de -0,04%.

### Indicadores laborales al 2do trimestre del año 2015 - 2016 (% de la PEA)



Fuente: INEC

En lo que va del segundo trimestre del 2016 el desempleo en el Ecuador se incrementó 0,8 puntos porcentuales respecto del mismo periodo en el 2015, es decir hay 84.766 personas desempleadas más. El subempleo y otras formas de empleo no adecuado también aumentaron con respecto al 2015, mientras que el empleo adecuado se redujo.



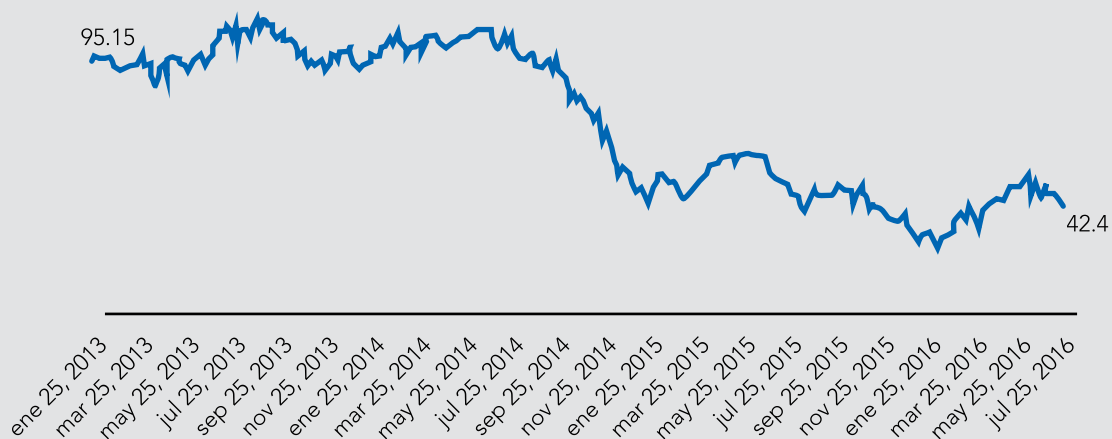
## Información laboral a junio de 2016



Total Nacional	2do. trim. 2015	2do. trim. 2016
Población Económicamente Activa PEA	7.374.083	7.861.661
Empleo adecuado	45,90%	41,00%
Empleo inadecuado	49,10%	53,30%
Desempleo	4,50%	5,30%
<b>Empleados por rama de actividad (4 principales). Porcentaje de la población con empleo</b>		
Agricultura, ganadería, caza y pesca	26,60%	27,20%
Comercio	18,40%	18,30%
Manufactura	11,20%	10,80%
Construcción	7,50%	6,50%

Fuente: INEC 2016

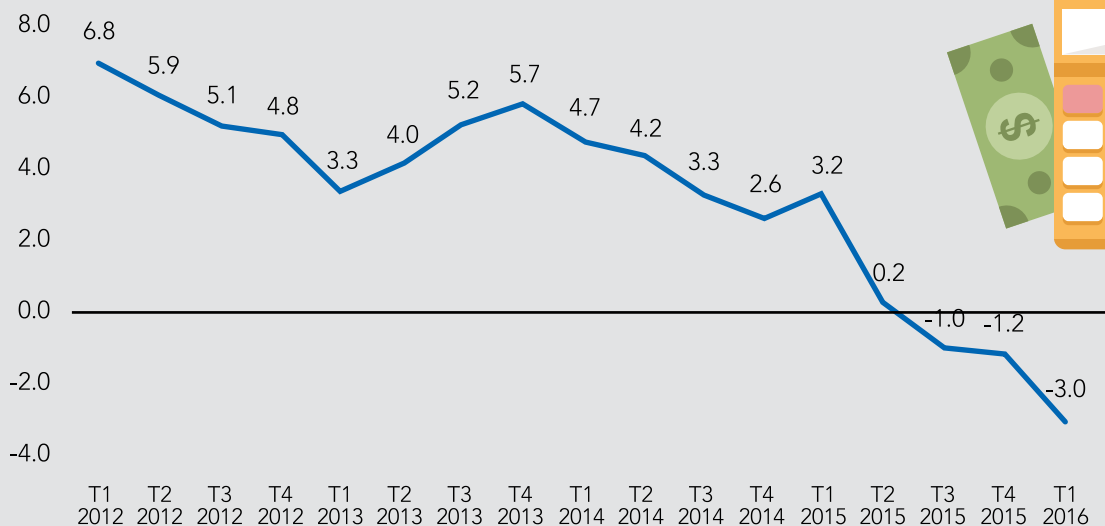
## Evolución del Precio del Petróleo WTI (USD/Barril)



Fuente: U.S. Energy Information Administration

Al 25 de julio el precio referencial de petróleo para Ecuador, el West Texas Intermediate (WTI), fue de US\$ 42,40 dólares el barril, cayendo un 9% con respecto al mismo día del mes anterior.

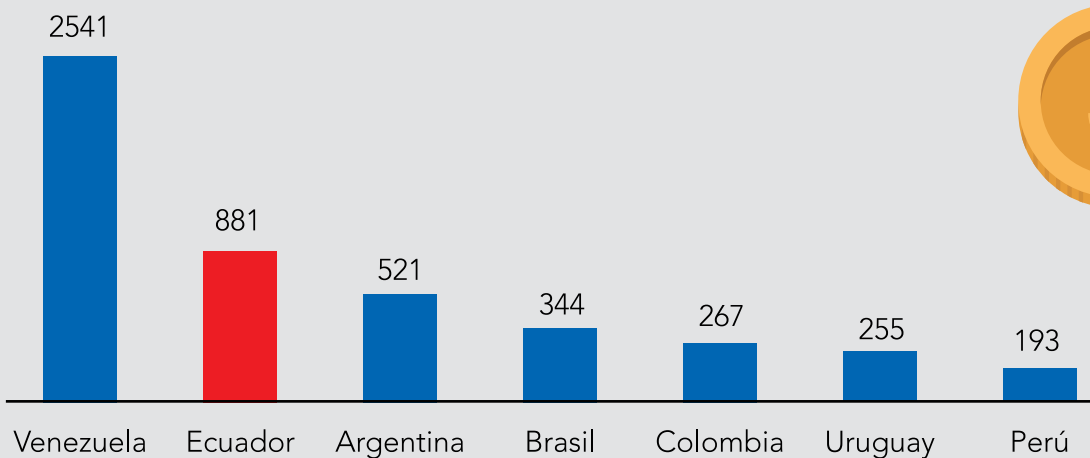
**PRODUCTO INTERNO BRUTO – PIB 2007=100,  
Tasas de variación trimestral (interanual t/t-4)**



Fuente: Banco Central del Ecuador

El deterioro económico es evidente. El Producto Interno Bruto (PIB) de Ecuador cayó 3% en el primer trimestre del año en comparación con el mismo periodo del año anterior, la mayor caída trimestral del PIB desde que se adoptó la dolarización.

**Riesgo País - comparativa varios países de América del Sur  
(EMBI+ J.P. Morgan)**



Fuente: Ambito.com

El indicador de riesgo país del Ecuador se establece como el segundo más alto de América Latina después de Venezuela, al ubicarse en 881 puntos. El riesgo país mide el nivel de confianza internacional que se tiene sobre una nación de que ésta honre sus compromisos de deuda.

# Autolasa



CHEVROLET



CON. **ChevyPlan**   
PREGUNTAR POR DETALLES

**0%** DE ENTRADA / **72** MESES PLAZO



BONOS DE HASTA  
**\$2.400**

CUOTAS DIARIAS DESDE  
**\$10<sup>20</sup>**

DESCUENTOS HASTA  
**\$2.640**

**20%** DE DESCUENTO EN ACCESORIOS



## Autolasa TALLERES

**HORARIOS DE ATENCIÓN TALLER:**  
Lunes a Viernes: 07h30 - 18h00 - Sábados: 08h00 - 14h00

HASTA **50%** - **15%** HASTA  
DESCUENTO DESCUENTO


**MANO DE OBRA**

**REPUESTOS**

\*APLICA RESTRICCIONES

LLÁMANOS O ESCRÍBENOS AL:

 1800-CHEVY1 (243891)

 0968613991 (24/7)

 [agendamiento@autolasa.com.ec](mailto:agendamiento@autolasa.com.ec)

DIIFIERE EL MANTENIMIENTO DE TU VEHÍCULO CON:

 **PacifiCard**


Diiférelolo a 12 meses sin intereses.

 **Diners Club**


Diiférelolo a 3 meses sin intereses

 **BANCO PICHINCHA**

Diiférelolo a 6 meses sin intereses

 /Autolasa

 @Autolasa

 @Autolasa\_oficial

 [www.autolasa.com.ec](http://www.autolasa.com.ec)

**Autolasa**

FIND NEW ROADS

PBX: 04-3732060

Atarazana: Av. Pedro Menéndez Gilbert y Av. Luis Plaza Dañin.  
Américas: Frente a Mi Comisariato.  
Durán: Km 1/2 vía Durán Tambo.  
Quevedo: San Camilo - Av. Guayaquil #100 y Camilo Arévalo.

DESCÁRGATE  
NUESTRA NUEVA  
APP AUTOLASA



CHEVROLET 



# Dinero Electrónico: ¿bueno o malo para Ecuador?



Por: **Gabriela Calderón de Burgos**  
Analista Económica

La dolarización se implementó en Ecuador de manera espontánea mucho antes de su adopción oficial en enero del 2000. El gobierno de ese entonces no la impuso, sino más bien legalizó la moneda en la que ya se estaban realizando la mayoría de las transacciones. Steve Hanke, académico adjunto del Instituto

Cato y profesor de la Johns Hopkins University, señaló en su reciente visita a Guayaquil, que desde ese entonces, la dolarización ha demostrado ser un éxito rotundo.

Esto, muestra Hanke, es evidente en el crecimiento prolongado —antes y durante de la bonanza petrolera— en sus primeros 16 años. Además, otro notable beneficio ha sido el control de



la inflación y otros indicadores como el índice de la miseria, donde Ecuador y los otros países dolarizados—El Salvador y Panamá—figuran entre las mejores posiciones de la región.

