COMERCIO

LA REVISTA DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE GUAYAQUIL

Octubre 2017

Circulación: 5,500 ejemplares
Código ISSN 2528-7923

CÁMARA DE COMERCIO DE GUAYAQUIL RECIBE PREMIO EN MUNDIAL DE CÁMARAS EN SÍDNEY

- pág. 30 -

P.V.P. $ 2.99 Incluye IVA
7868000733006

Hacia adelante
pág. 10

Consulta Sí Constituyente No - pág. 16

Cómo dirigir a las nuevas generaciones y no morir en el intento - pág. 22

CÁMARA DE COMERCIO DE GUAYAQUIL

PREMIO IGC WORLD CHAMBERS CONGRESS
CÁMARA DE COMERCIO DE GUAYAQUIL
FINALISTA
MEJOR PROYECTO NO CONVENCIONAL

Estrella de la Solidaridad

¡Compra una estrellita y regala una sonrisa!

A partir de octubre

• ADQUIÉRELA A $1 EN: •

Cámara de Comercio de Guayaquil
Av. Francisco de Orellana y Miguel H. Alcívar
(Edif. Las Cámaras - Torre A - Piso 2-3)

IDEPRO
Av. Francisco de Orellana y Miguel H. Alcívar
(Edif. Las Cámaras - Mezzanine)

Almacenes Estuardo Sánchez
En tu vida, día a día!

@camaradecomerciodeguayaquil | @lacamaragye | www.lacamara.org

CÁMARA DE COMERCIO DE GUAYAQUIL

PREMIO ICC WORLD CHAMBERS CONGRESS
CÁMARA DE COMERCIO DE GUAYAQUIL
FINALISTA
MEJOR PROYECTO NO CONVENCIONAL

DÍAS DE MIÉRCOLES

▶ *Obstáculos que se han convertido en oportunidades.*

▶ *Conoce las adversidades que superaron, y les permitieron alcanzar el éxito.*

FLOR MARÍA PALOMEQUE

VITO MUÑOZ

Inscríbete vía WhatsApp
CHAT DEL COMERCIO
0995168398

EVENTO **SIN COSTO PARA SOCIOS**

MIÉRCOLES 15 *DE NOVIEMBRE DE 2017*

HORA: 18h30 - 20H30
LUGAR: Auditorio 2P

Registro: http://bit.ly/diasdemiercoles

@camaradecomerciodeguayaquil | @lacamaragye | www.lacamara.org

CONTENIDO

Economía

6 ¿Cuánto vale mi Startup?

12 Indicadores económicos

Actualidad

16 Consulta Sí Constituyente No

18 Sobre la responsabilidad del empresario: Proteja su emprendimiento

20 Uber y Cabify: por la liberalización del transporte

Liderazgo

22 Cómo dirigir a las nuevas generaciones y no morir en el intento

Emprendedores

24 Trascendiendo en la distribución de alimentos: Family Food Distributors

25 Diego Meneses Espinosa, presidente ejecutivo de Provedatos

Actividades

26 La CCG premia ensayos de estudiantes

30 Actividades de la CCG

36 Actividades de nuestros socios

38 Conociéndonos

COMERCIO
LA REVISTA DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE GUAYAQUIL

ISSN 2528-7923

OCTUBRE 2017

EDITOR GENERAL
Charo Vergara Ronquillo

COORDINACIÓN
Doris Ledesma

DIAGRAMACIÓN
Raúl Vera Sánchez

FOTOGRAFÍA
Roberto Terán
Héctor Noboa

IMPRESIÓN
Senefelder

VENTAS
Karen Bermúdez - kbermudez@lacamara.org

SERVICIOS AL SOCIO
Correo: info@lacamara.org
Teléfono: (04) 2596100 ext. 277

Cámara de Comercio de Guayaquil,
Av. Francisco de Orellana y Miguel H. Alcívar,
Centro Empresarial "Las Cámaras" pisos 2 y 3
PBX: (04) 2596100 ext.: 264 - 446
Código postal: 090512

COMENTARIOS Y SUGERENCIAS
Correo: info@lacamara.org

CIRCULACIÓN
5,000 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.

2017. Derechos reservados

www.lacamara.org

/camaradecomerciodeguayaquil
@lacamaragye
@lacamaragye
Camara de Comercio de Guayaquil

Carta a los socios

En los próximos meses el país enfrentará un nuevo proceso electoral, esta vez para pronunciarnos sobre temas fundamentales relacionados a la alternabilidad, la lucha contra la corrupción, entre otros. Estos asuntos son fundamentales para avanzar hacia la consolidación de un estado democrático, el fortalecimiento de las instituciones y la independencia de las funciones del Estado.

Lograrlo es importante porque en el último reporte del Foro Económico Mundial, en lo que a calidad institucional concierne, Ecuador cayó 15 posiciones al puesto 128 de 137 países. Crear un entorno económico favorable a la inversión y la generación de empleo a nivel país requiere aumentar la calidad institucional.

En temas de la economía nacional, el presidente Lenin Moreno comunicó al país las medidas más relevantes de su plan económico. En total anunció unas veinte acciones en materia tributaria, laboral, fiscal y aduanera que su Gobierno ejecutará en los próximos días. Varias de estas propuestas fueron el resultado del diálogo con el sector privado y entregadas a él través del Consejo Consultivo Productivo y Tributario (CCPT). Aunque se vislumbran atractivos incentivos para los emprendimientos más pequeños, el impulso a la economía será mínimo. Las medidas tributarias, en conjunto, tienen un propósito recaudatorio. No se detalló la propuesta laboral, y la aduanera restringe las importaciones para controlar la salida de divisas y evitar así un ajuste fiscal con mayores costos políticos. Lejos de crear los incentivos correctos para atraer inversión y generar empleo, estas propuestas no impulsarán la producción y promueven el mismo modelo que profundizó la reciente crisis.

Igualmente, este mes el Gobierno deberá presentar el Presupuesto General del Estado para el 2018 y hacer una actualización de la programación cuatrianual. Dadas las medidas previamente enunciadas, prevemos que tanto el gasto como el déficit continúen el mismo sendero marcado por la administración previa.

Por otro lado, mientras los temas arriba expuestos son de competencia gubernamental, nosotros desde el sector comercial debemos perseverar en nuestro trabajo. Enhorabuena, en los primeros siete meses del año la facturación local del sector creció 8% respecto al mismo periodo del 2016 y anticipamos que este último trimestre se generen otros $18.000 millones más.

Estas cifras son el reflejo de su esfuerzo y trabajo en los que, pese a las dificultades, no han parado de generar bienestar y empleo para el país. Son ustedes los que cada día contribuyen a que ¡el comercio se levante!

Pablo Arosemena Marriott
Presidente

CÁMARA DE COMERCIO DE GUAYAQUIL

PRESIDENTE
Pablo Arosemena Marriott

PRESIDENTE ALTERNO
Miguel Angel González Guzmán

DIRECTOR EJECUTIVO
Juan Carlos Díaz-Granados Martínez

DIRECTORES

Jaime Cucalón De Ycaza
Manuel Muñoz Paz
Alvaro Dassum Alcivar
Luis Fernando Trujillo Seminario
Wilson Galarza Solís
Galo Estrella Valladares
José Romero Granizo
Manuel Ignacio Gómez Lecaro
Robert Wright Enz
Carlos Molina Gavilanes
María Cristina Páez Carrilllo
Xavier Salem Antón
Lenin Farahon Parra Zamora
Ricardo José Guzmán Santoro
Roberto Kury Pesántes
Ileana Miranda Dávila
Juan Xavier Sánchez Urquizo
Alex Eduardo Kalil Quevedo
Pedro Huerta Arce
Jorge Juan Fayad Samán

¿CUÁNTO VALE MI STARTUP?

La clave está en poder formarse una opinión sólida pero imparcial sobre el presente y futuro de la *Startup*, lo cual se logra poniéndose en el lugar de un futuro inversor que quisiera comprar acciones de la *Startup*.

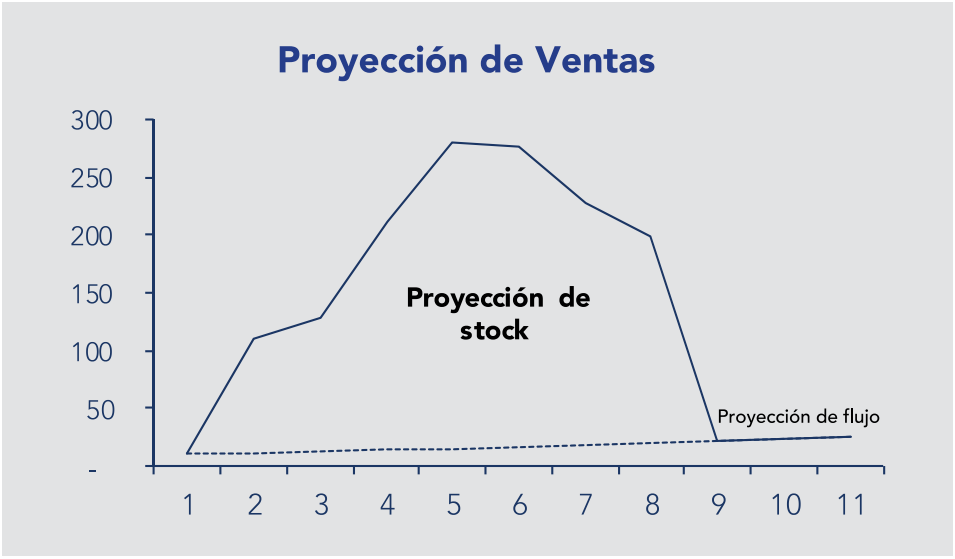
Por: Ing. Fernando Romero, M.Sc.
Docente del área de Finanzas
y Contabilidad de IDEPRO

Hace poco terminé una valoración de una empresa que el último año registró ingresos de casi US$ 270 millones, y cito el valor solo para resaltar que no se trata de una pyme. Trabajar para este cliente fue algo 'placentero' en el sentido que toda la información que necesitaba (desde estados financieros auditados hasta registros auxiliares semanales por línea de producto) la tenían disponible y de forma electrónica.

En una Startup pasa exactamente todo lo contrario. Algunos colegas coincidirán conmigo en que valorar una Startup puede ser un gran dolor de cabeza, puesto que la ausencia de información

junto con la ausencia de sistemas avanzados de control hace que la proyección de valores y generación de escenarios sea muy complicada. En sí, las principales características de una Startup son:

- Falta general de información histórica relevante: a veces solo se cuenta con información de uno o dos años;
- Posición financiera que asusta: números en rojo por todas partes, principalmente en lo que refiere a la utilidad;
- Actividad relativamente nueva: normalmente su actividad está relacionada con el desarrollo de nuevas tecnologías, con características excesivamente técnicas;
- Posición solitaria en el mercado: a veces estas empresas son las únicas que desarrollan el producto o servicio que ofrecen, por lo cual no hay datos disponibles de otras empresas como para hacer una comparación fiable;
- Falta y/o falla de controles internos: a veces la contabilidad no es más que un registro de ingresos y gastos en Excel; otras que sí tienen balances y/o software contable no tienen políticas operativas (Ej: días de cobro, días de pago, días de inventario) o no tienen adecuados sistemas de control (Ej: quien vende también cobra y factura).
- Potencial futuro: Algo que caracteriza a la mayoría de Startups es su potencial de crecimiento gracias a un producto o servicio interesante e innovador, pero claro, esto es a futuro puesto que en el presente no existen beneficios todavía.

