

BUSINESS

in action

Edición No. 61

4TH OF JULY

INDEPENDENCE DAY



AMCHAM
GUATEMALA
AMERICAN CHAMBER OF COMMERCE

BUSINESS

in action



Leadership
Circle
2021



AMCHAM
GUATEMALA
AMERICAN CHAMBER OF COMMERCE

BUSINESS

in action

Leadership
Circle
2021

Walmart 
México y Centroamérica



**AMCHAM
GUATEMALA**
AMERICAN CHAMBER OF COMMERCE



AmCham's President

Juan Pablo Carrasco de Groote

AmCham's Executive Director

Waleska Sterkel

Communications Coordinator

María Eugenia Urzúa Erazo

Trade Center Manager

Carolina Barrientos

Executive Director Assistant

Jacklyn Smith

Translation

International Business Academy

Layout & Design

Erwin Acajabón

Plumas invitadas | Contributors

COLGATE

Francisco Muñoz

WALMART | MÉXICO Y CENTROAMÉRICA

Luis Arturo Ramírez

ALLIED GLOBAL

Manuel Gordo

PANTHEA CONSULTING

Melanie Müllers

INTERNATIONAL BUSINESS ACADEMY

Trevor Clayton

IDEA WORKS

Manuel Morales

WORLD VISION

Jorge Galeano

MICHATOYA

Roger Cowan

TRECSA

Fabiola Flores

General Enquiries

5 Avenida 5-55 Zona 14
Edificio Europlaza, Torre I, Nivel 5
(+502) 2417-0800
www.amchamguate.com

COPYRIGHT

All material appearing in Business In Action By AmCham is copyright unless otherwise stated or it may rest with the provider of the supplied material. Business in Action takes all care to ensure information is correct at time of printing, but the publisher accepts no responsibility or liability for the accuracy of any information contained in the text or advertisements. Views expressed are not necessarily endorsed by the publisher or editor.

Índice Index

COLGATE

Sonrisas brillantes, futuros brillantes: el compromiso de Colgate Palmolive con la niñez
Bright smiles, bright futures: Colgate Palmolive's commitment to children
Francisco Muñoz | Vicepresidente y Gerente General

8

WALMART | MÉXICO Y CENTROAMÉRICA

Guatemala, el país del emprendimiento
Guatemala, the country of entrepreneurship
Luis Arturo Ramírez | Coordinador de Asuntos Corporativos

12

ALLIED GLOBAL

Nearshoring: La gran apuesta del Sector Empresarial
Nearshoring: La gran apuesta del Sector Empresarial
Manuel Gordo | CEO

16

PANTHEA CONSULTING

¿El nearshoring o el Ally-shoring, podrá Guatemala aprovecharla?
Nearshoring or Ally-shoring: Will Guatemala be able to take advantage of it?
Melanie Müllers | Ph.Dc.

20

INTERNATIONAL BUSINESS ACADEMY

Nearshoring: ¿Por qué Costa Rica y no Guatemala?
Nearshoring: Why Costa Rica and not Guatemala?
Trevor Clayton | Presidente, International Business Academy

24

IDEA WORKS

Nearshoring: La oportunidad perfecta para Centroamérica
Nearshoring: The perfect opportunity for Central America
Manuel Morales | Estratega Digital

28

WORLD VISION

Trabajando por el crecimiento del tejido empresarial y el desarrollo social
Working for the growth of the business fabric and social development
Jorge Galeano | Director Nacioanal

32

MICHATOYA

La Falta de Dinero no es el Impedimento
Shortage of money is not an obstacle
Roger Cowan | Director Estratégico

36

TRECSA

La Gestión del Cambio en Trecca Un reto que se logra con un alto desempeño
Change Management at Trecca: A challenge met with a great performance
Fabiola Flores | Líder de Gestión del Talento

40

AmCham in Pictures

Noticias y eventos de AmCham
Most relevant News and Events of AmCham

46

Eventos de mayo en AmCham Connect

May Events in AmCham Connect

47



Words from our president



Juan Pablo Carrasco de Groote

President

Words from our President

Cómo presidente de la Junta Directiva de la Cámara de Comercio Guatemalteco – Americana (AmCham Guatemala), les doy la más cordial bienvenida a la sexagésima primera edición de nuestra revista Business in Action.