En un artículo reciente, titulado “Venezuela vs. Ecuador (Chavismo vs. Chavismo dolarizado), Hanke menciona la importante diferencia que puede marcar la dolarización. En efecto, esta viene a ser como una vacuna a prueba de los peores desastres que puede causar el chavismo. Hanke refiere que, mientras que el PIB real de Venezuela en términos de dólares estadounidenses casi se ha evaporado desde el 2000, el de Ecuador casi se ha duplicado ¿Por qué tanta diferencia si son muy similares las políticas económicas de ambos gobiernos? Hanke explica: “se debe al dólar de EE.UU. Ecuador utiliza el dólar como su moneda oficial —como Panamá y El Salvador— y Venezuela utiliza su maltratado bolívar. Antes del año 2000, Ecuador era como

Venezuela; utilizaba su propia moneda, el sucre. Pero Ecuador (como Venezuela) era incapaz de imponer el Estado de Derecho y la disciplina a sus ámbitos monetario y fiscal”.

Durante su visita a Guayaquil, Hanke afirmó que algo que lamentablemente no se hizo al haberse adoptado formalmente la dolarización es haber eliminado definitivamente el BCE. Para utilizar sus palabras precisas, “el Banco Central del Ecuador debería ser descartado y puesto en un museo” dado que su mera existencia constituye una tentación irresistible para los políticos que añoran tener una moneda nacional. Además, advirtió que constituye un riesgo para todo el sistema financiero que el gobierno haya emprendido “una estatización furtiva del crédito”.

**“Hanke indicó que el dinero electrónico logra precisamente lo contrario de lo que se propone y agrava la contracción del crédito y de la liquidez en la economía”.**

Finalmente, Hanke indica que el dinero electrónico logra precisamente lo contrario de lo que se propone y agrava la contracción del crédito y de la liquidez en la economía. Genera incertidumbre y desconfianza, elementos contrarios a los que requieren los

agentes económicos para depositar sus ahorros en el sistema financiero, conceder crédito y realizar inversiones. Afortunadamente, los bancos privados han manifestado que no colaborarán con la implementación del dinero electrónico y, más importante todavía, la institución que lo administra no goza de suficiente credibilidad para que su uso se masifique. 🇪🇺

Fuente: <http://www.elcato.org/venezuela-vs-ecuador-chavismo-vs-chavismo-dolarizado>



# Percepción Económica del país



Por: **Cristina Páez Carrillo**  
IPSOS Ecuador

**E**n una entrevista reciente que me hicieron para AdLatina, el medio de Marketing y Publicidad más influyente de la región, comenté que todo en la actualidad está cambiando gracias a la revolución tecnológica y el fácil acceso a la información. La manera en que las personas toman decisiones es ahora diferente de lo que era hace algunos años.

Sumémosle a estos cambios globales la situación económica actual que atravesamos en el País y tendremos unos clientes altamente informados y en estado de alerta ante el proceso de decisión de compra y consumo de bienes y servicios.

Y es que ahora todos tenemos activado el switch de ahorro y de restricción en el gasto y la inversión, porque





en Ecuador enfrentamos cada día una pérdida mayor de nuestro poder adquisitivo, que nos lleva a un fuerte ajuste en la estructura del gasto. Estamos viendo ya variaciones de hábitos de la ciudadanía por la situación económica actual, los cuales conllevan a cambios en los estilos de vida de nuestros clientes. Estos son rápidos y se consolidan como nuevas conductas, afectando

también el estado emocional y las motivaciones de consumo del futuro.

¿Pero quién sufre estos cambios?

La restricción del gasto se registra con mayor fuerza en el segmento medio de la población: el medio alto, medio bajo y medio típico, que representan el 70% de la pirámide poblacional ecuatoriana de acuerdo al último censo del INEC. El segmento premium mantiene sus costumbres y los segmentos más bajos refuerzan sus conductas ya adquiridas de restricción del gasto.

En el estudio "Percepción Económica del País", que realizamos en Ipso a principios de este año, con 95% de nivel de confianza y un margen de error de +/- 4.90, y en el que encuestamos a 400 personas mayores de 18 años residentes en el Ecuador, encontramos evidencia de lo mencionado anteriormente. Algunos de los datos que el estudio arroja y que deben poner a reflexionar a los lectores fueron los siguientes:

El **49%** opina que la situación económica actual es mala, y un 10% adicional piensa que es muy mala.

Solo el **32%** de los encuestados piensa que la economía del país va por el camino correcto.

El **55%** declaró que sus preocupaciones actuales son mayores que antes.

Un **70%** declaró que su percepción es que el costo de la vida es ahora mayor que antes.

Estas preocupaciones se ven reflejadas directamente en la modificación de conductas de la vida diaria.

**"En la actualidad se debe buscar certeza en la toma de decisiones, hay que evolucionar y seguir creciendo, cambiando; no hay tiempo que perder. Para salir adelante en el encuadre actual, se deben desarrollar estrategias de negocios que estén respaldadas por información del entorno, las mismas que deben ser relevantes y confiables".**

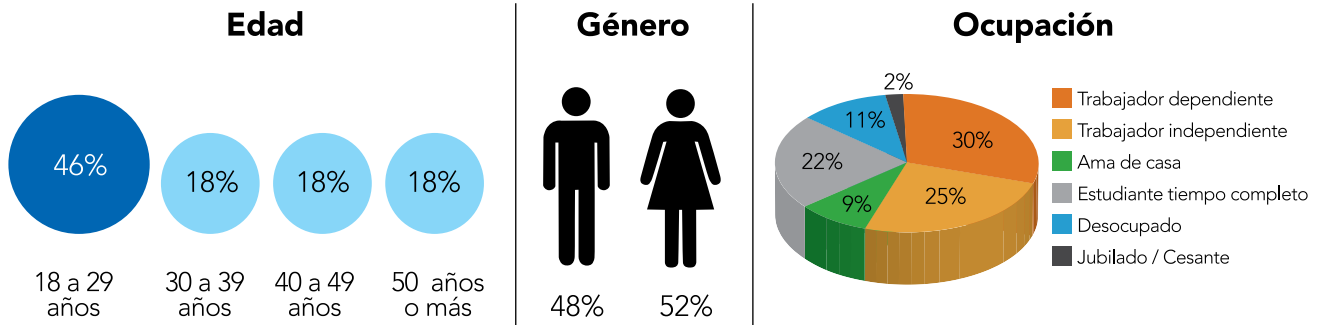
Los ecuatorianos mencionaron en el estudio que ahora la compra diaria de alimentos para el hogar es mayor que la compra en el mismo periodo durante el 2015. Aún más, 6 de cada 10 ecuatorianos ha debido cambiar el tamaño de empaque en sus productos debido a la situación económica que atraviesa el país; y, un alarmante 70% incluso declaró que ha debido

debido cambiar sus marcas preferidas por opciones más económicas.

Dicen que las grandes crisis son también épocas de grandes oportunidades, sin embargo, nuestros análisis demuestran una preocupación latente en la ciudadanía. Es tiempo de cambios, es tiempo de generar propuestas de valor que resalten nuestra oferta y la diferencien de la competencia. Es el tiempo de los propósitos, y estos deben ir más allá de la generación de riqueza de los fabricantes.

En la actualidad se debe buscar certeza en la toma de decisiones, hay que evolucionar y seguir creciendo, cambiando; no hay tiempo que perder. Para salir adelante en el encuadre actual, se deben desarrollar estrategias de negocios que estén respaldadas por información del entorno, las mismas que deben ser relevantes y confiables. Se debe conocer la situación económica actual por supuesto, pero también debemos mirar a nuestro entorno competitivo, al target, al valor de nuestra marca. Solo así lograremos captar la atención ya dispersa y desinteresada de los clientes y podremos ser esa opción de compra en los momentos en los que a pesar de esta política de restricción de gasto actual en la que vivimos, decidan sacar sus desgastadas billeteras y efectuar la compra.

## Datos Demográficos

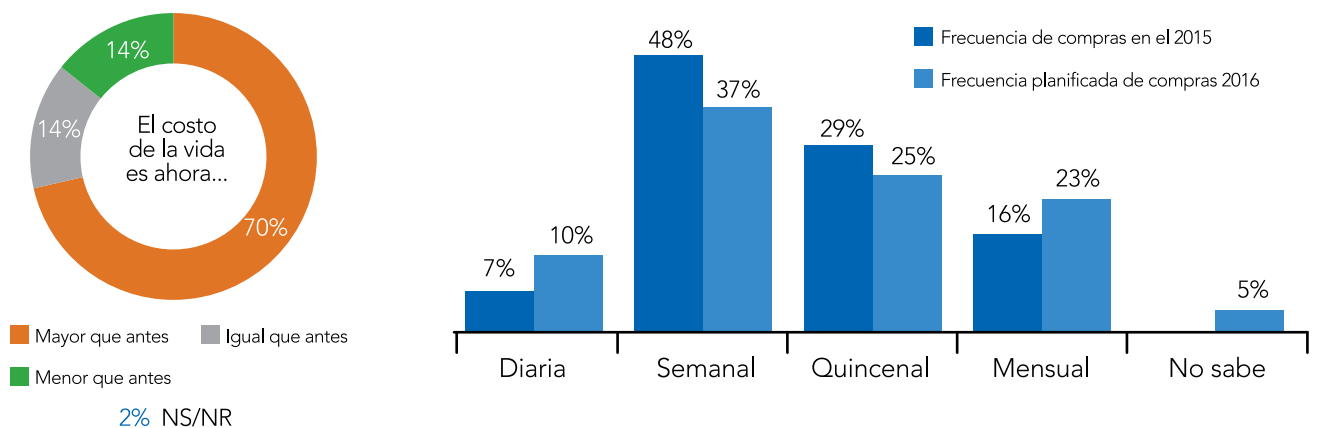


## Situación General y Entorno

### Percepción económica actual de Ecuador - Resultados en porcentaje (%)



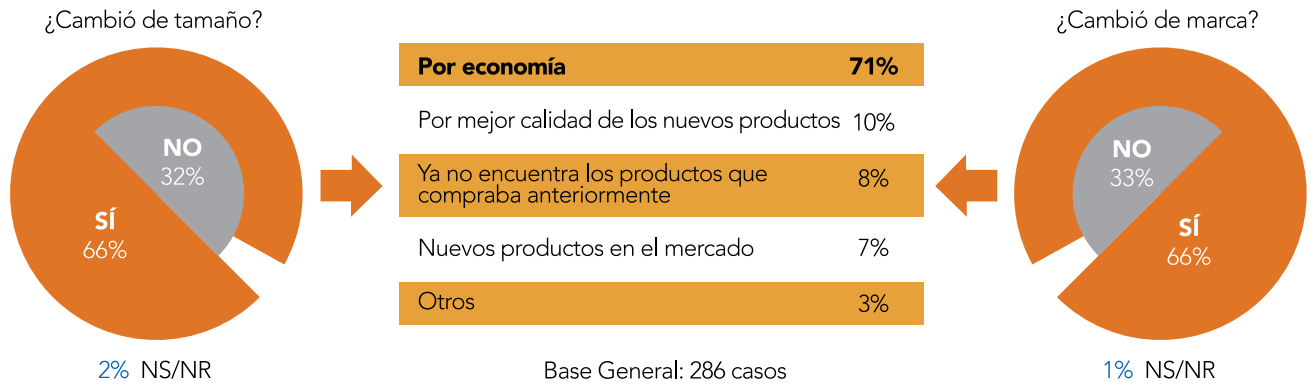
### Frecuencia de compras - Resultados en porcentaje (%)