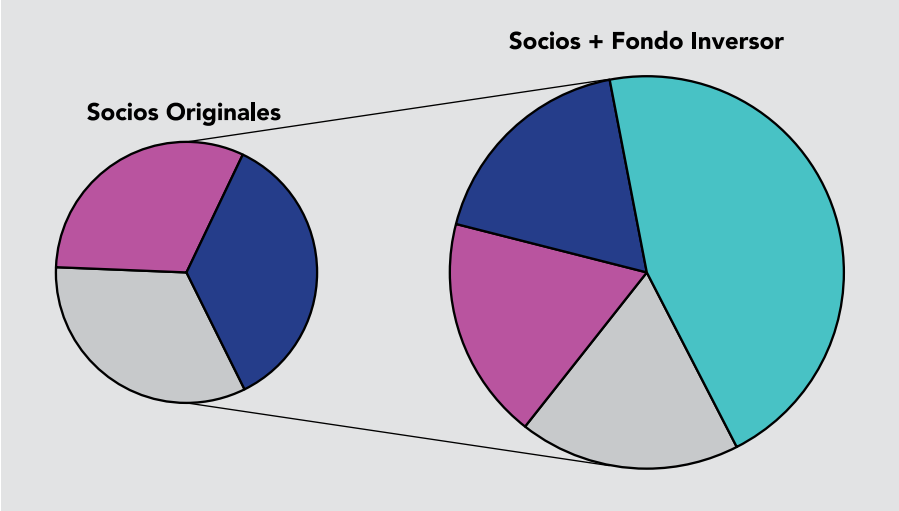


Entonces, ¿cómo valorar una Startup? En mi opinión, la clave está en poder formarse una opinión sólida pero imparcial sobre el presente y futuro de la Startup, lo cual se logra poniéndose en el lugar de un futuro inversor que quisiera comprar acciones de la Startup. Para formarse esta opinión, los criterios cuantitativos sirven, pero también servirán de mucho los criterios cualitativos. Algunos de estos criterios podrían ser los siguientes:

- Producto innovador: Un producto es innovador cuando plantea una solución más eficaz a un problema ya existente o cuando logra identificar un problema nuevo y da una solución. El modelo T de Henry Ford fue innovador puesto que dio una mejor solución al problema de la movilidad ante la alternativa de usar más y más caballos.
- Proyección de mercado: el profesor Nassir Sapag identifica dos tipos de mercado: el mercado de Stock (el ya existente) y el mercado de flujo (el que pronto existirá). Los smartphones han sido exitosos porque cuando salieron, fueron atractivos a un mercado existente (los jóvenes) pero también atrae a un mercado potencial (los niños que pronto tendrán edad para usar uno). Por tal razón los primeros años de una Startup, el crecimiento es explosivo.
- Capacidad de existencia: los financieros llamamos a esto "evaluación de negocio en marcha" y no es otra cosa que evaluar cuántos años existirá esta empresa. Por ejemplo, ¿cuántos años durará en el mercado un gimnasio de crossfit? A futuro podría salir una metodología de ejercicio más innovadora que acabe con la moda del crossfit. No pasa lo mismo si nos preguntamos cuántos años duraría un banco.
- Horizonte bien marcado: Puede que la empresa sea deficiente en controles internos y sistemas de reporte, pero debe tener un horizonte bien claro. Si la empresa cuenta con un plan estratégico bien armado e implementado a través de metodologías adecuadas como el Balanced Scorecard o el Business Model Canvas, esto será un punto a favor de la capacidad de existencia de la Startup.
- Manejo de redes sociales: Esto habría sido irrelevante años atrás, pero ahora es muy importante y hasta

diría que imprescindible. Un buen manejo de redes sociales (preferible con un community manager o con el adecuado outsorcing de empresas especializadas) la empresa tendrá altas probabilidades de tener un crecimiento sostenido.

- Calidad estratégica de los socios: Una empresa con varios socios o accionistas tiene más capacidad de existencia que una empresa con un solo inversor, entiéndase el emprendedor. Pero también es importante la función que cumple cada socio. Puede que un socio o accionista sea el promotor del negocio (quien tuvo la idea original), por lo que el otro socio debería suplir lo que al socio promotor le hace falta, pero no necesariamente con dinero. Si el socio promotor tiene perfil financiero, el otro socio bien pudiera tener perfil de mercadeo.
- Cordialidad de los socios: Si los socios están constantemente peleándose entre sí o tienen opiniones distintas, entonces la empresa no tendrá futuro. Si por el contrario, aunque tengan opiniones distintas pero toman decisiones en conjunto y todos los socios apoyan las decisiones, entonces la empresa tendrá mayor capacidad de existencia.
- Razonabilidad del crecimiento: Los socios deben estar conscientes de que crecer cuesta dinero, por tal motivo si un socio o inversor habla de crecimiento sin mencionar lo que debe gastar e invertir en la empresa para alcanzar el crecimiento (y sobre todo, cómo piensa financiar este gasto o inversión), entonces sus perspectivas resultarán poco creíbles. También se debe analizar si el crecimiento previsto es exagerado o por el contrario, muy conservador.



- Disposición a ceder: Si lo que la Startup necesita es financiamiento, el crédito bancario no es la única opción. Existen fondos de capital semilla dispuestos a aportar fondos en forma de capital social, pero es importante que los socios estén dispuestos a varias cosas, como por ejemplo a 'desnudar' absolutamente toda la información financiera de la empresa, por poca que ésta sea. También, deben estar dispuestos a ceder su participación porcentual dentro del capital de la empresa. Por último, deben estar dispuestos a ceder su administración, pues ciertos fondos a veces requieren colocar a un administrador temporal (en vez del socio promotor) que ayude en la formalización de la empresa.

Luego del análisis de los elementos cualitativos, viene la parte de los criterios cuantitativos. En mi opinión, aunque cueste más trabajo de lo normal, se debe utilizar el método de descuento de flujos de caja para valorar la Startup y no otros métodos, como el uso de múltiplos por cuanto resultan muy inestables a fin de mantener fijo un valor o un rango de valoración. Tales métodos a veces solo sirven como complemento al método principal.

Por último, siempre debemos tener presente que el valor de una empresa lo determina su capacidad de generación de flujos de efectivo y que su rentabilidad efectiva debe ser mayor a la rentabilidad mínima exigida que se establece en función a los riesgos que se asumen en el negocio.

Maxinavidad Empresarial

En sus manos está hacer feliz a su equipo de trabajo.

Descuentos en pavos
por compras en volumen.

Despensas, Canastos y Contenedores al mejor precio
y con servicio de entrega.

Bonos o tarjetas de regalo.

Promociones especiales en licores.

Crédito Directo, sin intereses.

Más información en:
1800 – SUPERMAXI (787376)
www.supermaxi.com

SÍGUENOS EN:

MEGAMAXI LO MAXIMO!
SUPERMAXI el placer de comprar

HACIA ADELANTE...

Durante 10 años, como consecuencia de una errada visión de la vida y la sociedad, restamos en lugar de sumar. Se le dio enorme peso al gobierno, pero se minimizó a los privados: ciudadanos, empresarios, ONGs, sociedad civil en general.

Por: Pablo Lucio Paredes
Decano de Economía – USFQ
pabloluc@uio.satnet.net

El Ecuador vive un momento extraño: luego de 10 años de un gobierno lleno de desgobierno y errores de Alianza País, de repente nos encontramos con otro gobierno de la misma agrupación (que se pensaba hará más de lo mismo, solo con mejor rostro) intentando dar marcha atrás en algunas (¿o muchas?) de las cosas que se hicieron. Extraño, además, porque aún no conocemos el alcance real de esos cambios, porque muchos de los actores involucrados estuvieron presentes en la etapa anterior defendiendo ideas contrarias, y también porque no es fácil medir el apoyo político que tendrá para lograrlo porque en la propia agrupación hay el grupo de incondicionales del anterior régimen, hay el grupo de incondicionales del actual, pero la gran mayoría se debate aún en saber hacia dónde mover sus afectos y apoyos.

En definitiva, durante 10 años, como consecuencia de una errada visión de la vida y la sociedad, restamos en lugar de sumar. Se le dio enorme peso al gobierno, pero se minimizó a los privados: ciudadanos, empresarios, ONGs, sociedad civil en general. Construimos un Estado intervencionista, engorroso, despilfarrador, lleno de actividades inútiles, corrupto, pensando más bien en el bienestar político de una agrupación que en la sociedad en su conjunto… aunque el discurso era eminentemente social y ciudadano. Sí se hicieron algunas cosas, pero una buena parte con poco impacto real en mejorar la vida de los ciudadanos.

Por eso, lo que planteábamos hace más de un año con Pablo Arosemena en el libro *"La Culpa es de las Vacas Flacas"* sigue siendo absolutamente actual. Y lo retomo por eso, por ser actual. Nos encontramos con: un enorme déficit fiscal (7-8% del PIB), una enorme acumulación de deuda (cerca del 60% del PIB pero sobretodo un vertiginoso crecimiento desde 2012, antes que cayera el precio del petróleo), un pésimo mercado laboral (20% de la gente buscando empleo más de 6 meses, menos del 40% de empleo adecuado … todo peor que hace 10 años), en el mejor de los casos, estancamiento económico (lo cual significa una caída en términos per cápita), inversión privada en apenas 13% del PIB e inversión extranjera por debajo de los 1.000 millones de dólares anuales, y exportaciones no petroleras de bienes y servicios hacia el 15% del PIB.

Frente a esto, objetivos que (en los mismos temas señalados en el párrafo anterior), deberían ser de:

- Déficit fiscal no superior al 2% del PIB.
- Deuda pública que primero debería dejar de aumentar y luego bajar hacia el 30-40% del PIB, pero sobre todo en mejores condiciones financieras.
- Un mercado laboral que debería generar al menos 50% de empleos adecuados.
- Crecimiento del PIB estabilizado alrededor del 4-5%.
- Inversión privada que tienda al 20% del PIB y externa en 2 o 3 mil millones. Exportaciones no petroleras deberían encaminarse hacia el 20% del PIB.

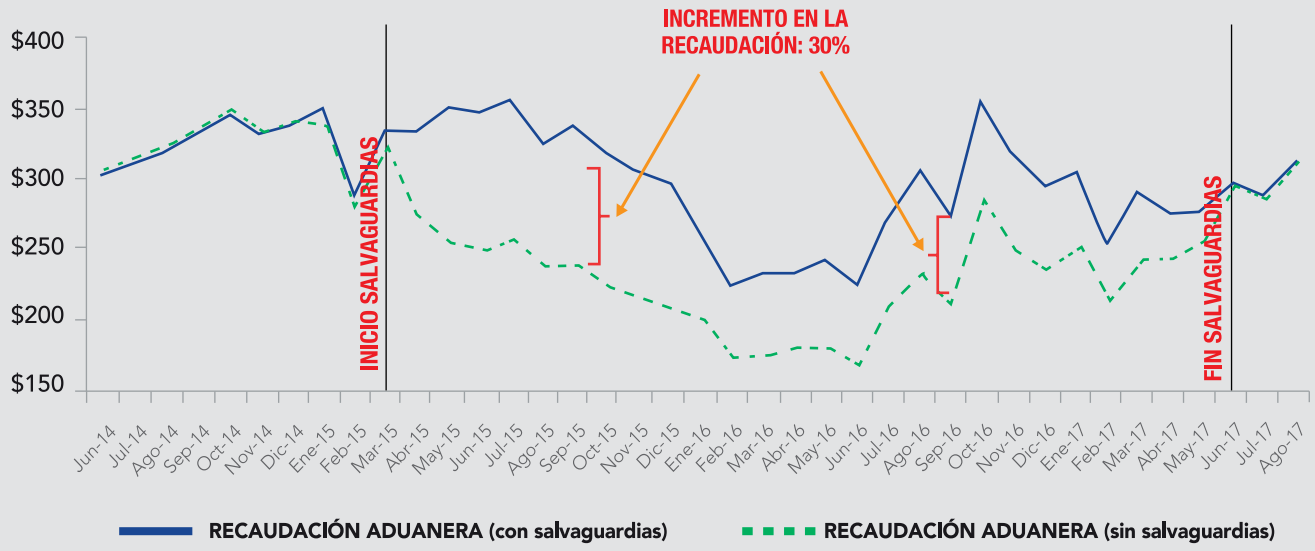
… desafíos necesarios, pero ¡muy exigentes!
Recordemos nuevamente los desafíos.

1. Cambios Fiscales. El Gobierno no puede seguir siendo un lastre para la economía. No se trata de eliminar gastos en educación, salud o cosas importantes similares, sino el enorme despilfarro. No se trata de escoger entre gasto corriente o inversión, entre permanente y no-permanente, sino entre útil e inútil, el que genera valor y el que no, y de lo segundo hay muchísimo.
2. Cambios Jurídicos. Eliminar tanta regulación, control, trámite que impiden el trabajo diario. La gente necesita tiempo para trabajar, invertir y crear, no para negociar con el gobierno. Y estar protegida por una justicia que funcione y resuelva los conflictos de la vida diaria.
3. Cambios en la inversión privada. Dejar de lado tanto cambio legal y regulatorio permanente. Estabilidad jurídica y reglas (tributarias y otras) que sean atractivas para cualquier inversionista, no solo ligado a las alianzas público-privadas en sectores estratégicos (mal concepto) del Gobierno, o limitado a tal o cual circunstancia, sino amplio y permanente.
4. Cambios en apertura. Esto implica, primero, un shock exportador privado. Cambios regulatorios: eliminar el ISD, mejorar el anticipo de impuesto a la renta, un drawback que funcione. Mayor flexibilidad laboral, no solo para quienes crean nuevos empleos o en casos o sectores limitados, sino para cualquier circunstancia. Y, naturalmente, apertura externa, sin limitaciones ni en importaciones ni exportaciones (tratados de comercio más numerosos) ni de capitales. Pero apertura también significa apertura a la competencia interna, porque en el Ecuador hay aún demasiados mercados protegidos de manera abierta u oculta.
5. Cambio cultural. Dejar de lado esa visión paternalista por la que esperamos que alguien, desde el poder, resuelva nuestros problemas. Por supuesto que el Gobierno es importante para generar un entorno adecuado y apoyar oportunidades para la gente que menos tiene (es una obligación de todos apoyar una mayor equidad de oportunidades, no de resultados, sobre todo mediante acceso a salud y educación), pero al final son los individuos con sus organizaciones más cercanas quienes tienen la capacidad de realmente encaminar su vida.
6. Cambios en las élites: La economía liberal, sustentada en los individuos y sus organizaciones más cercanas, funciona mejor cuanto mejor cada uno asume los principios de derechos y responsabilidades. Y eso es aún más importante a nivel de las élites… Y ahí tenemos un déficit importante, porque la tendencia mayoritaria en las élites es aún a buscar y exigir derechos y ganancias, pero no asumir responsabilidades.
7. Cambio hacia acuerdos: La sociedad ecuatoriana tiene una enorme incapacidad para debatir y llegar a acuerdos. Generalmente, cada uno se encierra en su esquina, y mira a los demás con desconfianza o con negación total de sus ideas. Hay que aprender a polemizar y acordar sobre temas fundamentales: libertad de elegir, educación, oportunidades para los que menos tienen, inequidad cuando no está ligada a aportes exitosos en entornos abiertos y competitivos, crecimiento, productividad, apertura externa, manejo del petróleo, responsabilidad con las generaciones futuras, y sentido de la democracia que no es ganar votos sino limitar el poder político, etc..