AmCham Guatemala, día a día trabaja por impulsar el crecimiento integral de las empresas. Mediante este instrumento queremos agradecer a nuestros miembros y aliados estratégicos el fortalecer el desarrollo económico de nuestro país y el trabajar juntos en esta labor tan valiosa para el bienestar de los guatemaltecos.

Hoy en día la promoción de inversión extranjera es un punto importante que se debe abordar y conocer, ya que, con el proceso de globalización se ha iniciado un periodo de expansión que trae muchas nuevas oportunidades para que empresas internacionales se establezcan en el país, beneficiándose de las ventajas que Guatemala ofrece y expandiéndose a un importante mercado centroamericano. La inversión extranjera es una fuente complementaria de generación de empleo, recursos y de transferencia de tecnología, entre otras cosas.

El desarrollo de la región y de nuestro país en específico, está en manos de todos los guatemaltecos y de las empresas inversoras que depositan la confianza en nuestras tierras para la obtención de nuevas oportunidades. AmCham Guatemala, es el canal que permite establecer esas conexiones que generan decisiones comerciales efectivas, fomentando así el comercio bilateral y la productividad de todos.

La estabilidad laboral de los guatemaltecos y el crecimiento económico va de la mano del crecimiento de las empresas y de los nuevos inversionistas extranjeros. En la actualidad las empresas son más dinámicas, permitiéndoles operar a mayor escala.

Words from our President

As the President of the Board of Directors of the American Chamber of Commerce in Guatemala (AmCham Guatemala), I welcome you to the sixty – first edition of our Business in Action magazine.

AmCham Guatemala, day by day, works to promote the integral growth of companies. Through this instrument we want to thank our members and strategic allies for strengthening the economic development of our country and working together in this valuable task for the well-being of Guatemalans.

Nowadays, foreign investment is an important matter that must be approached and known, since the globalization process has started a period of expansion which brings lots of new opportunities for international companies to establish in Guatemala, benefiting from the advantages that the country offers and expanding to the Central American market. Foreign investments are a complementary source of job creation, resources, and technology transfer.

The development of the region and our country specifically, is in the hands of all Guatemalans and investment companies who place trust in our ground to obtain new opportunities. AmCham Guatemala, is the channel that allows to establish those connections which generate effective business decisions, promoting bilateral trade and productivity for all.

The labor stability of Guatemalans and economic growth goes hand in hand with the growth of companies and new foreign investors. Today companies are more dynamic, allowing them to operate on a larger scale.

Waleska Sterkel

Executive Director

Estimado lector,

Bienvenido a nuestra revista Business in Action. Esta sexagésima primera edición está enfocada en temas como nearshoring, inversión extranjera directa y el crecimiento del tejido empresarial.

La Cámara de Comercio Guatemalteco – Americana (AmCham Guatemala), busca ser una organización capaz de tener un impacto positivo para el país y para sus asociados. El crecimiento económico es uno de los puntos en los que se trabaja para fortalecer el desarrollo de los guatemaltecos. A través de la inversión de empresas americanas en Guatemala se genera mayores oportunidades de empleo y con esto se logra aumentar la productividad.

Es importante innovar con estrategias como la inversión extranjera directa, ya que permite el crecimiento del comercio internacional, el financiamiento de empresas, entre otros aspectos positivos. Además, con esta acción se estimula la confianza del sector empresarial y ejecutivos extranjeros.