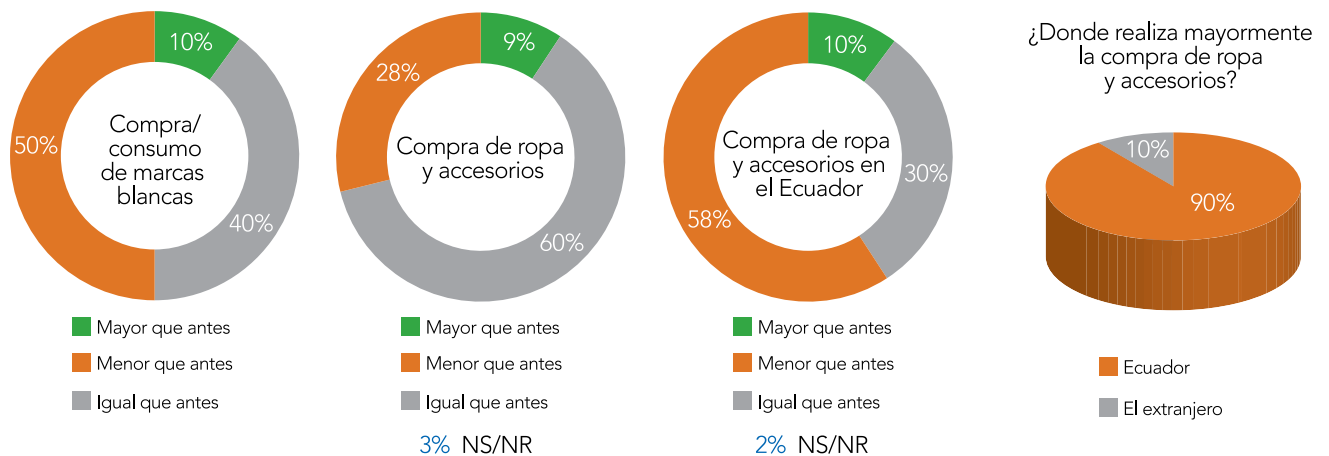
## Cambios de tamaño/marca en los alimentos o productos del hogar

Resultados en porcentaje (%)

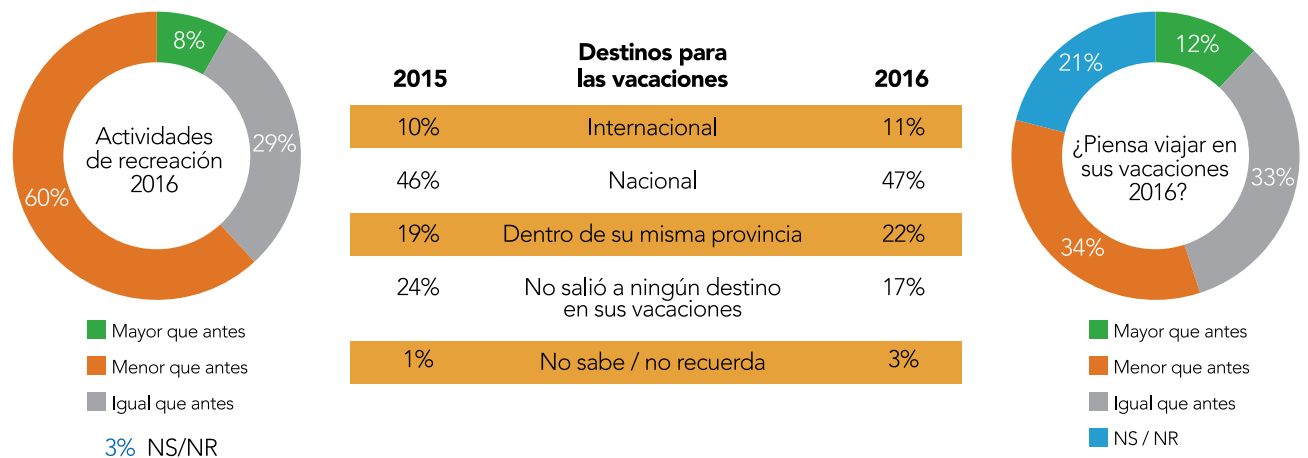


## Cambios de tamaño/marca en los alimentos o productos del hogar

Resultados en porcentaje (%)

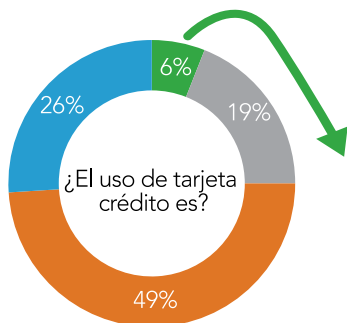


## Recreación y vacaciones - Resultados en porcentaje (%)





### Uso de tarjeta de crédito - Resultados en porcentaje (%)

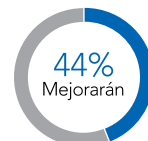


- Mayor que antes
- Menor que antes
- Igual que antes
- NS / NR

Mis ingresos no cubren mis gastos mensuales	36%
Posibilidad de comprar en cuotas sin interés	27%
Descuentos/Promociones otorgados por los comercios o bancos	14%
Uso la tarjeta de igual manera	9%
Otros	10%

Base: 22 casos

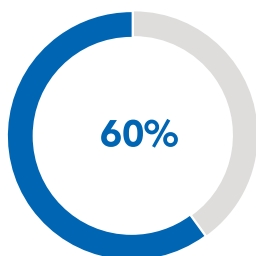
### En el futuro las cosas...



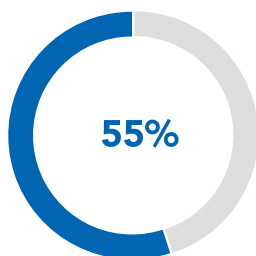
El 10% no sabe que sucederá

## Resumen

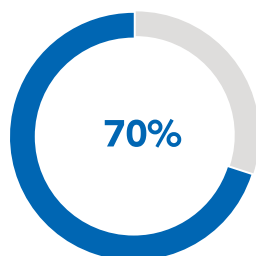
El **58%** afirma que el país tiene problemas económicos, pues 1 de cada 10 personas califica la situación económica actual como muy mala y 5 de cada 10 como mala



Piensa que la economía del país va por el camino incorrecto

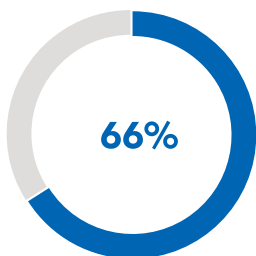


Afirma que su preocupación es mayor que antes

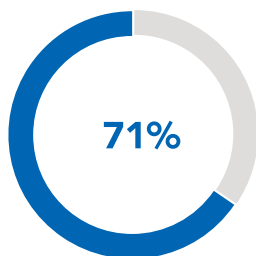


Piensa que el costo de vida es mayor que antes

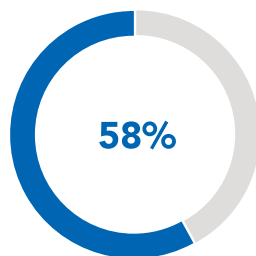
En relación al año pasado, la frecuencia de realizar las compras diariamente y mensualmente aumentan



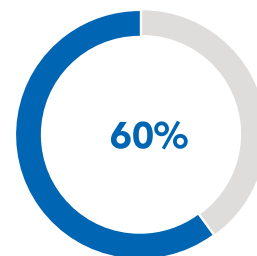
Cambiaron el tamaño de presentación o la marca de sus productos



Declaran que los cambios fueron por factores económicos



Afirman que sus compras de ropa o accesorios serán menores



Reducirán su inversión en actividades de recreación

# Los drones y la revolución industrial



*Dron Inspire 1 con Zenmuse X5 con lente Leica de 15mm*



**U**n dron (Vehículo Aéreo No Tripulado por sus siglas en Inglés) es un helicóptero de 4 o más hélices, de tamaño y peso reducidos, que es controlado remotamente por un operador en tierra.

Durante los últimos años el desarrollo acelerado de esta tecnología ha generado paralelamente una revolución industrial. Tal vez el uso comercial más común que tienen los drones es la filmación y fotografía aérea. Pero esta posibilidad no sólo da una ventaja a realizadores audiovisuales, le da la opción a ingenieros, arquitectos, supervisores de obras, ingenieros estructurales, entre otros, de realizar mediciones, revisiones, levantamientos en 3D y demás necesidades técnicas. Actualmente existen drones especializados que se utilizan para la supervisión de tendidos eléctricos, fumigaciones en cultivos, revisiones de aviones comerciales, búsqueda y rescate, entre otros.