… y mantener la dolarización.

¿Es poco o es mucho? Sobre todo, es lo que necesitamos.

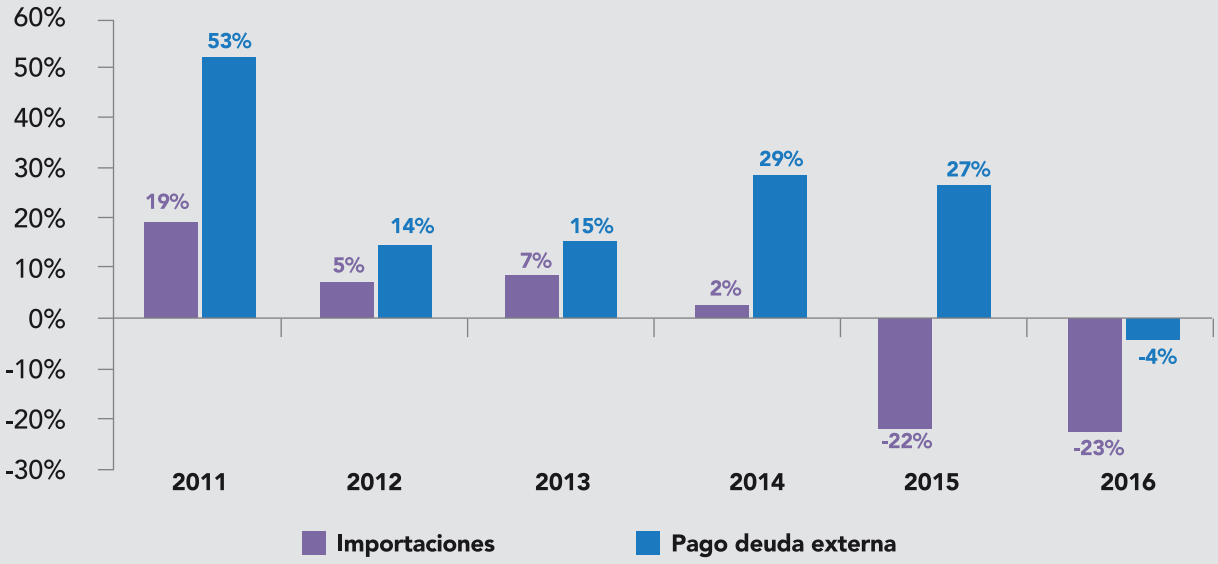
Recaudación Aduanera y Salvaguardias



Fuente: Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador

La recaudación aduanera se hizo indispensable para el financiamiento del Estado, llegó a representar alrededor del 5% de los ingresos tributarios. Hasta su fin en junio de 2017, las salvaguardias contribuyeron con más de $1.783 millones para el fisco, lo que significó un promedio de $738 millones anual. Con la nueva tasa de $0,10 por artículo importado más el aumento de aranceles, el Gobierno busca recaudar cerca de $500 millones anuales. Las medidas contra el contrabando son en realidad el reemplazo a las salvaguardias para financiar el Estado.

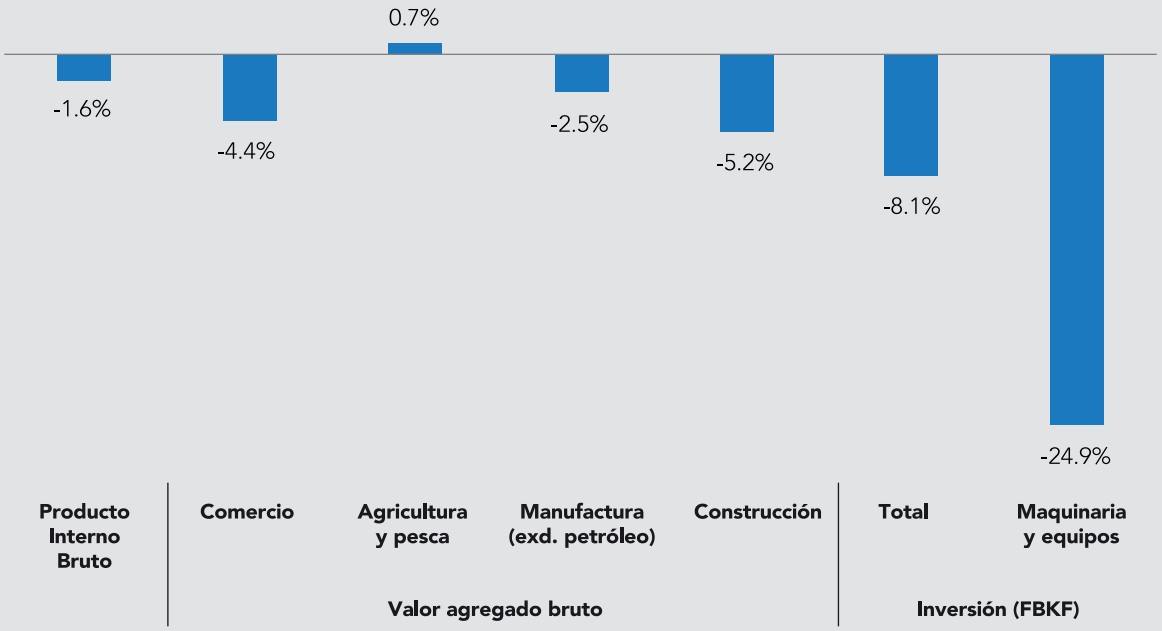
Variación de importaciones y pago de deuda



Fuente: Banco Central del Ecuador

Entre 2011 y 2016 las importaciones cayeron 32%, en gran medida por las trabas al comercio. En el mismo lapso, el servicio de la deuda externa aumentó 108. Mientras las importaciones se redujeron $7.500 millones, más de $13.700 millones salieron en ese tiempo por pago de deudas. El Gobierno restringe la salida de dólares a las familias y empresarios para garantizar el pago de sus deudas y asegurar la expansión del gasto público.

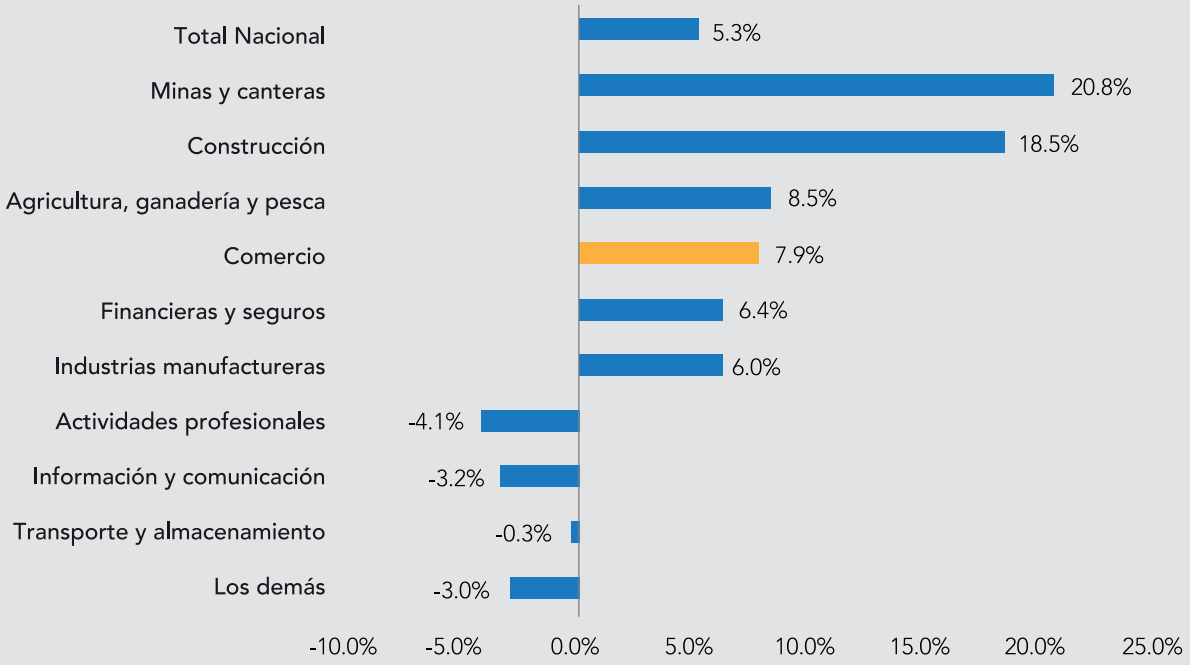
Cuentas Nacionales - Tasa de variación 2015-2016 (PIB, Valor agregado e Inversión)



Fuente: Banco Central del Ecuador, Cuentas nacionales anuales No. 29.

El Banco Central del Ecuador presentó las cuentas nacionales anuales correspondientes al año 2016 y confirmó que la contracción entre 2015 y 2016 para la economía fue de -1,6%. También se presentó la evolución de otras variables relevantes como el valor agregado bruto y la inversión (medida como formación bruta de capital fijo, FBKF). El sector comercial experimentó una contracción de -4,4%, mientras que la inversión en maquinaria y equipos se contrajo en cerca de 25%.

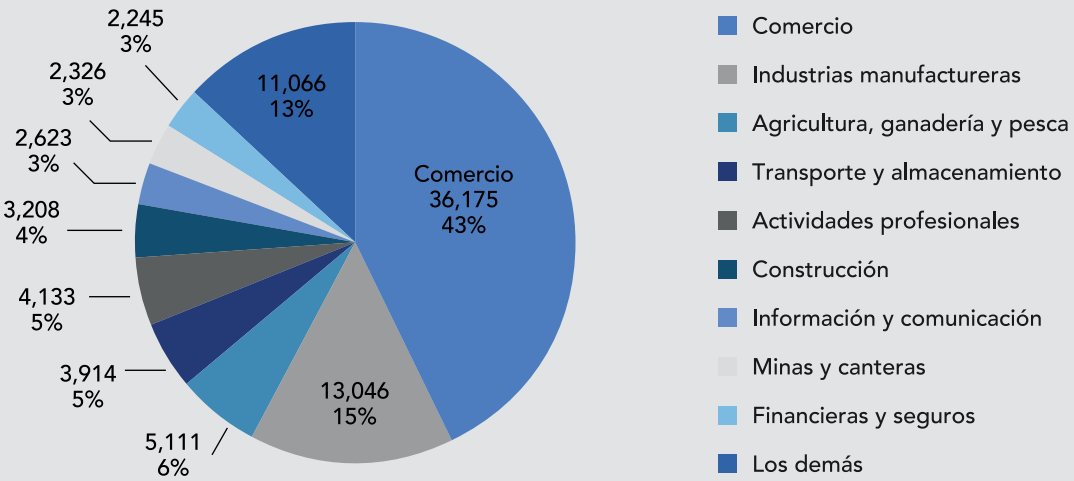
Evolución de las ventas locales (enero a julio) - 2016 vs 2017



Fuente: Servicio de Rentas Internas

De acuerdo a información del Servicio de Rentas Internas la facturación de ventas locales entre enero y julio de este año ha crecido 5,3% en relación al mismo periodo del 2016. Del mismo modo, el sector comercial experimentó un crecimiento de 7,9%.

Participación de ventas locales – Enero a julio 2017



Nota: Monto de ventas locales, en millones de dólares. Participación del total, en porcentajes.

Fuente: Servicio de Rentas Internas

Entre enero y julio de este año el sector comercial ha facturado USD 36 mil millones por ventas locales, lo que representa el 43% del total de actividad económica en el periodo. El segundo sector más relevante fue industrias de manufactura con el 15% del total y un crecimiento de 6%.