Guatemala es un punto estratégico para la actividad comercial en la región. Todos los sectores del país han trabajado en conjunto para aumentar los niveles de seguridad y así establecer conexiones que permiten lograr un mayor desarrollo. La tecnología avanza y a su vez revoluciona sectores clave como finanzas, la agricultura, la industria y muchos más. Con esto se logra construir una red de contactos a nivel nacional, regional e internacional.

El crecimiento del tejido empresarial contribuye al impulso laboral, encontrando talento humano adecuado que promueve el bienestar integral de la población guatemalteca. La Cámara de Comercio Guatemalteco Americana continuará consolidando a las empresas y sectores socios ante el gobierno de Guatemala y Estados Unidos.

Dear reader,

Welcome to our Business in Action (BIA) magazine. This sixty-first edition is focused on topics such as nearshoring, foreign direct investment and the growth of the business fabric.

The American Chamber of Commerce in Guatemala (AmCham Guatemala) seeks to be an organization capable of having a positive impact on the country and its associates. Economic growth is one of the points where work is being done to strengthen the development of Guatemalan citizens. Through the investment of American companies in Guatemala, greater employment opportunities are generated, which means productivity growth.

It is important to innovate with strategies such as foreign direct investment, since it allows the growth of international trade and the funding of companies, among other positive aspects. In addition, this action stimulates the confidence of the business sector and foreign executives.

Guatemala is a strategic point for commercial activity in the region. All sectors of the country have worked together to increase security levels and thus, establish connections that allow a greater development. Technology advances and revolutionizes key sectors such as finance, agriculture, industry and many more. With this, it is possible to build a network of contacts at the national, regional, and international levels.

The growth of the business networks contributes to promote jobs, finding suitable human talent that promotes the integral well-being of the Guatemalan population. The American Chamber of Commerce in Guatemala will continue to consolidate partner companies and sectors with the government of Guatemala and the United States.





SONRISAS BRILLANTES, FUTUROS BRILLANTES: EL COMPROMISO DE COLGATE PALMOLIVE CON LA NIÑEZ



Francisco Muñoz | Vicepresidente y Gerente General, Colgate Palmolive Centroamérica

En Colgate Palmolive estamos comprometidos a contribuir con las comunidades donde vivimos y trabajamos. Por eso, como parte de nuestra Estrategia de Sostenibilidad, contamos con nuestro programa de responsabilidad social “Sonrisas Brillantes, Futuros Brillantes” (SBFB). El programa busca llevar educación en salud oral a los niños y sus familias en los más de 80 países donde tenemos presencia.

Creemos que todas y todos los niños y sus familias tienen derecho a una vida llena de sonrisas saludables. Por eso, nos esforzamos en brindarles un futuro sin caries a 2 billones de niños alrededor del mundo, como parte de nuestro camino para erradicar la enfermedad crónica más extendida del mundo, las caries. Cuando estas no se tratan, pueden causar dolor y molestias, dañar la autoestima y la calidad de vida, impactar negativamente la asistencia a la escuela y más. Nuestra misión es llevar educación sobre la salud oral, revisiones dentales gratuitas y recomendaciones de tratamiento a quienes más lo necesitan.

La piedra angular del programa es nuestro reconocido plan de estudios en salud oral. Desarrollado por expertos globales; los materiales educativos multiculturales ayudan a ilustrar a los niños, el cómo mantener dientes y encías sanos. Incluso en varios países los materiales del programa son parte de la currícula escolar permanente. Nuestro principal interés es trabajar de forma conjunta con maestros, odontólogos, promotores

de salud y líderes comunitarios con la finalidad de ayudar a mejorar la salud oral de los niños alrededor del mundo.