Esto fue puesto en evidencia luego del terremoto del 16 de abril del 2016 en Manabí, en donde Drono del Aire asistió a los servicios

de rescate en identificar qué edificios representaban un mayor riesgo de colapso y sus imágenes aéreas ayudaron a tomar mejores decisiones y evitar poner en peligro la vida del personal de rescate.

La empresa DJI lanzó al mercado en el 2015 la cámara Zenmuse X5, este año fue la Zenmuse Z3, ambas para el dron Inspire 1. La Z3 junto a la X5 de micro 4/3 son dos cámaras que permiten realizar zoom óptico, la Z3 mediante lentes incorporados y la X5 mediante ópticas intercambiables, además de poseer un sensor de mayor tamaño para una mejor calidad de imagen. Un lente de 45mm en el Zenmuse X5, que se traduce en un zoom óptico del 400%, hace que las revisiones de edificios y estructuras sean muy detalladas.

Drono del Aire, que cuenta con profesionales con más de 20 años de experiencia en el ámbito audiovisual, ofrece además de servicios de filmación y fotografía aérea, el servicio de revisión y monitoreo industrial. Hoy en día con los drones se pueden realizar inspecciones con mayor rapi-

dez, menos inversión y sin poner en riesgo la seguridad física del personal. Los drones, hoy por hoy, están orquestando una verdadera revolución industrial.



# Ecuador y las tendencias mundiales de la Gastronomía

Ecuador es un país con una biodiversidad y riqueza inigualables, donde se funden historias, costumbres, sabores y aromas para crear una cocina única.

Por: Karin Grünstein de Lapentti  
Café Restaurant Lo Nuestro

La gastronomía ecuatoriana es abundante y llena de sabor, usa ingredientes naturales de gran calidad, creando platos a base de mariscos, pescado, cerdo, vaca, chivo, plátano verde, maíz, papas, granos y muchos vegetales. Las especias como el cilantro, perejil, ají, pimienta y clavo de olor también juegan un papel importante. En nuestra cocina se mezclan los ingredientes indígenas con los importados por los españoles durante la colonia. La unión de esas dos culturas, sumado a nuestras características geográficas, ha dado forma a nuestras tradiciones culinarias.

Dicen que nuestra propia evolución marca las nuevas tendencias gastronómicas. Las personas siempre deseamos novedades, buscamos un cambio, así que a continuación, detallo algunas de las tendencias mundiales en la gastronomía para este año:



**1. La Eclósión de lo Ecológico:** Los productos ecológicos llevan varios años en el mercado, pero ahora podrían convertirse en los preferidos, ya que la gente está preocupada por cómo se procesan los alimentos y elige los que tienen menos conservantes.

**2. Vuelta a la tradición:** La fusión da paso a la búsqueda de lo auténtico, de lo étnico. Los restaurantes vuelven la mirada a su propia tradición. La demanda de platos tradicionales y elaboraciones artesanales está en crecimiento.

**3. Huertos propios:** La búsqueda de un mejor producto y su cercanía han hecho que muchos cocineros siembren algunas de las verduras que necesitan o que se las compren a pequeños productores situados cerca de sus restaurantes.


**4. Recuperar el sabor:** Al parecer, para algunos chefs el sabor había dejado de ser lo más importante. Ahora se insiste en este aspecto, si no hay sabor, no hay cocina. Por eso, muchos cocineros se dirigen a acentuar el sabor, incluso utilizando nuevas técnicas y procedimientos para lograrlo.

**5. Amargo y salado:** Actualmente se imponen las mezclas de especias con matices amargos y sales aromatizadas, desde el jengibre a las frutas deshidratadas.

**6. Simplicidad:** Frente a la cocina de platos saturados de ingredientes, se impone la simplicidad. Elaboraciones con dos o tres elementos. Se trata de lograr el mayor deleite con el menor número de ingredientes.

**7. La vuelta del mantel:** Había estado de moda en algunos restaurantes suprimir el mantel y sustituirlo por individuales de distintos materiales. Hoy los jóvenes cocineros tienden a recuperar esos manteles y sus correspondientes servilletas de tela.

**8. La cocina Latinoamericana:** No es una tendencia de este año, pero se sigue consolidando con fuerza, especialmente la cocina peruana y la mexicana. La llegada de excelentes cocineros de esos países, la apertura de restaurantes de primer nivel y la autenticidad en sus platos contribuyen a ese fortalecimiento.

Ecuador debe ser parte de esa efervescencia por la comida Latinoamericana. El reto es rescatar los sabores reales, utilizando ingredientes autóctonos para mostrarlos al mundo. Debemos promover nuestra cocina poco procesada, diversa, y lo más importante, con historia. 



**¡Simplemente delicioso!**  
Dos Caballos  
Cocktail de Frutas  
Durrornos Mitades  
Únicos con ensabber natural.

**ilko** **VIRUTEX**  
Juntos es mejor

**Pastas Italianas AGNESI**  
Pastas de trigo grano duro!

**ACEITE DE OLIVA ESPAÑOL Y ACEITUNAS**  
**Fragata**  
Cuida su salud con Aceite de Oliva  
MERMELADAS  
EXTRA VIRGEN Y TRADICIONAL  
LA VIEJA FARRICA MERMELADAS DIET

**BRILLO AL INSTANTE**  
**Vilo**  
¡Es hora de brillar!

**JACOME & ORTIZ DE COMERCIO Cia. Ltda.**  
Av. de Las Américas y Juan Larrea • Telf.: 393 7 4024444 • www.jacomeyortiz.com.ec • Quesera - Ecuador



# Gastronomía guayaquileña y los desafíos para internacionalizarla



Por: Tomás López Armendaris CE – KMP  
Academia Culinaria del Pacífico

**H**oy por hoy Guayaquil es una ciudad cosmopolita, pluricultural y cuna de tradiciones. Como tal, ofrece varios platos emblemáticos que se han convertido en elementos potentes de nuestra identidad. Existe un criterio que afirma que un plato es considerado como típico o representativo cuando es uno de los 2 más consumidos en un determinado territorio. Partiendo de este punto, estos son algunos de los platos más típicos de Guayaquil: encebollado de albacora, guatita, ceviches, cazuelas, arroz con menestra y carne, pollo

o chuleta, humitas, hayacas, bollos, caldo de salchicha, seco de pollo; y como bebidas la chicha resbaladera y la cerveza.

La cocina montubia es la que da origen a la comida guayaquileña, influenciada más adelante por el mestizaje, con la introducción del refrito, los lácteos, el cerdo y las aves de corral, por parte de los españoles. Estos productos se amalgamaron con lo que los aborígenes ya utilizaban localmente como la yuca, el maíz, el plátano verde, el maní, y técnicas ancestrales como el envolver alimentos en hojas de plantas, para su cocción.

En el siglo XXI, Guayaquil ofrece a sus residentes y visitantes una amplia gama de opciones en lo que a gastronomía se refiere, desde lo muy propio y tradicional hasta propuestas internacionales de variada procedencia. Solo para citar unos ejemplos, podemos encontrar, sin problema, restaurantes de comida peruana, colombiana, france-

sa, italiana, japonesa, mexicana, árabe, cubana, china, argentina, tailandesa, española, y por supuesto, ecuatoriana.

Es cierto que debemos seguir mejorando la calidad en los servicios y las buenas prácticas de manufactura, pero aun así Guayaquil se ha convertido en un destino gastronómico que vale la pena visitar y que no defraudará en lo absoluto. Con la gran diversidad de productos y sabores que caracteriza la cocina local, se nos facilita presentarla al mundo como un producto muy atractivo. Tenemos que empezar desde nuestras casas, desde nuestras cocinas, consumiendo lo nuestro, así como también educando a los futuros cocineros en base a nuestra propia realidad.

No es conveniente que se destine la mayor parte de los contenidos de las mallas curriculares de escuelas y universidades ecuatorianas a estudiar cocinas extranjeras. Nadie dice que esto no es importante, pero debemos estar claros que es preponderante aprender



y dominar nuestras técnicas, nuestra cultura, nuestros productos; solo así podremos ser verdaderos embajadores de nuestra cocina ante el mundo ¿De qué sirve que un alumno de gastronomía en Ecuador sepa recitar las 30 o 40 variedades de quesos internacionales, si no sabe cómo se prepara un queso criollo manaba o un queso de hoja de nuestra serranía?

¿Por qué todavía en muchos hoteles, restaurantes y cafeterías locales se ofrecen desayunos americanos, franceses, continentales y no se incluyen en las cartas desayunos criollos o montubios, por citar un ejemplo? ¿Por qué utilizamos café importado cuando en Loja o Galápagos tenemos café con calidad de exportación?

Así como nosotros no vamos a Italia a comer encebollado, los visitantes extranjeros no vienen al Ecuador a comer lo mismo que comen en sus países de origen, o platos que ya son clásicos a

nivel internacional y se encuentran en todo lugar. Ellos vienen a probar nuestra propuesta, nuestra cocina típica, muchas veces lo más tradicional que puedan encontrar, acudiendo a mercados o "huecas".

La tendencia global en cocina es volver a lo básico, volver a lo simple, inclusive a lo orgánico. La época de experimentos y "travesuras" ya pasó, hay que dar una mirada atrás hacia lo tradicional, hay que respetar y valorar el producto, recuperar los sabores originales que nunca debieron despreciarse.

Recordemos siempre que "si no hay sabor, no hay cocina", punto; los adornos y la vanguardia son temas complementarios, no lo más relevante en un plato.

La cocina moderna también apunta al bienestar de las personas, haciéndolo

la más humana, más sana, más sostenible. Aplicando lo que se conoce como "Kilómetro Cero" se busca incorporar a productores de las zonas cercanas al encadenamiento productivo que genera la industria del turismo, respetando el entorno y la estacionalidad, y por ende, controlando la calidad. Para lograr este objetivo, los gobiernos centrales y seccionales, las cámaras de turismo, las asociaciones de cocineros y afines, y la empresa privada, deben ayudar a promocionar los diferentes destinos turísticos, a través de su gastronomía. A mayor número de turistas, se intensifica el consumo; el pescador pesca más, el agricultor siembra más, se construyen más restaurantes y hoteles.