CÁMARA
DE COMERCIO
DE GUAYAQUIL

PREMIO ICC WORLD CHAMBERS CONGRESS
CÁMARA DE COMERCIO DE GUAYAQUIL
FINALISTA
MEJOR PROYECTO NO CONVENCIONAL

CONTACTA

COMPARTE

CCG SPEED NETWORKING

9na. EDICIÓN

22 NOVIEMBRE
18h00

GANA

UNA OPORTUNIDAD PARA GENERAR NUEVOS CONTACTOS, PROMOVER TU EMPRESA Y VENDER MÁS

LUGAR:
Auditorio 2p
Edif. Lás Cámaras, piso 2

INVERSIÓN:
Socios $10+IVA
No Socios $50+IVA

INFORMES Y REGISTROS:
Telf: 042- 596100
Correo: info@lacamara.org

@camaradecomerciodeguayaquil @lacamaragye www.lacamara.org

CONSULTA SÍ CONSTITUYENTE NO

Hay que eliminar la reelección indefinida vía consulta. Una vez fuera de juego el principal beneficiario de esta figura, se deben buscar los mecanismos jurídicos para cambiar la institucionalidad.

Por: Esteban Noboa Carrión
Noboa Bejarano Estudio Jurídico

¿Quién lo hubiese imaginado? Menos de seis meses han transcurrido desde que Lenín Moreno asumiera la Presidencia y el partido que ganó las elecciones parece la primera fuerza de oposición al Gobierno. Inverosímil. La crisis en Alianza País se produce porque Moreno resultó ser el Presidente que nunca imaginaron: uno con voz propia y reacio a la sumisión de Rafael Correa. Al menos eso luce. Este resquebrajamiento parecía utópico durante la campaña. Tanto los electores de Moreno como sus detractores, veían en él el continuismo del correísmo y lo que esto conlleva.

Pero para sorpresa de todos, desde su posesión en la Asamblea Nacional, Moreno se ha venido perfilando como un Presidente que propone cambios y que nos transmite una percepción bastante distinta a la de sus coidearios sobre la llamada "Década ganada". Es así que inmediatamente anunció la suspensión de las sabatinas, ese espacio comunica-

cional de corte fascista en el que el ex Presidente cooptó la mayoría de medios de comunicación del país para transmitir su verdad como única y vilipendiar a todo ecuatoriano que no estuviese de acuerdo con él. Primera buena noticia. Desde ese momento, las relaciones entre Lenín Moreno y Rafael Correa se han ido al despeñadero, al punto tal que éste último no desperdicia ocasión para adjetivarlo como traidor, cínico y mediocre.

Como producto de esta pelea, entre quien no tiene el poder pero lo ansía y quien lo tiene y quiere ejercerlo sin injerencias, nace la idea de convocar al pueblo ecuatoriano una vez más a Consulta Popular. Y resulta que el tema primordial a consultar es uno que se debió consultar hace mucho tiempo: la reelección indefinida. Alianza País aprobó la reelección indefinida de toda autoridad de elección popular reformando la Constitución mediante enmiendas, de espaldas al pueblo entre gallos y media noche, prevaliéndose de una mayoría legislativa que de manera alguna legitima semejante ultraje a la Constitución. Peor aún, la argumentación esgrimida por sus legisladores para justificar la introducción de la reelección indefinida es que la misma "aumentaba derechos" al permitir que las personas se postulen para sus cargos cuantas veces lo deseen. Justificar absurdos jurídicos y vulneraciones de derechos mediante retórica barata se tornó en una práctica tan común del correísmo que –ayudados por su aparato de propaganda– los ciudadanos los asimilaban con normalidad, simplemente porque perdieron su capacidad de asombro. Lo injustificable se justificó recurriendo a eufemismos.

> "Hay que eliminar la reelección indefinida vía consulta. Una vez fuera de juego el principal beneficiario de esta figura, se deben buscar los mecanismos jurídicos para cambiar la institucionalidad".

En ninguna democracia con instituciones saludables, existe la reelección indefinida como se planteó en Ecuador. El caso de los sistemas parlamentarios europeos no es análogo al nuestro, para cortar de raíz esa falsa analogía a la que también recurren círculos intelectuales correístas. La alternabilidad en el poder es garantía esencial de la democracia y respetuosa del derecho a la igualdad. Sincerándonos, el correísmo buscó el mecanismo más fácil para asegurarle a su líder la posibilidad de volver al poder en caso de que lo necesiten. ¡Y vaya que lo necesitan! La ciudadanía está siendo testigo atónito del desastre de la gestión de Rafael Correa. Los casos de corrupción que llegan hasta las más altas esferas del poder pululan todos los días y la oscuridad en la ejecución de sus políticas públicas se ilumina en cada informe del Presidente Moreno respecto de la gestión de su antecesor. Esto ha llevado a que Alianza País se encuentre en un verdadero dilema: apoyar la gestión de Moreno y transparentar la gestión de los últimos diez años; o, mantener su lealtad a Correa por sobre todo, ignorando todo lo que ello implica, principalmente el solapar la impunidad y la corrupción. Es así que el anunció de Consulta Popular pone en jaque al correísmo y a su partido.

Ahora bien, esclarecida la necesidad de que se consulte a los ciudadanos sobre la reelección indefinida, debo referirme al anuncio por parte de varios asambleístas de Alianza País respecto de que si se quiere consultar sobre este tema, se debe convocar a una Asamblea Constituyente, ya que resultaría en una "regresión de derechos". Volvemos a esa retórica demagógica y sin ningún rigor jurídico. Para estas personas es así: no consulto para instaurar la reelección, pero si se la quiere eliminar vía consulta, no procede, se debe redactar una nueva Constitución. ¿Alguien en su sano juicio se cree esto? La falacia inherente a esta argumentación es insólita. Aún así la vemos ejecutar a cada rato con desparpajo.

Fuera de ello, hay ciertas voces intelectuales que apoyarían una virtual Constituyente lo cual sería gravísimo para el Ecuador en estos momentos. Una convocatoria a Asamblea Constituyente generaría precisamente lo que se está tratando de evitar con la Consulta. Volvería a meter a Correa en el tablero. Nada garantiza que las elecciones para los nuevos asambleístas sean transparentes con un CNE altamente cuestionado y sin credibilidad popular; y, nada garantiza que personas contrarias a la institucionalidad instaurada en Montecristi obtengan la mayoría necesaria para introducir realmente los cambios que urgen en el país. Ir a una Constituyente puede resultar un suicidio para quien la impulsa. Es un riesgo demasiado alto que no se puede tomar en estos momentos. Adicionalmente, con todos los defectos que tiene la Constitución de Montecristi –y vaya que son demasiados-, debo decir que no es posible que el Ecuador renazca cada diez años. Tenemos más de veinte Constituciones en menos de 200 años de historia. La solución no pasa por una nueva Constitución sino por una profunda reforma de la parte orgánica de la que ya tenemos para reestructurar la institucionalidad del Estado. Si se consulta eso al pueblo, no hay retórica que pueda con ello.

Vamos primero a lo primero, que es cortar de raíz aquella mala hierba que puede volver a crecer. Hay que eliminar la reelección indefinida vía consulta. Una vez fuera de juego el principal beneficiario de esta figura, se deben buscar los mecanismos jurídicos para cambiar la institucionalidad. Y la Constituyente, en estos momentos, es una quimera para estos fines.

SOBRE LA RESPONSABILIDAD DEL EMPRESARIO:

PROTEJA SU EMPRENDIMIENTO

El Código Civil, en su Libro IV, estipula normas sumamente claras respecto de la responsabilidad del empresario y las posibles implicancias económicas que conlleva dicha responsabilidad.

Por: Ab. Jorge Gustavo Tamayo S. LL.M.
Director Tamayo Corporate Legal Counsel

En el ámbito empresarial continuamente buscamos que nuestro negocio crezca de manera continua y sea sostenible en el tiempo. Precisamente, como parte del crecimiento, la necesidad de contratar personal se hace cada vez más marcada, lo cual nos lleva a iniciar procesos de selección.

Sin embargo, junto con el crecimiento de la empresa, se generan riesgos propios de su operación, que pueden poner en peligro las finanzas y por ende su permanencia en el tiempo.

El Código Civil, en su Libro IV, estipula normas sumamente claras respecto de la responsabilidad del empresario y las posibles implicancias económicas que conlleva dicha responsabilidad. Así, tenemos varios artículos que mencionan lo siguiente:

"Art. 2220.- Toda persona es responsable, no sólo de sus propias acciones, sino del hecho de los que estuvieren a su cuidado. (…) y los artesanos y empresarios del hecho de sus aprendices o dependientes, en el mismo caso. Pero cesará la obligación de esas personas si con la autoridad y el cuidado que su respectiva calidad les confiere y prescribe, no hubieren podido impedir el hecho."

"Art. 1695.- En el hecho o culpa del deudor se comprende el hecho o culpa de las personas por quienes fuere responsable."

Como podremos observar, existen dos aristas relevantes:

1. Los empresarios son responsables, no solo de sus actos, sino de los actos de sus dependientes o empleados.
2. Los empresarios son eximidos de esta responsabilidad cuando los actos de sus dependientes o empleados no hayan sido posibles de prever, a pesar de haber tomado todas y cada una de las medidas de seguridad y cuidado pertinentes dentro de su giro de negocio, es decir, que actuó con la debida diligencia.

Esto, a su vez, nos lleva a una clasificación doctrinaria dentro del ámbito legal, la cual trataré de resumir de una manera bastante concisa y sencilla. En esta clase de escenarios, cuando el empresario es responsable por los actos de sus empleados, por no haber actuado con la debida diligencia para evitar que los actos dañosos se susciten, podemos estar frente a tres clases de culpa:

1. Culpa in eligendo: Por no haber elegido correctamente a los dependientes para la realización de las actividades.
2. Culpa in vigilando: Por no haber ejercido el respectivo control de la actividad realizada por el dependiente.
3. Culpa in capacitando: Por no haber llevado a cabo el adecuado adiestramiento hacia el dependiente para evitar que cause daño.

En consecuencia, y a pesar de que en el artículo 2225 del Código Civil se deje abierta la posibilidad de que el empresario pueda iniciar acciones legales en contra de sus dependientes a fin de ser indemnizado por ellos, la inobservancia de estas particularidades puede llevar al empresario a afrontar procesos judiciales (iniciados por terceros afectados) que le causen egresos y una cuantiosa pérdida de tiempo, más la afectación del buen nombre de su marca dentro del mercado.

Por ello, y a pesar de que cada giro de negocio es diferente, existen actividades comunes que todo empresario debe llevar a cabo con la finalidad de ejecutar todas las medidas que estén a su alcance para prever o evitar que sus empleados realicen actos dañosos contra terceros, es decir, a fin de actuar con diligencia debida:

1. Elaborar y ejecutar estándares habituales de buenas prácticas laborales y comerciales.

"Debemos buscar proteger el activo más importante que tiene una empresa o empresario, su marca y presencia dentro del mercado, claves para el éxito comercial".

2. Elaborar una adecuada política de compliance (cumplimiento normativo), el cual no sólo debe versar sobre la normativa del país adecuada al sector comercial correspondiente, sino que también implica autorregulación por parte de las empresas.
3. Dar paso a una política de autorregulación, en concordancia con el punto anteriormente señalado, debiendo elaborarse: códigos de conducta, códigos de ética, políticas de sustentabilidad (como insertarse en la sociedad, sin contravenir las costumbres), estándares financieros (como se regulan los estándares financieros y contables de la compañía a nivel global), políticas de seguridad de la información (que información se entrega, a quien se entrega y quien tiene acceso a dicha información), políticas de uso seguro de tecnología (como cuidar los e-mails empresariales), etcétera.
4. Entrenamiento y capacitación continuos en los aspectos anteriormente mencionados, no sólo para con sus empleados, inclusive para con los directivos de la compañía.
5. Idear mecanismos de prueba a fin de comprobar que la empresa cumple con los estándares de buenas prácticas, con el compliance, los códigos y políticas instaurados a través de la autorregulación.

Es a través de estas medidas, que se reduce en un margen considerable la posibilidad de que nuestros dependientes realicen actos que afecten a terceros, y la empresa salvaguarda su responsabilidad. Debemos buscar proteger el activo más importante que tiene una empresa o empresario, su marca y presencia dentro del mercado, claves para el éxito comercial.

UBER Y CABIFY: POR LA LIBERALIZACIÓN DEL TRANSPORTE

Es evidente, los taxis convencionales están siendo relegados como forma predeterminada de las personas para transportarse de un lugar a otro, gracias a la tecnología y la economía colaborativa que surgió para impulsar el consumo de bienes y servicios a través del uso de redes sociales.