El programa Sonrisas Brillantes, Futuros Brillantes impulsa 6 iniciativas clave:

1. En la escuela: Nos asociamos con centros educativos, Ministerios de Salud y Ministerios de Educación para organizar clases sobre salud bucal y proporcionar productos de higiene oral.
2. Relaciones con la comunidad: En algunos países, el programa SBFB cuenta con unidades móviles que viajan a zonas rurales y urbanas para brindar educación sobre salud bucal, proporcionar exámenes dentales gratuitos y referencias de tratamiento para niños.
3. Comunicaciones de mercadeo integradas: Algunos de nuestros socios comerciales, como Walmart, se involucran en el programa con los consumidores en las tiendas y en sus plataformas on line.
4. Asociaciones profesionales: Colgate se asocia con profesionales de la odontología y también con organizaciones sin fines de lucro (ONGs) para expandir el alcance de la educación sobre el cuidado bucal en cada país.
5. Digital: Todos nuestros materiales educativos se encuentran en plataformas digitales, incluyendo guías descargables para profesores, libros de cuentos, afiches, folletos, videos, canciones, juegos de salud bucal, entre otros.
6. Compromiso de los empleados: En Colgate



Palmolive involucramos a nuestros empleados en el programa “Sonrisas Brillantes, Futuros Brillantes”, brindando oportunidades para ser voluntarios en las comunidades, o bien, para enseñar a sus familias sobre la salud bucal.

El trabajo realizado en cada una de estas iniciativas, así como las alianzas con el sector de educación, padres de familia, profesionales, instituciones académicas, organizaciones gubernamentales y sin fines de lucro, entre las que figuran: Alianza para un Futuro Libre de Caries (ACFF), Asociación Dental Americana, Global Child Dental Fund, Asociación Dental Nacional y Save the Children, entre otros, han sido clave para alcanzar excelentes resultados. Llegando a más de 17 millones de niños desde 2018 a la fecha en Centroamérica, de los cuales aproximadamente 5 millones de niños han sido alcanzados gracias a estas alianzas.

Adicionalmente, estamos trabajando con escuelas públicas y privadas, así como organizaciones gubernamentales en Centroamérica, para implementar el cepillado mandatorio después de las comidas, con el objetivo de establecer buenos hábitos de salud oral en los niños a temprana edad.

En Colgate Palmolive siempre buscamos la mejora continua, y el año pasado no fue la excepción, a pesar de estar viviendo una pandemia a nivel mundial re diseñamos la forma de hacer las cosas para encontrar soluciones y alternativas que permitieran dar continuidad a nuestro programa.

Durante la pandemia en Centroamérica, el programa llevó educación en salud bucal y técnicas de cepillado a los niños por medio de charlas virtuales con el Dr. Muelitas. De igual forma, se promovió información educativa por medio del canal de YouTube de Centroamérica y otros canales de redes sociales, así como pautas en medios de comunicación masivos como televisión. Con estos esfuerzos se logró alcanzar a más de 4.5 millones de niños en toda la región centroamericana en el 2020. Además, con el compromiso de cuidar de las comunidades donde la empresa tiene presencia, Colgate Palmolive Centro América, a través de su programa Safe Hands, unió esfuerzos con la organización Save The Children Guatemala para donar más de 500 mil barras de jabón a más de 125,000 guatemaltecos afectados por la emergencia del Covid-19; reforzando la importancia del correcto lavado de manos, algo tan indispensable durante esta pandemia.

En este 2021, estamos orgullosos de celebrar los 30 años del programa en la Región, con el cual construimos "valor compartido" tanto para Colgate Palmolive como para la sociedad. El éxito que hemos logrado con el programa nos hace ser optimistas en que los avances en la salud bucal son posibles, ¡y eso es algo por lo cual debemos sonreír!

Juntos, podemos crear un mundo lleno de sonrisas y futuros brillantes.

BRIGHT SMILES, BRIGHT FUTURES: COLGATE PALMOLIVE'S COMMITMENT TO CHILDREN



Francisco Muñoz | Vice President and General Manager, Colgate Palmolive Central America

Here at Colgate Palmolive we are committed to contributing to the communities we live and work in. That is why, as part of our Sustainability Strategy, we have in place our social responsibility program "Bright Smiles, Bright Futures" (SBFB, acronym in Spanish). The program intends to bring oral health education to children and their families in over 80 countries we have a presence in.