El mundo tiene los ojos puestos sobre lo que Latinoamérica pueda ofrecer, a través de su gastronomía y culinaria. Estamos seguros que pronto Ecuador será la revelación de la región. 🌐

**SONY**

**Siempre un paso por delante**

sonymobile.com

Sony, el logo y símbolo de Walkman™ son marcas comerciales o marcas registradas de Sony Corporation. Xperia™ es una marca comercial o una marca registrada de Sony Communications AB. Android, Google Chrome y Google Play son marcas registradas por Google Inc. ©2016 Sony Mobile Communications AB. Todas las otras marcas son propiedad de sus respectivos dueños. Xperia™ X, Xperia™ XA, Sony Mobile Communications AB. Todas las otras marcas son propiedad de sus respectivos dueños.

**XPERIA X**



# Guayaquil Gourmet



**Por: Manfred Krauth**  
Chef ejecutivo del Hilton Colón Guayaquil

La nueva tendencia mundial en la gastronomía gourmet es definitivamente regresar a las raíces. Trabajar con los productos de la zona se ha vuelto el interés en el ámbito mundial. Sacar a relucir lo auténtico de cada región es lo primordial, no solo por sentir esos sabores frescos y autóctonos, sino también porque el impacto ambiental es menor, gracias a que se trata de conseguir y trabajar con productos libres de químicos.

El desafío en Guayaquil es grande, pero creo que está consiguiendo internacionalizar muchos platos elaborados con los productos élitos de exportación y de excelente calidad, con los que cuenta la producción ecuatoriana.

Uno de los platos que refleja la gastronomía y cultura guayaquileña hacia el mundo, es el ceviche de camarón. Esta delicia gastronómica siempre va

a estar bien representada por el camarón, producto élite de exportación del País, con una salsa cítrica fructosa, con un toquecito de cilantro, acompañado de un crocante patacón o chifle.

Otro de los platos que nos representa es el seco de pato, ya que esta ave es un deleite en cualquier parte del mundo. Acompañado de productos autóctonos como el arroz, maduro y aguacate, lo convierten en un manjar apetecible para todo comensal.

Por último, la pangora cocida como stone-crab, en sus múltiples preparaciones, puede ser sin duda el mayor embajador de la cultura ecuatoriana en el mundo gastronómico.

Para asumir el desafío, las ferias gastronómicas sirven al conocimiento de los productos autóctonos y también para elaborar platos típicos con más creatividad, mejor preparación y presentación.

“Sacar a relucir lo auténtico de cada región es lo primordial, no solo por sentir esos sabores frescos y autóctonos, sino también porque el impacto ambiental es menor”.

**interprof**

¡Cada detalle cuenta!

➤ **GESTIÓN Y CONTROL DE ACTIVOS FIJOS Y MERCADERÍA**

- ▶ **INVENTARIOS**
- ▶ **SISTEMAS**
- ▶ **CONSULTORÍAS Y ASESORÍAS**

RFID

Guayaquil: Telf.: (5934) 602-5252 • Quito: Telf.: (5932) 602-5252  
www.interprofcorp.com • info@interprofcorp.com



# La democratización de la Innovación en la Empresa



Por: **Robert Wright Enz**  
CEO de Tracklink

**E**n su reciente artículo en el Wall Street Journal *"How the West (and the Rest) Got Rich"*, Deirdre N. McCloskey expone que en los últimos 200 años, la sociedad ha tenido un crecimiento sin precedentes (10,000%), gracias a la liberación de gente ordinaria para conseguir sus sueños de mejoramiento económico. Este argumento entiende que esa liberación ha hecho que todos tengamos la libertad de crear, construir e innovar.

Todas las organizaciones deben tener una meta que lograr. Si estamos actualmente en un punto de inicio, esa meta o punto final, debería siempre ser mejor que el punto inicial.

Los integrantes de la organización necesitan saber qué significa llegar al punto final, por qué y para qué queremos llegar a esa posición como empresa. Y una vez que tenemos claro el qué, el porqué, y el para qué, necesitamos entender el cómo. La cultura de innovación ocurre cuando los empleados de las organizaciones tienen la libertad de escoger esos caminos y son integrantes activos de esa consecución.

Como CEO de Tracklink, promuevo la innovación en todos los ejes de la organización. Uno de nuestros pilares fundamentales es la creación de valor para nuestros clientes. Para nosotros es muy importante desarrollar acciones a partir de esa innovación, es parte de nuestra cultura organizacional y es una ventaja competitiva que genera resultados tangibles y permanentes.





Jeff Sutherland, con sus libros que definen la metodología SCRUM, lo explica de manera espectacular. La dirección de las compañías deben definir el "qué", el "porqué", y el "para qué" (es decir el punto final), pero los equipos de trabajo deben ser los que definen "el cómo" conseguirlo. Quienes dirigen los equipos desempeñan el rol de apoyar y lograr que el grupo tenga disciplina. Pero su principal función es liberar a los integrantes de impedimentos y así lograr que el equipo sea más rápido para desarrollar ideas e innovar.

Chip Conley, en su libro "Peak", asegura que el empoderar a los empleados y llevarlos a la cúspide de la pirámide de Maslow (que su trabajo trascienda), hace que sean felices. Esto a su vez se refleja en clientes felices y en accionistas felices, porque sus empresas son exitosas y muy rentables. Estoy de acuerdo con Conley, y creo que nuestro enfoque como directivos debe estar principalmente en los empleados. No es un trabajo fácil, ni se logra de la noche a la mañana, pero crea una cultura de organizaciones muy ágiles y con una ventaja competitiva extraordinaria para llegar más rápido a cumplir los objetivos.

El autor también expone cómo su compañía "Joie de Vivre" creó un equipo de trabajo encargado de transformar su cultura organizacional para que todos los empleados realmente sientan que su trabajo trasciende. Este equipo se llamó los "Embajadores de Cultura". Tres años atrás, decidimos crear algo parecido en Tracklink. Nuestros "Embajadores de Cultura" se llaman "Aliados" y los resultados han sido extraordinarios. Hemos incrementado la satisfacción de todos nuestros colaboradores en un 60%, y se ha generado tanto compromiso de los integrantes, que decidimos crear nuevos equipos encargados de innovar en varias áreas de la empresa.

Ahora en Tracklink tenemos a los "Guardianes", los "Facilitadores", los "Thinkers", y los "Aseguradores de Calidad".

Los Guardianes son los encargados de que las cuentas de gasto se mantengan dentro del presupuesto y tam-

bién tienen la tarea de cuestionar si estos realmente agregan o no valor. Los Facilitadores transforman los procesos más complejos y los mejoran para hacerlos más sencillos. Los Thinkers son personas que están en diferentes proyectos de innovación, ya sea para mejorar productos actuales, encontrar nuevos nichos, o cuestionar si podemos hacer una disrupción en los mercados actuales en los que opera la empresa. Finalmente los Aseguradores de Calidad mejoran nuestros servicios para maximizar la satisfacción de nuestros clientes.

Todos los equipos tienen un objetivo claro, un líder de grupo y se auto-organizan para conseguir el objetivo. He encontrado algunos insights muy interesantes de estos grupos:

**Primero.** Lo ideal es que los equipos se conformen con personas que estén en la primera línea de la organización; esto quiere decir, los que están "donde las papas queman".

**Segundo.** Es una muy buena forma de capacitación para personas con potencial de estar en posiciones de liderazgo.

**Tercero.** Los integrantes de estos equipos normalmente adquieren un compromiso increíble con la organización y esto es crítico para el mejoramiento continuo de la empresa, porque el compromiso de los colaboradores de las organizaciones es en gran medida un predictor del éxito de una compañía.

La felicidad de los empleados es incluso una mejor forma de predecir el éxito de las empresas. La fórmula ideal para conseguir la felicidad de los colaboradores es que tengan la posibilidad de maestría, autonomía, y propósito. Dan Pink lo menciona muy bien en su libro "Drive", y Neel Doshi y Lindsay McGregor en "Primed to Perform" desde la óptica de la motivación. Somos felices cuando sentimos que lo que hacemos nos gusta, que somos

buenos para eso y que lo mejoramos día a día para convertirnos en una mejor versión de nosotros mismos. Somos felices cuando sentimos autonomía y poder de decisión para hacer las cosas. Finalmente, somos felices cuando lo que hacemos tiene un sentido de propósito que va más allá de nosotros, y tiene trascendencia.

En "Shine", Ned Hallowell describe lo que hace que las personas "brillen". El balance perfecto para "brillar" se da cuando estas personas alcanzan la excelencia en su trabajo, por ser buenas para eso y encantarles lo que hacen. Solo con ese equilibrio se puede comenzar el camino hacia la felicidad de los empleados. Así, ellos mismos querrán mejorar sus capacidades de tal manera que se vayan convirtiendo en "maestros". Ese camino lo lleva al estado que muy elocuentemente describe Mihaly Csikszentmihalyi como "Flow". Cuando estás tratando de mejorar tus capacidades actuales para crecer en el nivel de complejidad de las tareas, creces como persona y "fluyes".

La capacidad que tienen los equipos para definir las mejores maneras de trabajar en conjunto puede asustarnos; inclusive puede hacer sentir a algunos jefes o gerentes inseguros, ya que la forma tradicional de liderar se ha enfocado en decir a las personas lo que tienen que hacer. Creo fielmente en un concepto más digno para el ser humano. Si tienes personas a las que les encanta lo que hacen, y son buenas para eso, ellos solos, con el soporte adecuado, encontrarán el camino para conseguir resultados exitosos.

Finalmente, los equipos trascienden si es que mantienen un propósito claro. Una razón contundente de por qué y para qué trabajan. Esta combinación hace que los equipos en la organización, hagan lo que hagan, se transformen en una ventaja competitiva.

¿Te has preguntado si a las personas que trabajan contigo les gusta lo que hacen? ¿Cómo mides si son buenas también en eso? ¿Tienen suficiente autonomía para que definan "el cómo" y así llegar al punto final? Finalmente, ¿tu organización tiene un mandato especial que va más allá de hacer dinero? 🌐



# Directorio Junior Jóvenes emprendedores de la Cámara de Comercio de Guayaquil



Miembros del actual Directorio Junior de la Cámara de Comercio de Guayaquil.