Por: Mtr. Andrés Felipe Ricaurte P.
Académico Asociado del Instituto Ecuatoriano de Economía Política

Los avances tecnológicos han permitido el surgimiento de redes de transporte basadas en software de aplicación móvil a nivel internacional, entre las principales se encuentran Uber y Cabify; según estadísticas, Uber está disponible en más de 674 ciudades, mientras que Cabify hasta el momento tiene presencia en 38 ciudades.

En Ecuador, Cabify cumplió un año y Uber opera hace unos meses, ambas redes están enfrentando a dos fuertes rivales: los taxistas tradicionales y la administración pública. Por una parte, la dirigencia de las agrupaciones de taxis realizó concentraciones para rechazar la presencia de estas plataformas y solicitar su prohibición; por otra, autoridades municipales en Quito y Guayaquil han emprendido operativos encaminados a restringir su trabajo.

Mientras los detractores de estas redes las acusan de ejercer una competencia desleal y aprovecharse de un vacío legal con respecto a su funcionamiento, los usuarios aseguran que la experiencia de movilización ha mejorado, desde una cuestión de confianza pues el pasajero conoce previamente la identidad de la persona que prestará el servicio y contará con su número celular, pasando por saber de antemano la tarifa a pagar por el recorrido, sin sorpresas de última hora y evitándose las incomodas situaciones en que el conductor no tiene cambio o

no desea realizar la carrera a un sitio determinado. Por último, la evaluación que realizará el pasajero al culminar el trayecto permitirá generar una reputación que garantice la permanencia del conductor en la red.

Además, la mencionada crítica puede ser confrontada empleando uno de los argumentos de Gabriela Calderón de Burgos cuando se refirió al tema: "la verdadera competencia desleal es aquella que practica la ATM y otras autoridades alrededor del mundo erigiendo barreras artificiales a la entrada en el mercado del transporte urbano y la verdadera violación del Estado de Derecho es crear y ejecutar leyes que no son de aplicación general, acarreando beneficios solamente para un grupo políticamente organizado para capturar rentas que no obtuvieran compitiendo en un mercado abierto".

Es evidente, los taxis convencionales están siendo relegados como forma predeterminada de las personas para transportarse de un lugar a otro, gracias a la tecnología y la economía colaborativa que surgió para impulsar el consumo de bienes y servicios a través del uso de redes sociales, demostrando que las preferencias de los usuarios rigen los intercambios comerciales, pues priorizan el servicio y la experiencia.

Es igualmente destacable la inclusión de los ciudadanos en un mercado particular, permitiéndoles formar parte de la economía nacional alejados de una noción clientelar o paternalista. Según ha manifestado la Oficina de Estadísticas del Trabajo (BLS), el 87% de conductores de Uber en Estados Unidos han optado por suscribirse porque quieren ser sus propios jefes y fijar sus propios horarios.

En Ecuador, puede evidenciarse algo similar, pues muchos de los conductores que usan estas aplicaciones, han perdido sus trabajos o renunciado a los que tenían por las precarias condiciones ofertadas, decidiendo usar sus vehículos particulares que pasaban gran parte del día estacionados, para transportar a terceros, beneficiándose del alto porcentaje de ganancias, la seguridad que brinda la plataforma y la flexibilidad para regular sus horarios y modalidades de servicio, compatibilizándolo con otras actividades.

Estas plataformas de intermediación entre una persona que requiere un servicio de transporte y otra que está dispuesta a brindarlo, representan un acuerdo voluntario entre dos partes que conectan a través de una red. Por tanto, no tiene razón someterlos a la misma regulación que los taxis; es decir, obligarlos a obtener licencias operativas, que en su tiempo estuvieron justificadas a fin de controlar aspectos como la fiabilidad de los conductores o la asignación de tarifas, pero que hoy en día son herramientas caducas para que a través de grandes sumas de dinero, un gremio intocable pueda asegurarse el monopolio de la transportación.

Tampoco es justificable crear nueva normativa específica destinada a beneficiar a un grupo organizado en detrimento de nuevos competidores, pues la excesiva regulación, que encarna los viejos esquemas de poder y miedo al progreso, también deteriora los mercados. Esto puede evidenciarse con los resultados del índice de Libertad Económica 2017 de la Fundación Heritage, donde las economías más reprimidas del mundo: Corea del Norte, Venezuela, Cuba, Bolivia, Angola o Ecuador, muestran resultados concordantes entre baja eficiencia regulatoria y mercados cerrados.

En el transporte de personas como en cualquier otro ámbito, la innovación constituye un imperante, entonces la competencia no debería sentar mal a los servicios de taxis tradicionales si estos han renunciado a la necesidad de modernizarse; además, Uber y Cabify demuestran lo que el Estado se niega a aceptar, que los individuos pueden organizarse adecuadamente y llegar a acuerdos sin necesidad de una regulación previa, ya que mientras los poderes públicos no tienen injerencia en el servicio, la misma plataforma ha establecido servicios transaccionales, reglas del juego claras, conocidas y aceptadas por los usuarios y los prestadores del servicio.

"En el transporte de personas como en cualquier otro ámbito, la innovación constituye un imperante".

Fuentes:
CALDERÓN DE BURGOS, Gabriela, "Tecnología Destruye Monopolio", Diario El Universo, 28 de julio de 2017, Ecuador.
THE HERITAGE FOUNDATION, "2017 Index of Economic Freedom", disponible en: http://www.heritage.org/index/
UNITED STATES DEPARTMENT OF LABOR, "Bureau of Labor Statistics", disponible en: https://www.bls.gov/
http://www.businessofapps.com/data/uber-statistics/

CÓMO DIRIGIR A LAS NUEVAS GENERACIONES Y NO MORIR EN EL INTENTO

Por: Diego Alejandro Jaramillo. Ph.D.
Universidad de Los Hemisferios

Lejos de querer encasillar a los seres humanos en letras que despersonalizan y atentan contra la libertad, los expertos en temas de personas, tanto a nivel empresarial como educativo, han encontrado unas características que en términos generales describen las actitudes y los comportamientos generacionales. Esto nos ha servido para observar tendencias que corresponden a cada época, pero al mismo tiempo para definir que las costumbres socioeducativas y familiares van marcando a las personas de manera radical. Así que lejos de querer desprestigiar a una u otra generación, la intención es esbozar un panorama de aquello que debemos enfrentar hoy y, por consiguiente, las medidas y cambios de paradigmas que debemos asumir padres, empresas y universidades.

Las generaciones que podemos encontrar en la actualidad, incluso sentadas en la misma mesa del directorio de una compañía, van marcando sus características por estilos familiares, eventos históricos y avances tecnológicos. La primera y de más edad son los "Tradicionalistas", nacidos entre 1922 y 1945, poseen valores de sacrificio muy arraigados, ya que la mayoría tuvieron el mismo empleo toda la vida y trabajaron de manera incansable -deber antes que diversión-. Los siguientes

son llamados Baby-Boomers -entre 1946 y 1964-. No tienen horario de salida del trabajo, el dinero no es su mayor motivador, dan gran importancia a los títulos y prefieren la comunicación personal.

De estos proviene la Generación X -1964 a 1980-, "los terribles", rebeldes por naturaleza, competitivos, amantes de la libertad, egoístas, persiguen los objetivos como a una presa, crecieron entre el rock y el hipismo, pero son poco tolerantes a las tendencias modernas; suelen tener matrimonios inestables y en muchas ocasiones son padres ausentes.

La siguiente generación es la llamada Millennial o Generación Y -1980 al 2000-. Usan multidispositivos, son nomófobos -adictos al teléfono celular- y por consiguiente son appadictos - usan aplicaciones para todo-, no leen instrucciones y si tienen alguna duda lo "googlean". Por lo general duran poco tiempo en un empleo a causa de las grandes expectativas que generan hacía el trabajo y muchos terminan abriendo sus propias empresas. Los temas ambientales ocupan un lugar prioritario en su lista de valores y al mismo tiempo son creativos, críticos, exigentes, sociales, tecnológicos, tolerantes y altamente comprometidos con las causas sociales. Según el informe de Deloitte Millenial Survey, "las organizaciones tienen que mostrar a los miembros de la Generación Y –que representarán el 75% de la fuerza laboral mundial en 2025– su capacidad de innovación y su sintonía con la visión que tiene este colectivo sobre la sociedad. Sólo así tendrán una oportunidad de reavivar el entusiasmo de estos profesionales y progresar de forma real a la hora de resolver los problemas de la sociedad".

Lejos de lamentarnos o pensar en una crisis, tanto empleadores como universidades y escuelas de posgrado debemos tener claridad de estas falencias o necesidades y apuntar a darles mayores valores emocionales, mayor capacidad de automotivación y sobre todo seguridad y arraigo, pues de esto depende el futuro de la sociedad. La urgencia de entenderlos y formarlos es apremiante. Son una generación maravillosa, con grandes valores familiares; comprenden que la realización personal es fundamental y que solo se puede lograr a través de la consecución de objetivos integrales en todos los aspectos del ser humano, y reconocen la inminente necesidad de cuidar el planeta, pero dependen de la capacidad para superar sus necesidades emocionales.

Después de revisar los datos anteriores, la mayor preocupación es la Generación Z, Centennials o Newmillennials, aquella generación que ha nacido después del 2000, y que son absolutamente nativos digitales; su relación con los aparatos tecnológicos es tan fuerte y temprana, que las sillas de bebé para el comedor o el auto ya vienen con soportes para las tabletas o los celulares e increíblemente tienen acceso a manipular estos aparatos mucho antes de que sepan hablar o caminar.

Sabemos que pertenecen a una generación muy especial, que son más inteligentes, que han sido más sobreprotegidos de lo que fuimos nosotros, y esto los hace maravillosos. Disfrutarlos, aumentar su autoestima, los hará más seguros de sí mismos.

La Generación Z debe crecer en medio de amor, de cariño, de protección, de reglas que los ayuden a conducirse por el mundo. El futuro de las organizaciones y por ende de la sociedad, están en nuestras manos. Los que lideramos empresas o instituciones de formación profesional debemos tomar conciencia de este gran reto que representa una gran necesidad de investigar, de conocer a las personas y de generar una innovación constante para que los cambios, las adaptaciones y las técnicas de enseñanza sean liderados por ellos mismos. Por supuesto que es difícil, por supuesto que tomará tiempo y claro que en medio del camino encontraremos decepciones, pero vale la pena intentarlo. Se trata del futuro, se trata de la felicidad de nuestros sucesores.

Fuentes:
Deloitte, C. Millenial Survey. Madrid (2016)
Dyll, K. (18 de marzo de 2017). www.forbes.com.mx. Obtenido de https://www.forbes.com. mx/7-cosas-que-debes-saber-sobre-la-generaciónz/#gs.69Q7Jv4
Optimedia, Z. (1 de Noviembre de 2015). http://www.optimedia.es. Obtenido de Zenith Optimedia: http://blogginzenith.zenithmedia.es/que-entienden-los- millennials-por-felicidad/
Perezbolde, G. (16 de Diciembre de 2014). www.merca20.com. Obtenido de Merca 2.0: http://www.merca20.com/conoce-las-diferencias-entre- millennials-genx-y-baby-boomers/

TRASCENDIENDO EN LA DISTRIBUCIÓN DE ALIMENTOS

Family Food Distributors

Por: Dpto. de Comunicaciones / Cámara de Comercio de Guayaquil

Fundada en 2002, Family Food Distributors, Inc. (FFD), inició su operación centrándose en la distribución de productos alimenticios para las comunidades sudamericanas, especialmente de Ecuador, Colombia y Perú, del área metropolitana de Nueva York. Posteriormente, llegó a cubrir los gustos y preferencias alimenticias de otras comunidades de Centro y Sud América.

La gran visión y la perseverancia de sus fundadores, John Rivas, Andrea Castañeda y Patricia Castañeda-Mendez, fueron los pilares que fundamentaron la creación y el crecimiento de la empresa, la cual tenía por objetivo suplir los deseos de los inmigrantes latinos que se habían trasladado a Norteamérica en busca de un mejor porvenir, pero que añoraban nuestra rica gastronomía.

FFD nace entonces para suplir las necesidades del mercado "nostálgico", puesto que lleva los productos que generan añoranza en los grupos étnicos latinoamericanos que viven en diferentes estados de Estados Unidos. Para cumplir con lo anterior, importan productos de alta calidad de diferentes países, los mismos que pasan por un estricto proceso de selección y de logística para que pueda llegar a los diferentes puntos de venta en condiciones óptimas.

Luego de varios años, es posible aseverar que ha llegado a convertirse en un distribuidor líder de alimentos étnicos, llegando también a desarrollar una nueva línea especializada en productos naturales y orgánicos.

Actualmente cuenta con una cartera de cerca de aproximadamente 1.000 clientes en Nueva Jersey, Nueva York, Connecticut, Massachusetts y Pennsylvania; y a través de sub distribuidores llegan a Carolina del Norte, Illinois, Ohio, Maryland, Rhode Island, Florida y Canadá.