We believe that all children and their families have the right to a life full of healthy smiles. That is why we strive to bring a cavity-free future to 2 billion children around the world as part of our mission to eradicate the most widespread chronic illness in the world, tooth decay. When left untreated, they may cause pain and discomfort, damage self-esteem and quality of life and negatively impact attendance to school and more. Our mission is to bring oral health education, free-of-charge dental check-ups and treatment recommendations to those who need them the most.

The cornerstone of our program is our renowned oral health studies plan. It was developed by global experts; the multicolored educational material helps to enlighten children on how to maintain healthy teeth and gums. In some countries the program's material is even part of the permanent school curriculum. Our main goal is working jointly with Teachers, Dentists, health promoters and community leaders to help to improve oral health among children all around the world.

The Bright Smiles, Bright Futures program promotes 6 key initiatives:

1. At school: We partner with educational centers and Health and Education Ministries to organize classes on oral health and provide oral hygiene products.
2. Relationships with the community: In some

countries, the SBFB program has mobile units that travel to rural areas to provide oral health education, free dental exams and treatment referrals for children.

3. Integrated Marketing communication: Some of our commercial partners like Walmart get involved in the program with consumers in their stores and online platforms.
4. Professional Associations: Colgate partners with Dentistry professionals and also with non-profit organizations (NGOs) to expand the reach of education on oral health in each country.
5. Digital: All our educational material can be found on digital platforms, including downloadable guidelines for Teachers, storybooks, posters, brochures, videos, songs, oral health games, among others.
6. Employees commitment: Here at Colgate Palmolive we involve our employees in the program "Bright Smiles, Bright Futures", giving them the opportunity to become volunteers in the communities, or rather to teach their families about oral health.

The work carried out through these initiatives, as well as the alliances with the education sector, parents, professionals, academic institutions, government and non-profit organizations such as Alliance for a Cavity-Free Future (ACFF), American Dental Association, Global Child Dental Fund, National Dental Association and Save the Children, among others have been key to achieving excellent results. Since 2018, we have reached over 17 million children in Central America out of which 5 million have been reached through these alliances.

In addition, we have been working with public and private schools, as well as government organizations in Central America in order to implement mandatory brushing after meals with

the aim of establishing good oral health habits in children at an early age.

Here at Colgate Palmolive we are always seeking continuous improvement and last year was no exception, the global pandemic notwithstanding, as we redesigned the way of doing things to find solutions and alternatives that would allow us to continue with our program.

During the pandemic in Central America the program brought oral health and brushing techniques to children through virtual chats from Dr. Muelitas. Similarly, educational information was promoted through the Central America YouTube channel and other social media channels, as well as guidelines through massive communication media such as television. With these efforts over 4.5 million children were reached throughout the Central American region in 2020.

Moreover, committed to caring for the communities where the company has a presence in, Colgate Palmolive Central America, through its program Safe Hands, joined efforts with the Save The Children Guatemala organization to donate over 500 thousand soap bars to more than 125,000 Guatemalans affected by the COVID-19 emergency, emphasizing the importance of the correct way of washing one's hands, so essential during this pandemic.

In 2021, we are proud of celebrating 30 years of the program in the region with which we built "shared value" for both Colgate Palmolive and society. The success we have achieved with the program makes us optimistic to the fact that progress in oral health is possible, something really worth smiling about!

Together, we can create a world filled with smiles and bright futures.