**E**l Directorio Junior de la Cámara de Comercio de Guayaquil está conformado por veinte jóvenes empresarios, activos, de hasta 30 años de edad, quienes son nombrados por el Directorio Senior de la CCG, dentro de las atribuciones que el Estatuto Institucional le confiere a éste.

Las actividades, proyectos y participación activa del Directorio Junior en el desarrollo de servicios y beneficios para los socios de la Cámara, así como para el desarrollo de la ciudad y del país, es parte integral de la for-

mación de estos jóvenes líderes. Específicamente, la Cámara de Comercio de Guayaquil cuenta con el apoyo del Directorio Junior en la preparación de proyectos encaminados a ampliar y desarrollar sus actividades.

En la historia internacional, el rol de los Directores Junior ha sido mundialmente reconocido desde la fundación del primero en St. Louis-Missouri en el año de 1915. Podemos encontrar una referencia de su importancia en la opinión que da el famoso empresario y orador Dale Carnegie en el libro de

Frank Bettger *"How I Raised Myself from Failure to Success in Selling"*. Este texto relata cómo el directorio Junior de la Cámara de Comercio de Estados Unidos, organizó una serie de capacitaciones en liderazgo, relaciones humanas y ventas en el año 1947 alrededor del país.

En varios países, se ha puesto en práctica el mismo ejemplo, y en Ecuador el primer Directorio Junior que existe lo tiene la Cámara de Comercio de Guayaquil. La iniciativa del Directorio Junior fue creada por Eduardo





Maruri con el objetivo de promover la formación de dirigentes gremiales entre los jóvenes empresarios de la Urbe. El primer presidente junior fue Leopoldo Benitez, le siguieron Xavier Peña, Boris Lascano, Roberto Orces, Juan Lutyk, Marco Vernaza, Axel Vedani, Juan Pablo Guerrero. En la actualidad, es Francisco Andrade Villagómez, quien ocupa el cargo, acompañado por su presidente alterno Angelo Caputi Icaza.

El Directorio Junior ha servido de gran aporte para la gestión que realiza la Cámara de Comercio de Guayaquil. Uno de sus primeros proyectos hechos realidad fue en el periodo de la Presidencia de Leopoldo Benitez, donde una iniciativa propuesta por Carlos Ortega Santos y Pablo Arosemena Marriott, en ese entonces directores, junto a la Universidad Ecotec, da origen el primer libro lanzado por los Juniors, enfocado a incentivar el emprendimiento en el país.

En la Presidencia de Juan Pablo Guerrero se realiza el evento "El Orgullo de Ser Empresario" por primera vez hasta la actualidad. En la presidencia de Francisco Andrade, en el marco de este evento, la CCG decide junto al directorio Junior, apoyar de manera más fuerte el nicho del emprendimiento. El principal objetivo de esta iniciativa fue incentivar el comercio en la ciudad desde sus cimientos, vinculando al sector privado con el educativo, y gene-

rando alianzas y proyectos para beneficio mutuo. De igual forma, este grupo de jóvenes se ha impuesto la misión de no ser los únicos y ayudar a crear más directorios junior a lo largo del país.

#### Fines sociales:

El Directorio Junior de la Cámara de Comercio de Guayaquil también cumple un rol social apoyando causas benéficas y apoyando fundaciones. Ha colaborado de manera proactiva en varias colectas, siendo una de las más importantes, la campaña de solidaridad para ayudar a familias de escasos recursos, que realizó el Colegio Monte Tabor Nazaret en conjunto con la Fundación Compartir de nuestra ciudad. De igual forma, el año pasado hizo la entrega de los regalos navideños de la Cámara de Comercio en el Hospital del Niño.

María Gloria Alarcón ex Presidente de la CCG, indicó que "la iniciativa de conformar un Directorio Junior en la Cámara fue el resultado de habernos dado cuenta del enorme potencial de liderazgo que tenían muchos jóvenes en la ciudad, sin un espacio para desarrollarlo", además añadió que el objetivo se cumple hasta el día de hoy, "pues son jóvenes con inquietudes diferentes al día a día, y que están dispuestos a sacrificar tiempo libre. Tienen un espacio de discusión, networking y desarrollo de proyectos, con el apoyo de la CCG." La ex Presidenta afirmó además

que la participación del Directorio Junior resulta tan relevante para la Cámara, que de hecho Pablo Arosemena, quien preside la CCG hoy, fue uno de los Directores Juniors más proactivos en su periodo.

El directorio Junior, quienes sin duda son parte de los jóvenes más influyentes de la ciudad, están ya trabajando en nuevos proyectos que aportarán no solo a esta institución, sino al desarrollo del comercio y el emprendimiento del país. 🌐

Integrantes del Directorio Junior:

**Alejandro Cedeño**  
**Alejandro Rengel**  
**Angelo Caputi**  
**Carla Lemos**  
**Daniel Baquerizo**  
**Erica Fondevilla**  
**Francisco Andrade**  
**Francisco Jaramillo**  
**Isabella Parra**  
**Jaime Gozembach**  
**Juan Xavier Chonillo**  
**Natalia Guim**  
**Pamela Ycaza**  
**Patricia Marchan**  
**Pedro José Mateos**  
**Roberto Andrade**  
**Sebastian Ribas**

# Una efectiva campaña publicitaria no necesariamente debe ser costosa

**Átomo Producciones** es una casa productora creada por dos emprendedores guayaquileños: Carlos Rubio y José Rojas, quienes juntos suman más de 30 años de experiencia necesaria para asumir cualquier reto audiovisual. Carlos es experto en administración y desarrollo de empresas, estudió su carrera en USA y luego obtuvo una maestría en Desarrollo de Negocios en Alemania. José, quien estudió Comunicación Social, tiene más de 15 años de experiencia como productor y director de publicidad y televisión. Juntos complementan los aspectos más importantes de un emprendimiento; lo técnico y lo financiero.



*José Rojas y Carlos Alberto Rubio fundadores de Átomo Producciones.*

## ¿Cuáles son los servicios que ofrecen?

Ofrecemos servicios integrales de comunicación: producción de programas de tv, spots comerciales, videos institucionales, post-producción, edición y animación 2D y 3D, infografías, marketing digital, fotografía, tomas aéreas de drone, producción de contenido propio para redes sociales, manejo de redes sociales y todo lo relacionado con la producción audiovisual publicitaria.

## ¿Cómo se diferencian de otras productoras?

Ofreciendo nuestra experiencia como un valor agregado a la producción audiovisual, no solo nos limitamos a filmar sino a asesorar a nuestro cliente desde la idea inicial, todo el camino creativo hasta la forma de comunicar lo que el cliente realmente quiere transmitir.

Somos capaces de ofrecer videos profesionales de alta calidad a bajo costo gracias a nuestros equipos técnicos de punta. Cuidamos mucho cada detalle para que la imagen que se presente, se proyecte correcta y positivamente a nuestros clientes.

## ¿Cómo pueden ofrecer estos costos tan bajos?

Al estandarizar procesos y medir tiempos, somos capaces de optimizar nuestro recurso humano y técnico. Un ejemplo común sería el poder realizar una producción audiovisual en pocos días para un spot de un cliente. La clave está en la investigación y pre-producción.

## ¿Qué puede hacer un cliente con estos videos?

Después de la realización de los videos, lo asesoramos en cómo pautar correctamente, aquí nosotros recomendamos medios convencionales o no convencionales, dependiendo mucho del target, presupuesto y exposición que deseen tener para alcanzar los objetivos comunicativos esperados, vender un producto o posicionarse mejor que su competencia en el mercado.

La Comunicación e información de una empresa es una herramienta muy importante hoy en día, es vital para su supervivencia frente a sus clientes existentes,

y necesaria para llegar a nuevos clientes.

Por estas razones empresas como: Almacenes Tía, Mavesa, iO Spa, Hino, Interhospital, Odebrecht, Dinardap, la Cámara de Comercio de Guayaquil, entre otras, han confiado sus marcas e imagen a Átomo Producciones, obteniendo resultados exitosos siempre. Llámanos al **6047272** o al **0986644160** para concertar una cita, si eres socio de la Cámara de Comercio de Guayaquil obtienes el 20% de descuento en tu primera producción. Somos Átomo Producciones.





### Reunión con el frente económico

El lunes 4 de julio en el Hotel Oro Verde, se realizó la sesión del Consejo Sectorial de la Producción, a la que asistió Juan Carlos Díaz-Granados, Director Ejecutivo de la CCG. Durante la reunión, que contó con la presencia de empresarios y ministros de la producción, los gremios propusieron reducir la carga tributaria, revisar la ampliación de las salvaguardias y garantizar la seguridad jurídica, para así brindar sosiego a la empresa privada.



### Inspiring Women 2016

La noche del 5 de julio, tres exitosas mujeres compartieron sus experiencias como empresarias en el evento Inspiring Women 2016, realizado en el auditorio del Edificio Las Cámaras. Ileana Miranda, diseñadora y directora de la CCG; Eloisa Bernal, CEO de Colgate Palmolive Ecuador; y Cristina Páez, Gerente Regional de IPSOS y directora de CCG; partiendo de los resultados del estudio "Presencia de la mujer en cargos directivos" promovido por el Banco Interamericano de Desarrollo, inspiraron a las más de 250 mujeres asistentes al evento.



### Conversatorio sobre Dinero Electrónico con Juan Fernando Carpio

El 6 de julio en el Salón Directorio de la CCG, se realizó el conversatorio "¿Dinero Electrónico o nueva moneda?". El evento tuvo como expositor a Juan Fernando Carpio, profesor de Economía Política y Macroeconomía de la Universidad San Francisco de Quito, quien analizó la naturaleza de la moneda electrónica y sus posibles amenazas.



### Charla "Perspectivas profesionales en el mundo de los negocios" en la UEES

Pablo Arosemena Marriott, Presidente de la CCG, dictó la charla "Perspectivas profesionales en el mundo de los negocios y empresas", realizada el jueves 7 de julio en la Universidad de Especialidades Espíritu Santo. A través de un diálogo con estudiantes de la Carrera de Economía, compartió sus experiencias para incentivarlos a cumplir sus metas.