Su visión es convertirse en el distribuidor preferido de productos naturales, orgánicos y de especialidad; al mismo tiempo que persigue el beneficio y el crecimiento de los colaboradores, clientes y proveedores de la organización.

En Ecuador, se estableció su empresa filial, Family Food Ecuador S.A., la misma que se encarga de la coordinación de compra y búsqueda de nuevos productos en la región para su posterior exportación a Estados Unidos.

Family Food Distributors, Inc., como distribuidor líder, considera que su éxito radica en la oferta de un amplio portafolio de productos alta calidad, que se entregan de manera ágil y con un excepcional servicio al cliente; procurando siempre la innovación y la inserción de nuevos productos de carácter saludable.

Sus valores se ponen en evidencia al trabajar mano a mano con los proveedores y clientes para garantizar una operación empresarial que contribuya al crecimiento de todos los involucrados.

"EL VER CRECER UN SUEÑO HECHO REALIDAD SIEMPRE VALDRÁ LA PENA"

Diego Meneses Espinosa, presidente ejecutivo de Provedatos

Por: Dpto. de Comunicaciones / Cámara de Comercio de Guayaquil

En el año 1983, Diego Meneses Espinosa fundó Provedatos del Ecuador S.A, con la visión de siendo brindar un servicio de procesamiento de datos automático a las empresas ecuatorianas.

Diego siempre consideró que el software y la tecnología son herramientas de gran utilidad que permiten alcanzar mayor productividad y eficiencia en las empresas. Su rol como presidente ejecutivo es guiar a los directivos de Provedatos para que junto al equipo de colaboradores continúen siendo la empresa líder en software y tecnología del país.

En sus inicios, recuerda, lo más duro fue presentar todos los beneficios que podían ofrecer y convencer a los gerentes a que automaticen sus empresas. Para él, la vida de un emprendedor está llena de trabajo, esfuerzo, aprendizaje y dinamismo en las actividades que realiza diariamente.

Durante este año, desea poder guiar, capacitar y transmitir la experiencia que ha logrado a todos los directivos y colaboradores de cada una de las empresas afiliadas. Otra meta de Provedatos es lograr la consolidación operativa y financiera de todas las empresas del grupo y alcanzar una mayor expansión internacional de sus operaciones.

"Para ser emprendedor se debe tener muchas ganas y estar dispuesto a dedicar gran parte de tu vida a tu empresa, porque requerirá de altísimo grado de esfuerzo en todo momento", aconseja Diego a los emprendedores. Asimismo, les sugiere que estén siempre abiertos a aprender, que se rodeen solamente de personas que compartan sus mismos valores y que disfruten el camino.

LA CCG PREMIA ENSAYOS DE ESTUDIANTES

La Cámara de Comercio de Guayaquil (CCG) realizó la premiación de los ganadores del III Concurso de Ensayo "Emprendedores del Comercio".

Durante un mes, Pablo Arosemena Marriott, presidente de la CCG, visitó más de 60 colegios y 15 universidades públicas y privadas, para invitar a los jóvenes a responder la siguiente pregunta: "¿Cómo contribuye el libre comercio al emprendimiento, al crecimiento económico y a la generación de empleo?".

Recibimos más de 1.000 ensayos, de los cuales se premió a los 10 mejores por la excelencia mostrada en la redacción, enfoque y capacidad de síntesis.

Los textos que alcanzaron el primer lugar están publicados en esta edición de Revista Comercio. Los ganadores recibieron becas en cursos del Instituto de Desarrollo Profesional (IDEPRO), entre otros importantes reconocimientos.

El Concurso de Ensayo "Emprendedores del Comercio" pretende generar un espacio de expresión para los estudiantes, contribuir con la formación de futuros profesionales y vincular a la CCG con la comunidad estudiantil.

Los textos que alcanzaron el primer lugar están publicados en esta edición de Revista Comercio.

Ganadores Categoría Colegios:
Primer lugar: Kawing Toledo del Colegio Cristóbal Colón.
Segundo lugar: Andrea Sornoza de la Unidad Educativa Matilde Amador Santistevan.
Tercer lugar: Valeria Barrera de Logos Academy.
Menciónes de honor: André Orreg del Colegio Aguirre Abad y Arianna Jijón de la Unidad Educativa Mariscal Sucre.

Ganadores Categoría Universidades:
Primer lugar: Pedro Cuvi de la Universidad de Especialidades Espíritu Santo
Segundo lugar: Rosa Nieto de la Universidad de Guayaquil
Tercer lugar: Martha Mármol de la Universidad Tecnológica Ecotec
Menciones de honor: Odalis Cabezas de la Universidad Tecnológica Ecotec y Rubén Ramírez de la Universidad Politécnica Salesiana.

En la foto: participantes del tercer Concurso de Ensayo "Emprendedores del Comercio", junto a Andrés Mórtola, coach financiero, quien ofreció la charla "Inteligencia Estratégica" después de la premiación.

Kawing Toledo, estudiante del Colegio Cristóbal Colón Ganador de la Categoría Colegios

Kawing Toledo, ganador de la categoría Colegios, junto a Pablo Arosemena Marriott, presidente de la CCG.

Las primeras organizaciones humanas intercambiaban libremente sus productos. Ciertas tribus tenían fruta; otras, vegetales; unas, se especializaban en vestimenta; y otras, en herramientas. Esto permitió que cada tribu tuviera acceso a todas las comodidades. Desde entonces, el ser humano ha comerciado en libertad. ¿Pero qué sucedió? Cuando Colón descubrió América, los reyes europeos, extasiados, compitieron salvajemente por acaparar la mayor cantidad de riquezas a expensas del Nuevo Mundo. El poder político, en esta época, era sinónimo de capital acumulado. Dedujeron que, si cerraban sus fronteras al comercio exterior, "protegerían" dicha fortuna. Impusieron aranceles a las importaciones, prohibieron la exportación de metales preciosos y en general, aprisionaron con leyes al comercio. Encarecieron los productos, sucumbieron negocios y se formaron monopolios, que presionaban al gobierno para recibir ventajas injustas. Así nació el mercantilismo.

Siglos después, la Ilustración vendría a corregir los errores cometidos. La grandeza de las naciones ya no se medía por el tamaño de sus arcas, sino por el bienestar de su pueblo. Las naciones americanas se fueron independizando una a una del yugo europeo. Este afán de libertad se expandió hasta el comercio, generando un fuerte rechazo ante los monopolios, aranceles y la intervención estatal que empobrecían al ciudadano promedio y favorecían a las clases pudientes. Esta revolución comercial procuraba la caída de las barreras comerciales y proclamaba un mundo justo, donde el comercio no estuviera sometido a ataduras gubernamentales y los ricos no manipulasen al Estado para su beneficio. El libre comercio venía a deshacer lo mal hecho, lo injusto, lo pasado.

No obstante, siempre habrá quienes prefieran oprimir a liberar. Aún existen gobiernos con una concepción mercantilista de la economía, expresos a cerrar sus fronteras y contrariar a sus comerciantes. No sólo su pensamiento data de hace quinientos años, sino sus métodos: sancionan las importaciones con impuestos, que llaman aranceles, tarifas o salvaguardias; limitan la salida de divisas, exigiendo tasas de retención exageradas; y obstaculizan el comercio con procesos burocráticos engorrosos sin utilidad alguna. Todo esto lo hacen con poca o nula explicación, como si el Estado no tuviese que rendir cuentas a nadie. Recordemos que la premisa fundamental de todo sistema democrático es que, en las urnas, el pueblo no resigna al poder, solo lo da por prestado y dicha concesión es anulable si la ciudadanía así lo decide. Hace mucho que la libertad dejó de ser un privilegio de una minoría selecta y pasó a ser un derecho ineluctable de todo ser humano y una condición sine qua non para que haya democracia.

El libre comercio permite a la empresa nacional expandirse a los mercados extranjeros, aumentando exponencialmente la demanda de su producto. Entonces, la empresa, con el nuevo capital adquirido, requiere aumentar su producción, lo que se traduce en nuevas plazas de trabajo. Esto genera un ciclo de crecimiento: la empresa ingresa a un nuevo mercado, requiere aumentar su producción, contrata más colaboradores, genera mayor capital y repite. No obstante, la empresa no es la única que se beneficia. La ciudadanía no solo obtiene una mayor oferta de empleo, sino que la entrada de empresas extranjeras al mercado local estimula la innovación y competitividad. Se establece un entorno de competencia justa donde el consumidor elige que empresas merecen prosperar en base a calidad, innovación y precio, sin que el gobierno de turno manipule artificialmente el mercado. El libre comercio beneficia a la empresa y al ciudadano, al primero entrega la oportunidad de progresar y al segundo, la facultad de decidir.

El comercio es libre en esencia; sin embargo, en algún momento de la historia, guiados por las más mezquinas intenciones, logramos deformarlo. Así mismo, la historia nos obligó a enmendar nuestro gigantesco equívoco. Pero hasta el día de hoy quedan vestigios de esa concepción retrógrada, casi medieval, de la economía, en la que el comercio era un enemigo a someter y esclavizar. En la actualidad, reconocemos que el comercio es un factor predominante en el crecimiento económico y la empresa privada, más allá de ser una institución con fines lucrativos, se constituye como un agente de cambio social. Libertad y comercio son dos caras de la misma moneda.

Pedro Pablo Cuvi, estudiante de la Universidad de Especialidades Espíritu Santo Ganador de la Categoría Universidades

El mercado y sus precios son el equivalente a una orquesta y las partituras. Sin estos componentes no se puede lograr una sinfonía.

Esta frase me ha parecido una buena analogía, pues, tal como lo definía Friedrich Hayek, son los precios quienes otorgan señales para comprender la información referente a los cambios en el mercado. Dicha información debe estar distribuida libremente entre los millones de actores que conforman el mercado y ambos son parte primordial de la creciente riqueza global. Los precios comunican información pertinente a todos los actores del mercado sobre los bienes o servicios que una persona pueda obtener a cambio de lo que produce.

Para que una orquesta interprete una compleja y bella sinfonía es imperativo el uso de partituras, pues estas son las que permiten tener una buena lectura de los pasos para interpretar dicha sinfonía. Así funcionan los precios tanto para productores como para comerciantes de bienes y servicios en una economía.

En cualquier economía, los impuestos tienen un impacto directo sobre los precios. Si lo que se quiere lograr es libre comercio, donde los precios sean indicadores de los deseos del mercado, estos impuestos deben tener poca interferencia sobre los indicadores. Estas interferencias se pueden presentar de diferentes maneras: aranceles, cupos y salvaguardias. Lamentablemente, estas barreras comerciales actúan como impuestos dentro del mercado, puesto que terminan incrementando los precios, que afectan directamente a productores, comerciantes, emprendedores y consumidores. Para dejar claro este punto podemos ver como las tarifas impuestas por el gobierno del Ecuador en años recientes, han afectado de manera directa los precio. Esta interferencia ha causado una desconexión entre los deseos del mercado y los indicadores naturales de estos deseos, los precios. Todo acuerdo de libre comercio beneficia al emprendedor, pues puede tener una mejor lectura de los indicadores para así satisfacer de manera propicia las demandas en el mercado.

"No conviene producir localmente lo que resulta a mejor precio importar", aclara Adam Smith. Esta es una labor que sin duda puede realizar óptimamente el emprendedor si el comercio es libre, lo cual hará que el crecimiento sea real. Evitar una oferta artificial creada por las restricciones es crucial para

Pedro Pablo Cuvi, ganador de la categoría Universidades, junto a Pablo Arosemena Marriott, presidente de la CCG.

no distorsionar tanto la demanda como la oferta. Dicha distorsión se intenta suplir con mayor intervención lo que inicia una cadena de eventos desafortunados donde el mercado limita su crecimiento por esta interferencia que nubla los indicadores naturales.

Para comprender esto, es importante recordar la falacia de la ventana rota de Bastiat, la cual explica que es vital considerar tanto los beneficios de una política pública como los costos escondidos que estas traen. Las barreras comerciales surgieron con la intención de promover la producción nacional. Como consecuencia estas barreras, afectaron a los precios, y esto mermó la capacidad de crecimiento de otros sectores. Finalmente, el resultado de esta política pública es un impacto negativo sobre los consumidores, quienes vieron reducidas sus opciones de compra y en el largo plazo se pierden empleos que fueron efímeros, pues no vinieron de la necesidad del consumidor sino de un interés político del momento.

Según Milton Friedman, el problema de los impuestos es que se espera que el sujeto A "el gobierno" use coerción para reubicar los recursos del sujeto B "ciudadano" con impuestos en sus varias presentaciones suponiendo que conoce las necesidades de la persona C "supuesto beneficiario de este impuesto". Aclaraba Hayek: "Una sociedad que no reconoce que cada individuo tiene valores propios, que está en su derecho a seguir, no puede tener respeto por la dignidad del individuo y no podrá realmente conocer la libertad". Son estas contundentes razones donde respaldo mi opinión de que el libre comercio no solo es, y seguirá siendo, la única manera, sino también la única moral de tener emprendimiento, crecimiento y empleo real.