### Conversatorio sobre la situación económica del país

El 7 de julio se efectuó un conversatorio dictado por el Dr. Fausto Ortiz, ex ministro de finanzas, quien analizó la situación económica que vive el Ecuador y expuso propuestas de soluciones para fortalecer la dolarización y promover el libre mercado. Al acto asistieron Pablo Arosemena Marriott, presidente de la CCG y Miguel Ángel González, presidente alterno de la CCG.





### Reunión de Comité Empresarial Ecuatoriano con Ministro Juan Carlos Cassinelli

El Comité Empresarial Ecuatoriano (CEE) mantuvo una reunión con el Ministro de Comercio Exterior, Juan Carlos Cassinelli, para dialogar sobre las preocupaciones en cuanto al desarrollo del comercio en el país. La jornada se llevó a cabo el lunes 11 de julio en la CCG, donde se trataron temas como el proceso del acuerdo comercial con la Unión Europea (UE), la aplicación de salvaguardias y otras medidas de restricción comercial.



### Conversatorio "Dinero electrónico: ¿bueno o malo para Ecuador?" con Steve Hanke

La CCG contó con la grata visita del Prof. Steve Hanke, conocido como el padre de la dolarización. Hanke cumplió una extensa agenda que incluyó una reunión con representantes de varios sectores, una rueda de prensa, entrevistas con los medios de comunicación y, finalmente, un conversatorio denominado "Dinero electrónico: ¿bueno o malo para Ecuador?". Este itinerario se llevó a cabo el miércoles 13 de julio, fecha en la que el Prof. Hanke analizó las bondades de la dolarización y las amenazas del dinero electrónico.



### CCG Speed Networking III

La tercera edición del CCG Speed Networking se llevó a cabo el miércoles 6 de julio, con el objetivo de que los empresarios participantes establezcan contactos estratégicos de negocios, a través de dinámicas de presentación con un tiempo establecido. En el evento, se dictó la conferencia "Desarrolla el Networking como un Rockstar", dictada por Miguel Cabrera.



### Visita de SOFOFA

El martes 12 de julio, la CCG recibió a representantes del gremio chileno Sociedad de Fomento Fabril (SOFOFA), presidida por Hermann Von Mühlenbrock, quien compartió las experiencias de éxito que fortalecieron la economía de su país. El diálogo se desarrolló en una reunión con invitados especiales y un conversatorio abierto al público, donde se analizaron las claves que apuntalaron a Chile como una potencia mundial. Posteriormente, los dirigentes gremiales de SOFOFA ofrecieron un coctel en el Parque Histórico de Guayaquil, al que asistió el presidente alterno de la CCG, Miguel Ángel González.



### Bicentenario de la Declaración de Independencia Nacional de Argentina

Juan Carlos Díaz-Granados, director ejecutivo de la CCG, asistió a la recepción ofrecida por la Embajada de Argentina, con motivo de celebrar el Bicentenario de la Declaración de la Independencia Nacional. El festejo, dado el 11 de julio, tuvo lugar en el Bankers Club y contó con la presencia de importantes personalidades de la ciudad.



### Conferencia Magistral en Salinas

Pablo Arosemena Marriott participó como expositor en la primera conferencia magistral "Estrategias para vencer la crisis del sector comercial, turístico e industrial". El evento se desarrolló el jueves 14 de julio en el Hotel Barceló Colón Miramar y fue organizado por la Cámara de Comercio de la Península de Santa Elena y la Asociación de Comerciantes e Importadores de Guayaquil.



### Sesión de Directorio de Fedecámaras

Directivos de la Federación Nacional de Cámaras de Comercio del Ecuador, presidida por Pablo Arosemena Marriott, sesionaron el lunes 18 de julio, con el objetivo de analizar el entorno económico y lanzar propuestas propositivas para levantar el comercio. La reunión también se centró en el planteamiento del Libro Blanco de Propuestas de Fedecámaras, el cual pretende ser una hoja de ruta que plantee medidas concretas para lograr estabilizar la economía.



### Seminario Doing Business Perú

El martes 19 de julio, se realizó el seminario Doing Business Perú, dictado por la Dra. María Teresa Villena, Directora de la Oficina Económico Comercial del Perú en Ecuador. Villena compartió información sobre el mercado peruano, con el objetivo de brindar una guía a las empresas ecuatorianas sobre la búsqueda de oportunidades de negocios en ese país.



### Encuentro de Negocios Multisectorial CCG 2016

Más de 100 vendedores participaron en el Encuentro de Negocios Multisectorial CCG 2016, realizado el jueves 21 de julio. La jornada tuvo como objetivo dar a conocer sus productos a las destacadas empresas Corporación Favorita, Almacenes Tía, Dipaso, Yanbal y Café Bombon's. En el acto inaugural, el experto en coaching Miguel Cabrera dictó la charla "Claves para una negociación efectiva".



### Conversatorio "Crisis = Oportunidad" con Julián Campo

El martes 26 de julio, el coach Julián Campo dictó el conversatorio "Crisis = Oportunidad", en el cual, mediante dinámicas, motivó a los participantes a adoptar una actitud positiva en momentos difíciles.





### Sesión Solemne del M.I. Concejo Municipal

Pablo Arosemena Marriott asistió a la Sesión Solemne del M.I. Concejo Municipal de Guayaquil, realizada en la Plaza de la Integración por conmemorar los 481 años de Fundación de Guayaquil. La celebración contó con la presencia de importantes actores del sector político y económico de la ciudad.



### Homenaje a Guayaquil

El lunes 25 de julio, miembros de la CCG, presididos por Pablo Arosemena Marriott, colocaron una ofrenda floral en el Monumento a Francisco de Orellana, para rendir homenaje a Guayaquil en sus 481 años de Fundación. Al acto asistieron: Miguel Ángel González, Presidente Alterno de la CCG; Juan Carlos Díaz-Granados, Director Ejecutivo de la CCG; los Directores: Juan Xavier Sánchez, Xavier Salem, Galo Estrella, Lenín Parra, Pedro Huerta y Robert Wright. También nos acompañaron el expresidente de la Institución Andrés Barreiro, los Directores junior, funcionarios y colaboradores de la CCG.



### Charla "Retos que enfrenta el emprendedor politécnico en tiempos de crisis"

Estudiantes de la Escuela Superior Politécnica del Litoral organizaron la conferencia "Retos que enfrenta el emprendedor politécnico en tiempos de crisis", la cual tuvo como expositor invitado al presidente de la CCG, Pablo Arosemena Marriott. El evento se efectuó el jueves 28 de julio en la Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas de la ESPOL, donde asistieron estudiantes de varias carreras, con el fin de conocer experiencias que los motiven a emprender.



### Alianza Estratégica entre TCE y FEDA

El jueves 28 de julio se realizó una Alianza Estratégica entre el Terminal de Cargas Ecuador (TCE) y la Federación Ecuatoriana de Agentes de Aduanas (FEDA), a la cual asistió el Director Ejecutivo de la CCG, Juan Carlos Díaz-Granados. En la foto: Mario Coka Borja, Juan Carlos Díaz-Granados, Ricardo Valero, Jorge Rosillo, Wladimir Coka y Estefanía Coka





### Workshop “Retos y desafíos de las Empresas Familiares”

La Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil (UTEG) en colaboración con la Universidad de Bordeaux de Francia, efectuó el Primer Workshop: “Retos y desafíos de las Empresas Familiares”, los días 5, 6 y 7 de julio de 2016, en el Hotel Wyndham de Guayaquil. El evento reunió a expositores galardonados internacionalmente por sus investigaciones en torno a la gestión y evolución de la Empresa Familiar. Adicionalmente, se realizó la firma del Convenio entre Centro de Investigaciones de Empresas Familiares de Francia y el Laboratorio de Investigaciones de Empresas Familiares, UTEG Family Business Center.

En la foto: Sterling Jimenez, expositor (República Dominicana); Ronald Pérez; Thierry Souet, Cónsul de Francia; Leonardo Centeno, expositor (Nicaragua); Rania Labaki, expositor (Francia); Xavier Mosquera; Mara Cabanilla, Vicerrectora Académica UTEG; Galo Cabanilla, Rector UTEG; Iluminada Severino, expositor (República Dominicana); Rodolfo Carrillo, expositor (Costa Rica); Claudia Brito, expositor (Chile); Gerard Hirigoyen, Rector Honorario Universidad de Bordeaux; Sanjay Goel, Presidente de IFERA; Pedro Iglesias, Director Ejecutivo UTEG; Pedro Arbulú, Moderador Universidad de Bordeaux.



### Almacenes Pycca Inaugura Tienda en Cuenca

Almacenes Pycca en la ciudad de Cuenca cambió de casa y actualmente está ubicado en Av. del Estadio 2-19 entre Florencia Astudillo y José Peralta. El nuevo local ofrece más variedad de productos a sus clientes, mejor acceso y buen parqueo. La inauguración se realizó el pasado 29 de junio con una breve ceremonia a la que asistieron ejecutivos y colaboradores del almacén.

En la foto: Jose Luis Rodríguez, Gerente de Almacenes Sierra; Juan Luis Calvo, Gerente Comercial; Miguel Ángel Triviño, Gerente de Merchandising; y Jorge Fayad Saman, Gerente de Marketing.



### Interbiz lanza sitio Empoweb.com

Interbiz realizó el lanzamiento del sitio [www.empoweb.com](http://www.empoweb.com) que permite obtener una página web o actualizar una existente, en 72 horas y a un costo muy asequible. Usa una metodología sencilla para que el empresario consolide su propuesta comercial y cree un contenido interesante. La web actualizable es amigable con Google y adaptable para móviles o computadoras.



### Levector celebra aniversario con lanzamiento de nueva imagen

La tienda de filmación Levector celebró su séptimo aniversario con el lanzamiento de una nueva imagen institucional. El evento reunió a clientes, amigos y personalidades del sector, en las remodeladas y amplias instalaciones de la productora, que buscan brindar mayor comodidad y potencializar el dinamismo, creatividad e inspiración del equipo de trabajo.

En la foto: Adrián Castro, Jeff Karram y David Pimentel, directivos Levector.



### Curso de actualización en Hospital Alcívar

El Hospital Alcívar ofreció el VII Curso de Actualización en Temas Selectos de Ortopedia, el cual contó con la participación de los doctores mexicanos Barón Zarate Kalfópulos y Alejandro Reyes Sánchez, importantes referentes en Columna Vertebral del Instituto Nacional de Rehabilitación de México DF; quienes junto a los galenos ecuatorianos Dr. Carlos Valle Ochoa y Dr. Carlos Jaramillo Becerra, disertaron sobre sus experiencias, conocimientos e innovaciones en la rama.

En la foto: Dr. Patricio Echanique, representante del Servicio de Traumatología; Sr. Raúl Alcívar González, Director General del Hospital Alcívar; Dr. Alejandro Reyes y Dr. Barón Zarate expositores mexicanos; Dr. Juan Carlos Aveiga, Coordinador General del Hospital Alcívar.



### Certificación del equipo de Comercio Exterior de Banco Internacional

El equipo de Comercio Exterior de Banco Internacional obtuvo la certificación internacional "Especialistas en Garantías Mandatarias", otorgada por el Instituto de Servicios Financieros de la IFS University College y la Cámara de Comercio Internacional. Este logro se suma a la "Certificación en Créditos Documentarios" obtenida por el destacado grupo en 2014.

En la foto: Vanessa Fuentes, Gerente de Comercio Exterior; Verónica Mariño, Analista Operativo de Comercio Exterior y Luis Orbe, Vicepresidente de Comercio Exterior de Banco Internacional.



### Cecilia Niemes presenta su perfume Pasarella

Cecilia Niemes, propietaria de la agencia CN Modelos, dio a conocer el perfume Pasarella, pensado para mujeres auténticas, seguras y de buen gusto. La fragancia fue creada para celebrar sus 30 años de trayectoria en el mundo de la moda. En la foto: Tania Márquez, Cecilia Niemes, Silvana Ibarra, Gladis Celi y Sandra Vincés.

### Sony cumple 70 años de historia

Sony Corporation cumplió 70 años forjando uno de los legados tecnológicos más importantes, basados en la apuesta por la innovación y excelencia en la calidad. La empresa, fundada por Masaru Ibuka y Akio Morita, celebrará su aniversario con la visión de diferentes artistas mundiales, quienes serán los encargados de transmitir, a través de 7 temáticas diferentes, la filosofía, cultura y tecnología de sus raíces: la ciudad de Tokio, Japón, que los inspira cada día.



## BIO-MAT

Materiales Biodegradables



Coronel 2207 y Cañar  
2do. piso, ofic. 211  
Teléfono: 04 2580 173  
Celular: 099 910 1650  
Email: bio-matec@hotmail.com

**Nombre Comercial:**  
BIO-MAT S.A.

**Razón social:**  
MATERIALES BIODEGRADABLES  
BIO-MAT S.A.

**Representante legal:**  
Patricia Arroba Dito de Aroca

**Actividad de la empresa:**  
Distribución de productos exclusivos de sistema de fijación para la realización de osteosíntesis de muñeca, hombro, clavícula, codo – olecranon, tobillo entre otros. También distribuimos los torniquetes quirúrgicos BOAZUL, así como los electrónicos HAMMAR-PLAST.

**Nombre Comercial:**  
DEMING SOLUTIONS



**Razón social:**  
CONSULTORA DE NEGOCIOS DE-  
MING SOLUTIONS SOLNEGDE S.A.

**Representante legal:**  
Ing. Juan Carlos Cobos Reyes, MBA.

**Actividad de la empresa:**  
Diagnóstico Empresarial, Optimización de Procesos, Elaboración del Plan Estratégico de la Empresa, Acompañamiento a Proyectos de Tecnología, Implementación de Sistemas de Gestión de Calidad y Seguridad Industrial, Capacitación y Programas In House.

Fco. de Orellana y Miguel H.  
Alcívar. Edif. Las Cámaras  
Teléfono: 04-5045125  
Celular: 0988644570  
juancarloscobos@demingsolutions.com  
www.demingsolutions.com



Cdla. Albatros calle Gaviota #111  
y Pinzón  
Teléfono: 04 6011077 / 04 6005115  
Celular: 0984338525  
Email: info@gizlocorp.com  
cristina.marmol@gizlocorp.com  
www.gizlocorp.com

**Nombre Comercial:**  
GIZLO CIA. LTDA.

**Razón social:**  
Gizlo Soluciones Empresariales y  
Tecnológicas Cia. Ltda.

**Representante legal:**  
Andrés Ignacio Giler Cadena

**Actividad de la empresa:**  
Brindamos productos y servicios TI de alta calidad, especializados en servicios de consultoría SOA, desarrollo de software y outsourcing; productos estrella como facturación electrónica, plataforma de negocios multicanales y gestor de clientes.

**Nombre Comercial:**  
INTERBIZ REPRESENTACIONES



**Razón social:**  
INTERBIZ

**Representante legal:**  
Carlos Simbaña

**Actividad de la empresa:**  
Creamos su Página Web en 72 horas. Hacemos visible su Empresa en Google y usted obtiene un nexo directo con nuevos clientes. Además, Web Hosting y Cloud Hosting, Asesoría y Cursos de herramientas disponibles en Internet como Google Apps y Redes Sociales para apoyar su negocio.

Gardenias 637 y Palmeras,  
El Inca. Quito  
Teléfono: 02 246-0431  
Celular: 0992938512  
Email: info@interbiz.com.ec  
www.interbiz.com.ec



Urb. La Florida. Mz. 114. V. 8.  
Teléfono: 04 2251259  
Celular: 0994146791  
Email: anferval5@yahoo.com  
www.fernandovalenciaorientadorfamiliar.com

**Razón social:**  
Angel Fernando Valencia Macías

**Actividad de la empresa:**  
Haciendo uso de la Programación Neuro Lingüística PNL, ofrecemos: cursos, seminarios, charlas y coaching, relacionados con el crecimiento y el desarrollo humano, en lo: personal, familiar y laboral.

**Nombre Comercial:**  
SERVAPSA S. A.



**Razón social:**  
SERVAPSA S. A.

**Representante legal:**  
Roxana Miranda Ledesma

**Actividad de la empresa:**  
Comercialización Equipos de Radios de dos vías Motorola, Alquiler de Equipos de Comunicación. Venta de Repuestos y accesorios, Servicio Técnico, Alquiler de Sistemas de Repetición, Servicio de Comunicación por radio de dos vías.

Edif. World Trade Center Torre A  
Piso 8 Of. 802  
Teléfono: 2630182 - 2630177  
Celular: 0997302436  
Email: servapsa@trans-telco.net  
www.servapsa.com.ec



Urdesa Central, Guayacones #520 y  
Calle Quinta  
Teléfono: 04 2884833 - 6052450  
Celular: 098-4615109  
secretariarectorado@uteg.edu.ec  
www.uteg.edu.ec

**Nombre Comercial:**  
Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil

**Razón social:**  
Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil (UTEG)

**Representante legal:**  
Ec. Galo Cabanilla Guerra, Rector

**Actividad de la empresa:**  
Institución de Educación Superior.

**Nombre Comercial:**  
CARFACORP Asesoría Empresarial



**Razón social:**  
Carlos Oswaldo Sánchez Macías

**Actividad de la empresa:**  
Servicios especializados en asesoría financiera, tributaria y contable, para brindar apoyo en la toma de decisiones y optimizar el uso adecuado de las herramientas disponibles para su gestión.

Cdla. Entrerios, Manzana I, villa 5  
Teléfono: 04-2837036 - 04 2830848  
Celular: 098174442  
Email: csanchez@carfacorp.com  
www.carfacorp.com

También ofrecemos el manejo externo o outsourcing de su contabilidad, para el cumplimiento normativo y estar correctamente informado de los resultados de su negocio.



# Próximos eventos

## SEPTIEMBRE



**FECHA**

**TEMA**

**HORAS**

5	Estrategias de Relaciones Públicas para PYMES	15
5	¿Cómo reducir los costos en una PYME?	16
12	Finanzas Básicas para Gerentes	16
12	Programa Avanzado de Especialización en Ventas	32
12	Técnicas y Herramientas para Ventas	12
15	Evaluación y mejora de directivos a través del feedback 360°	8
16	La estrategia de marketing BTL: comunicación directa y efectiva con el consumidor	16
16	Programa de Especialización en Control Interno	32
16	Programa de Especialización en Teoría de las Restricciones (TOC)	32
19	Aspectos clave a reforzar en la Dirección y Gestión de PYMES	16
19	Management & Leadership Program	32
19	Programa de Formación en e-Commerce para emprendedores	25
21	Introducción a la Responsabilidad Social Empresarial para PYME's	8
22	Fundamentos de Prevención de Riesgos Laborales	8
26	Programa de Especialización en Crédito y Cobranzas	20
26	Excel para Gerentes	15

Informes: [info@idepro.edu.ec](mailto:info@idepro.edu.ec)



**CÁMARA  
DE COMERCIO  
DE GUAYAQUIL**

**e**day®  
CÁMARA DE COMERCIO  
DE GUAYAQUIL

VI Edición

**23 septiembre 2016**  
**Centro de Convenciones  
de Guayaquil**

**Inversión**  
**Estudiantes: \$ 25**  
**Socios: \$ 100**  
**No socios: \$ 150**  
(precios más IVA)

**Conoce más en:**

**[www.edayccg.com](http://www.edayccg.com)**  
**[info@lacamara.org](mailto:info@lacamara.org)**



CÁMARA  
DE COMERCIO  
DE GUAYAQUIL

# COMERCIO

LA REVISTA DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE GUAYAQUIL

La Cámara de Comercio de Guayaquil, el gremio más antiguo del país, reconocido a nivel nacional e internacional, te presenta la Revista Comercio.

Revista gratuita para socios.

**Mayor información y ventas:**

✉ info@lacamara.org

☎ 2596100

*Suscríbete  
por tan sólo*

**\$ 2<sup>99</sup>**  
cada una

**\$ 29<sup>99</sup>**  
al año

Precio aplica para no socios de la CCG