Así, un comercio con varias restricciones, despista o incluso atemoriza a los emprendedores y esto lleva a una reducción de la oferta por miedo a la colocación equivocada de recursos. "Abriendo los mercados la producción nacional motiva a sus actores a mejorar su productividad, incrementando el ingreso real y la riqueza en la sociedad" enseña Smith. Se debe tener todos los acuerdos de libre comercio posibles como la Unión Europea y Estados Unidos, para beneficio del Ecuador.

En el Ecuador el proteccionismo y medidas mercantilistas han limitado el crecimiento económico como lo han presentado importantes economistas.

Los mayores casos de éxito en crecimiento económico han sido gracias al libre comercio y se han reportado con cifras primero por M. Friedman, posteriormente economistas como Johan Norberg, y son el de Nueva Zelanda, Suecia (desde 1990 al dejar el socialismo), Hong Kong, Estonia, Chile y otros países que con limitada regulación del comercio han mejorado los niveles de emprendimiento, crecimiento económico y creación de empleo. Estos factores precisamente van de la mano y coinciden en orden de necesidad como se ve a continuación: el libre comercio incentiva a la libre producción de bienes y servicios y la consecuente comercialización de los mismos. Esto se traduce en un crecimiento económico que naturalmente demandará la apertura de nuevas plazas de trabajo.

Como decía Smith, el interés propio y no la benevolencia es la que lleva al productor y al consumidor a tomar decisiones para beneficiarse mutuamente, siempre y cuando exista la libertad para hacerlo.

El Ecuador tiene muchas razones por las cuales puede llegar a ser una potencia económica de la región y del mundo, tanto por sus bondades en recursos naturales como por el espíritu emprendedor del ecuatoriano. Es para concluir que quisiera recordar cómo nuestra amada patria podría interpretar la más bella sinfonía, una real obra maestra con estos factores existentes, con un libre comercio que beneficiará con emprendimiento, crecimiento económico y empleo.

CÁMARA DE COMERCIO DE GUAYAQUIL RECIBE PREMIO EN MUNDIAL DE CÁMARAS EN SÍDNEY

El Cyber Monday de la Cámara de Comercio de Guayaquil fue premiado en la categoría Mejor Proyecto No Convencional en el World Chambers Competition, una competencia realizada el pasado 20 de septiembre en Sídney - Australia, en la que participaron cientos de cámaras de comercio del planeta.

La explicación del proyecto fue realizada ante el jurado y los delegados durante el desarrollo de la décima edición del World Chambers Congress, organizado por la World Chambers Federation, la International Chamber of Commerce y la Sydney Business Chamber (SBC), una división de la NSW Business Chamber. La premiación a la Cámara de Comercio de Guayaquil se realizó el 21 de septiembre, durante la cena de gala a la que asistieron más de mil delegados de todas las cámaras de comercio del mundo.

Este logro fue posible gracias al trabajo del equipo de la Cámara de Comercio de Guayaquil, sus miembros cuidaron cada detalle del proceso de participación en el World Chambers Congress.

En la foto: Germán Lynch Navarro, director de desarrollo empresarial; Pablo Arosemena Marriott, presidente; y, Juan Carlos Díaz-Granados, director ejecutivo de la CCG.

Juan Carlos Díaz-Granados, director ejecutivo de la CCG, junto a representantes de varias cámaras de comercio del mundo.

ASESORÍA LEGAL ESPECIALIZADA

CÁMARA DE COMERCIO DE GUAYAQUIL

Absolvemos consultas legales de carácter comercial, societario, laboral, contractual, de seguridad social y en general todos aquellos aspectos legales relacionados con el desarrollo de la actividad empresarial.

Servicios societarios:

Constitución de Compañías, Consorcios y Holding.

Establecimiento de sucursal de compañía extranjera en el Ecuador.

Aumentos de Capital Social.

Reformas de Estatutos: cambio de domicilio, objeto social, denominación, etc.

Transformación, fusión y escisión.

Liquidación, Disolución y Cancelación anticipada de compañías.

Transferencia de Acciones y Participaciones.

Designación y reelección de Representantes Legales.

Reactivación de Compañías inactivas y disueltas.

Elaboración de Actas de Junta General.

Propiedad Intelectual:

Búsquedas Fonéticas.

Registro de marcas, nombres comerciales, y demás.

Registro de patentes, software, etc.

Elaboración y registro de contratos de sucursal.

Laboral:

Registro y Actualización de Reglamentos Internos de Trabajo.

Elaboración y Registro de Contratos de Trabajo.

Cálculo de liquidación de haberes; etc.

Servicios mercantiles:

Inscripción y elaboración de Matrícula de Comercio.

Elaboración de Contratos Mercantiles; etc.

Elaboración de Pagarés o Letras de Cambio y demás.

Más información: **info@lacamara.org** - PBX: **(04) 2596100 ext.: 219**

/camaradecomerciodeguayaquil @lacamaragye @lacamaragye www.lacamara.org **0995168398**

SEGUNDA FERIA DEL COMERCIO RECIBIÓ 20.000 VISITANTES

Manuel Muñoz, director CCG; Martha Agreda de Muñoz; Caterina Costa, presidenta de Cámara de Industrias de Guayaquil; Pablo Arosemena Marriott, presidente CCG; Pedro Huerta, Juan Xavier Sánchez, Alfredo Menoscal, directores CCG; Juan Carlos Díaz-Granados, director ejecutivo CCG; y, Alex Kalil, director CCG.

Del 13 al 15 de octubre se desarrolló la II Feria del Feria del Comercio de la Cámara de Comercio de Guayaquil (CCG), en homenaje a Guayaquil en sus fiestas octubrinas, con el objetivo de brindar una oportunidad para que los emprendedores y empresarios den a conocer su negocio y logren incrementar sus ventas.

La feria tuvo una gran acogida por parte del público, pues durante los tres días, 20.000 personas visitaron el Palacio de Cristal para conocer y adquirir los diferentes productos y servicios que ofrecieron los 150 stands participantes.

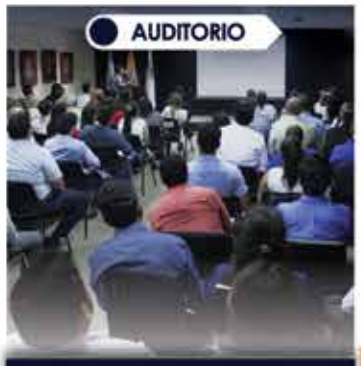
Empresas grandes, medianas, pequeñas, micros y emprendimientos fueron los encargados de brindar a los visitantes una variedad de artículos como artesanías, cosméticos, peluquería, artículos para el hogar, automóviles, tecnología, agencias de viajes, bancos, seguros, así como un área de patio de comidas y juegos para los más pequeños.

El último día de feria se premiaron a los tres mejores stands, tomando en cuenta la innovación, creatividad y atención al cliente. El primer lugar fue para Cimpexa S.A., empresa especialista en sistemas de audio; el segundo lugar fue para Qué Churro, emprendimiento que entrega churros a domicilio; y el tercer lugar lo llevó Cortinas Deluxe, la cual comercializa alfombras y cortinas al por menor.

TODO TIPO DE EVENTO
CORPORATIVO
REALÍCELO EN LA CÁMARA

BUSINESS CENTER
ALQUILER DE SALAS

CÁMARA DE COMERCIO DE GUAYAQUIL



Capacidad: 60 personas

Ideal para:
- Charlas
- Conversatorios
- Conferencias
- Seminarios

Capacidad: 14 personas

Ideal para:
- Reuniones
- Charlas
- Seminarios
- Focus Group

Capacidad: 8 personas

Ideal para:
- Reuniones
- Entrevistas
- Focus Group
- Seminarios

Capacidad: 6 personas

Ideal para:
- Reuniones
- Entrevistas

Además...

Contamos con una completa gama de **salas con tecnología y logística** para sus reuniones de negocios, conferencias, entrevistas o cursos de formación.

/camaradecomerciodeguayaquil | @lacamaragye | @lacamaragye | www.lacamara.org | Camara de Comercio de Guayaquil

Más Información: info@lacamara.org PBX: (04) 2596100 EXT: 322

Reconocimiento a socios CCG

La Cámara de Comercio de Guayaquil realizó la entrega de reconocimientos a los socios que cumplieron entre 25 y 75 años de afiliación al gremio. El evento, realizado el 7 de septiembre en la CCG, contó con la presencia de más de 150 empresarios, muchos de los cuales fueron condecorados por sus años de trayectoria y fidelidad hacia la institución.

III Encuentro de Negocios

La CCG organizó la tercera edición del encuentro de Negocios Multisectorial, donde micros, pequeños y medianos empresarios presentaron sus productos a grandes marcas. Almacenes De Prati, Pycca, Dipaso, Family Food, Grupo Bimbo, Tonicorp, Café Bombons, Almacenes TÍA y Almacenes Coral participaron en el encuentro para conocer a nuevos proveedores.

Experiencias que alientan

Úrsula Strenge y Nicolás Pérez dieron a conocer sus historias de emprendimiento en el conversatorio "Experiencias que alientan".

Compartieron sus aciertos y desaciertos y cómo lograron vencer sus miedos para sacar a flote su negocio.

Ambos coinciden en la idea de que emprender no es para todos, sino para los que aceptan el riesgo. El evento fue dirigido por Wilson Galarza Solís, director de la CCG.

Conversatorio Inteligencia Financiera

Andres Mórtola, uno de los mejores coaches financieros del Ecuador, dictó la charla Inteligencia Financiera, donde compartió métodos para aprender a manejar las finanzas personales y empresariales.

Time Management Workshop VIII edición

Pablo Arosemena Marriott dictó la octava edición del taller Time Management Workshop, bajo la metodología PAM: Productividad alineada a metas. El evento contó la presencia de emprendedores, empresarios y profesionales interesados en conocer métodos para optimizar su tiempo y lograr alcanzar sus metas.

Conversatorio Empoderados para el éxito

El coach Julián Campo compartió estrategias para romper con las limitaciones que impiden avanzar en el ámbito profesional y personal. Los asistentes conocieron experiencias de éxito e interactuaron entre sí, a través de dinámicas.

Pablo Arosemena dicta charla en el Go Social Guayaquil

El presidente de la CCG, Pablo Arosemena Marriott, participó en el Go Social Guayaquil, un seminario de Social Media Marketing con expertos nacionales y extranjeros.

Su intervención se basó en el caso de éxito del Cyber Monday de la Cámara de Comercio de Guayaquil, reconocido a nivel mundial en la décima edición del World Chambers Congress en Australia.

CCG Speed Networking VIII edición

La octava edición del CCG Speed Networking contó con la participación de más de 100 empresarios que compartieron experiencias sobre sus negocios y ampliaron su red de contactos, a través de interacciones de un minuto con cada uno de los asistentes.

PepsiCo lanza nueva bebida

PepsiCo lanza al mercado ecuatoriano Pepsi Sabor Intenso, una bebida cargada de una experiencia de máximo sabor refrescante, ideal para romper la rutina y celebrar intensamente.

La campaña cuenta con dos embajadores en el país que evocan la actitud y estilo del nuevo producto: la empresaria y ex Miss Ecuador Constanza Báez y Marlon "Chito" Vera, luchador ecuatoriano en la UFC.

En la foto: Vanessa Uscocovich, gerente de marketing categoría gaseosas PepsiCo Ecuador; Jessica Carchi, jefe de marca gaseosas franquiciadas - Tesalia CBC.

DIFARE presentó Informe de Responsabilidad Corporativa y Sostenible

Grupo DIFARE presentó su cuarto Informe de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad, en el que muestra los Objetivos de Desarrollo Sostenibles (ODS) a los que aporta desde su giro de negocio, alineado a su modelo de sostenibilidad.

Asimismo, reconoció a las organizaciones Madre Dolorosa, Casa de la Vida, Fundación Clemencia y Patronado de Quito; con ellas comparte la visión de que las alianzas son una forma de unir experiencia, ampliar la cobertura y alcanzar objetivos para mejorar la calidad de vida de las personas.

En la foto: Julio Ocaña, vicepresidente ejecutivo corporativo del Grupo DIFARE; Carlos Cueva Mejía, presidente ejecutivo de Grupo DIFARE; Sylvia Banda, gerente de Asuntos Corportativos de Grupo DIFARE; Felipe Pincay, gerente financiero de Grupo DIFARE.

International EScoffee Week

Como parte de la celebración del Día Internacional del Café, EScoffee y Café Fontaine organizaron el evento "Internacional EScoffe Week", donde se observó el proceso del café: su fragancia, variedad de sabores y aromas. Los participantes del evento degustaron café, cervezas artesanales y vinos ecuatorianos.

En la foto: Miguel Rendón Fontaine y Chantal Fontaine.

Banco Internacional fortalece su compromiso con el sector empresarial

Banco Internacional, con el objetivo de generar espacios de conversación e identificación de oportunidades de crecimiento para sus clientes, ofreció la conferencia "Perspectivas Económicas 2017", dictada por Walter Spurier, analista económico del país, como invitado especial.

Al ser referente de respaldo, credibilidad y seguridad, la entidad busca establecer una relación cercana y abierta al diálogo con sus clientes y socios estratégicos.

Deloitte presentó los cambios en las NIIF para el 2017

Deloitte presentó los cambios y actualizaciones en las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF), con la presencia de ejecutivos del sector de contabilidad y auditoría de destacadas empresas nacionales e internacionales.

Durante el encuentro se realizaron encuestas interactivas en línea, que arrojaban el estado real de las empresas participantes, con lo que se consiguió que los asistentes fueran parte activa de la presentación y se trataran temas de relevancia e interés.

En la foto: Santiago Sánchez, socio de auditoría de Deloitte; Jorge Naranjo, contador general Petrosud; Gabriel Shajade; Adriana Loaiza, socia de auditoría de Deloitte; Francisco Arévalo, gerente financiero Petrosud.

Tecnova presenta nuevas baterías

Tecnova presentó al mercado nacional su nuevo modelo de baterías T5 Pro de Bosch, dirigido al segmento de taxistas. La T5 Pro es una batería internamente reforzada, con una tapa innovadora que contrarresta los efectos de la temperatura, mejorando su desempeño, máxima durabilidad y rendimiento, con un plazo de garantía extendido a 35.000 kms.

En la foto: Luis Naranjo, gerente de ventas Tecnova; Jorge Armijos, jefe de producto Tecnova; Daniel Fernández, entrenador comercial Tecnova.

Produbanco publicó su décima Memoria de Responsabilidad Social

Produbanco, institución financiera con sólida trayectoria a nivel local y miembro del Grupo Internacional Promerica, publicó su décima memoria de Responsabilidad Social Empresarial, en la que comparte la gestión realizada durante el año 2016 del Banco y sus subsidiarias acerca de los aspectos económicos, sociales y medio ambientales.

La generación de este informe, se basó en los estándares internacionales GRI versión 4 Opción Exhaustiva y cuenta con la verificación técnica de la firma independiente Deloitte & Touche Cia. Ltda.

En la foto: Ricardo Cuesta, presidente ejecutivo de Produbanco.

IIASA presentó nuevos productos en Feria Santa Lucía 2017

IIASA, empresa ecuatoriana con más de 90 años en el mercado, participó en la IV Feria de Insumos y Maquinaria Agrícola "Santa Lucía 2017", un espacio donde se expuso una variada oferta de maquinaria agrícola, insumos y servicios para el sector de la agricultura y ganadería.

El encuentro, llevado a cabo por la organización de Arroceros "Los Caídos", fue el escenario donde IIASA presentó sus nuevas cadenas selladas y lubricadas de 36 secciones para cosechado y su oferta de Lubricantes marca CAT y VALVOLINE.

En la foto: Manuel Méndez, asesor de soporte al producto de IIASA; Joyce Moreira, asesora de soporte al producto de IIASA; Manuel Matute, especialista de tren de rodaje de IIASA.

Nombre Comercial:
Aquí Es Manolo

Razón social:
Manuel Matías Vélez Saltos

Actividad de la empresa:
Somos una marisquería restaurante que ofrece una variedad de platos típicos a base de mariscos y alimentos frescos con un buen servicio cuyo fin es satisfacer las necesidades de nuestros consumidores para que se sientan como en casa. Los platos que se ofrecen dentro del establecimiento son: bandera, guatita, cazuela, ceviche de camarón, ceviche de pescado, viche de pescado, seco de chivo, encebollado, encebollado mixto, entre otros.

Noguchi 1700 y San Martin
Teléfono: 042400433
Celular: 0980918929
Email: angelica-99513@hotmail.com
Pagina Web: Facebook Aquí es Manolo

Nombre Comercial:
BAZAR SUIZO

Razón social:
Cecilia Jácome López

Actividad de la empresa:
Diseño y confeccion de ropa de niñas y niños, vestidos de primera comunión, bautizos y otros, desde 0 a 12 años de edad.

Entre Rios, Calle Principal
(Junto a Pandorado)
Teléfono: 046010441
Celular: 0980010960
Email: taller@bazarsuizo.com

Nombre Comercial:
Estudio Jurídico Civitas
Sociedad Anónima

Razón social:
Estudio Jurídico CIVITAS

Actividad de la empresa:
CIVITAS asesora y representa a clientes nacionales e internacionales en el giro de sus actividades a través de prevención, estructuración y supervisión. CIVITAS está conformado por abogados con experiencia en áreas del derecho que abarcan el derecho corporativo, tributario, inversiones, laboral, administrativo, comercio exterior, energía (petróleo, minas y alternativa) y ambiental.

Edificio XIMA, piso 2, Of. 210. Km. 1
vía Samborondón
Teléfono: 0424616166
Celular: 0997559859
Email: cdrouet@civitas.com.ec
info@civitas.com.ec
www.civitas.com.ec

Nombre Comercial:
EXXIS S.A.

Razón social:
ECUATECXXIS S.A.

Representante legal:
Gilbertt Samur

Actividad de la empresa:
Actividades de Servicio de Provisión de Software.

Av. Joaquín Orrantía y Av. Leopoldo
Benítez Edif. Trade Building Torre B
Mezzanine 13 -14
Teléfono: 04 6025504
Email: valeria.bermudez@exxis-group.com
www.exxis-group.com

Nombre Comercial:
Hospital Clínica San Francisco

Razón social:
CENTRO DE SERVICIOS MÉDICOS SAN FRANCISCO

Representante legal:
Dr. Hugo Behr Zea

Actividad de la empresa:
Con más de 30 años de experiencia, Hospital Clínica San Francisco brinda servicios integrales de salud a la población de manera oportuna, eficiente y cordial con los mayores estándares de calidad que nos permita caminar hacia la excelencia y satisfacción del cliente.

Cdla. Kennedy Norte.
Av. Alejandro Andrade y Juan Rolando
Teléfono: 04 2595400
Celular: 0987208698
Email: info@hospitalsanfrancisco.com.ec
www.hospitalsanfrancisco.com.ec

Nombre Comercial:
I+D Consulting Group

Razón social:
Ronny Mejía Arreaga

Representante legal:
Ronny Mejía Arreaga

Actividad de la empresa:
Consultoría de Negocios para Retailers: Category Management, Optimización de la Cadena de Suministro, Business Intelligence, Estrategia de Precios.
Consultoría de Negocios Empresariales: Levantamiento de Funciones y Procesos, Estructura Organizacional, Indicadores de Gestión, Planeación Estratégica.
Franquicias Contratos.

Urdesa Central Cedros 412 y Ave. Quinta
Teléfono: 046000765
Celular: 0991816973
Email: ronny.mejia@idconsulting.ec
www.idconsulting.ec

Nombre Comercial:
PFC Controls

Razón social:
PFC Accesos Automáticos del Ecuador, S.A.

Representante legal:
Ing. Marcelo Páez

Actividad de la empresa:
Con más de 17 años de presencia en el Ecuador, nos hemos posicionado como el mayor importador y distribuidor de sistemas automáticos, controles de acceso peatonal y vehicular.
El compromiso con nuestros socios comerciales es la capacitación preventa y soporte post-venta.
Con Oficinas en Quito y Guayaquil, damos cobertura con envíos de nuestros productos a cualquier parte del país.

Álamos de la Atarazana Mz. 117 K V.13
Teléfono: (04) 2691139 / 2691142
Celular: 099 9695305 / 098 7471143
Email: ventasg@pfccontrols.com
mpaez@pfccontrols.com
www.pfc.com.ec

Nombre Comercial:
Trends and Business Consultores

Razón social:
Adriano Daniel Fuentes López

Actividad de la empresa:
Consultorias y Capacitaciones personalizadas. Nuestro objetivo es diseñar una solución simple y confiable que permita la sostenibilidad de la organización. Implantar métodos y herramientas para mejorar las prácticas gerenciales que permitan a la empresa funcionar bajo un mismo fin es nuestro compromiso.

Via a la Costa km 14.5
Celular: 0999423480
Email: afuentes@trendsandbusiness.com
www.trendsandbusiness.com

idepro
Instituto de Desarrollo Profesional

#FormandoGerentes desde 1985

Hay muchos estilos de Gerencia,
pero un solo lugar donde aprenderlos.

CRONOGRAMA 2017 - II SEMESTRE

OCTUBRE	**2**	Programa de Crédito y Cobranzas - III Edición	**30**
	2	Taller de gestión y control de presupuesto	**15**
	4	Taller de negociación y técnicas de ventas	**8**
	6	Programa de Formación de Community Managers	**30**
	16	Programa de Actualización Tributaria - VII Edición	**24**
	16	Programa de Alta Dirección	**42**
	23	Taller de Excel aplicado a Recursos Humanos	**15**
	23	Taller de Business Intelligence con Excel 2013	**18**
NOVIEMBRE	**6**	Taller del ABC de la contabilidad	**20**
	18	Taller de gestión de riesgos laborales	**8**
	20	Programa en Técnicas de Auditoría	**24**
	20	Taller de Intermedio y Avanzado de Excel 2013	**24**
	18	Taller de introducción a la economía para gerentes	**16**
DICIEMBRE	**6**	Taller de administración del tiempo	**6**
	12	Taller de Empowerment Empresarial: Aprendiendo a delegar	**6**

INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA PARA
GERENTES

Con Pablo Lucio Paredes PH.D.
Viernes 17 / Sábado 18 de noviembre de 2017
08h00 a 17h30

TALLER
VALUE PROPOSITION CANVAS

Más valor para tu cliente

25 noviembre
09h00 - 15h00

MANEJO DE LA VOLATILIDAD DE LOS PRECIOS EN EL SECTOR AGRÍCOLA Y FINANCIERO

21 y 28 de noviembre
y 5 y 12 de diciembre
18h00 a 21h15 cada martes

@ideproCCG | www.idepro.edu.ec

Con el apoyo de:
CÁMARA DE COMERCIO DE GUAYAQUIL

Certificado bajo la Norma ISO 9001 por:
SGS

CÁMARA
DE COMERCIO
DE GUAYAQUIL

PREMIO ICC WORLD CHAMBERS CONGRESS
CÁMARA DE COMERCIO DE GUAYAQUIL
FINALISTA
MEJOR PROYECTO NO CONVENCIONAL

eday®

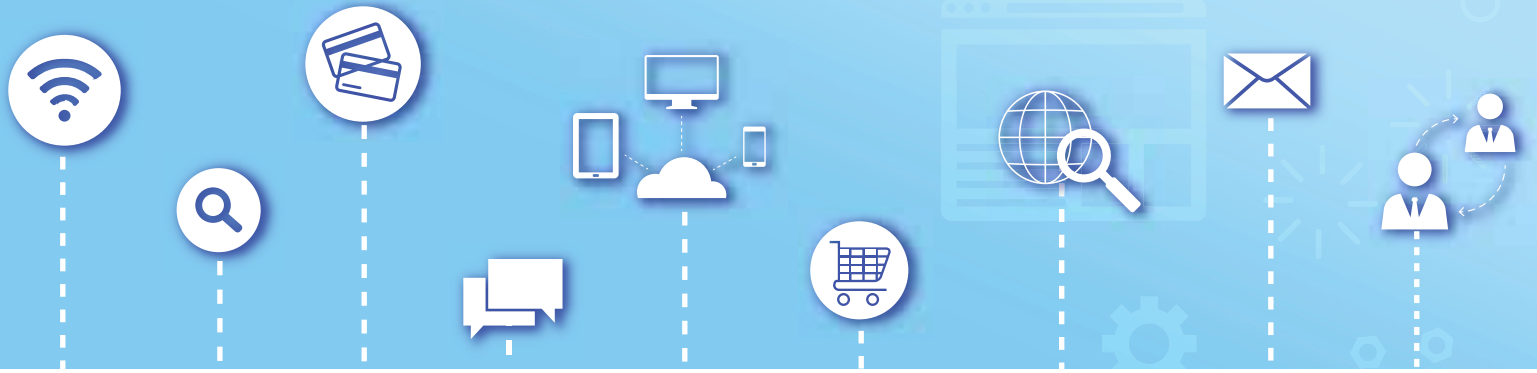
CÁMARA DE COMERCIO DE GUAYAQUIL

LOS ESPERAMOS EN LA VII EDICIÓN

Ven y aprende cómo mejorar
tu negocio online

16 DE NOVIEMBRE DE 2017

www.edayccg.com



@camaradecomerciodeguayaquil | @lacamaragye | www.lacamara.org