GUATEMALA, EL PAÍS DEL EMPRENDIMIENTO



Luis Arturo Ramírez | Coordinador de Asuntos Corporativos, Walmart México y Centroamérica



En el año 2020 la pandemia generada por el COVID-19 sorprendió al mundo, las nuevas restricciones, el distanciamiento social y el cierre de fronteras golpeó económicamente a varios países, y Guatemala no fue la excepción, ya que según el informe de la Unidad Económica del Comité Coordinador de Asociaciones Agrícolas, Comerciales, Industriales y Financieras (Cacif) indicó, que entre abril y la primera semana de julio del 2020, se perdieron más de 100 mil empleos, y entre los sectores con más pérdida de empleos se encontraban:

- Comercio con 28%, equivalente a 29 mil 106 empleos perdidos.
- Agro con una caída de 21.8%, que se resume en 22 mil 708 empleos.
- Hoteles y restaurantes con un 13.4%, lo cual significó una pérdida de 13 mil 932 empleos.

Ante la pérdida de empleo y la reducción de salarios, muchas personas buscaron alternativas para poder continuar generando ingresos, y esto lo confirmaron los resultados que se obtuvieron del estudio del Monitor Global de Emprendimiento 2019-2020 y del décimo Reporte Nacional de Emprendimiento para Guatemala, elaborado por el Centro de Emprendimiento Kirzner, de la Universidad Francisco Marroquín (UFM); donde el 38% de entrevistados dijeron conocer a más de cinco personas que abrieron negocios. Otro de los datos que resaltó, es que uno de cada tres emprendedores

mejoró sus expectativas de crecimiento durante la pandemia.

Las Pymes como eje del desarrollo del país

Walmart tiene como compromiso ser una empresa regenerativa, redoblando esfuerzos para garantizar la sostenibilidad ambiental, así como el crecimiento social y económico de las poblaciones donde opera.

Gracias a este compromiso que tiene como compañía, ha creado distintos programas de apoyo para las PyMEs, entre ellos Una Mano Para Crecer, que apoya el desarrollo de los pequeños y medianos proveedores locales y que forman parte de la cadena de supermercados. Otra de las iniciativas es el proyecto Cadenas de Valor, que inició en 2019 con el objetivo de fortalecer a 20 PyMEs proveedoras de la cadena, lideradas por mujeres y su ejecución fue posible gracias a la alianza entre Walmart y el Proyecto Creating Economic Opportunities – CEO- de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional -USAID- para la ejecución de las capacitación y metodología. Posteriormente en el 2020, se firmó una carta de entendimiento entre Walmart y USAID para dar continuidad al proyecto en apoyo a más PyMEs proveedoras, confirmando un segundo grupo de 18 empresas, lideradas por hombres y mujeres, que inició el proceso de capacitaciones en junio de ese mismo año y cuyo financiamiento estuvo a cargo de USAID.



En un inicio, el proyecto Cadenas de Valor enfocó sus esfuerzos en brindar seguimiento especializado e identificar las necesidades de cada una de las PyMEs, pasando desde lo legal, administrativo, hasta el área de finanzas. Posteriormente, surgió la necesidad de brindar apoyo en marketing digital, por lo cual la compañía decidió integrarlo al programa para fortalecer en esta área a los emprendedores de las empresas participantes.

Esta última decisión fue indispensable, ya que el tema de la digitalización creció durante la pandemia, puesto que según un artículo de Prensa Libre que cita a Kantar, una firma dedicada al estudio de mercados, el 20% de guatemaltecos compró productos de consumo masivo a través de teléfono, redes sociales, WhatsApp o páginas en internet en el período de cierre; es decir, creció 19 puntos porcentuales versus el mismo período del año pasado. Además, con el objetivo de impulsar a los proveedores locales, Walmart apoya a los emprendedores por medio de reportajes en medios de comunicación, así como exposición en puntos de venta.

Los emprendedores que forman parte de estos programas enfrentaron distintos desafíos durante la pandemia como la significativa disminución en ventas, problemas de empaque debido al cierre de los países, lo cual atrasaba el ingreso de productos exportados, sin embargo, con la guía y asesoría que

recibieron de Walmart, implementaron políticas de austeridad en sus empresas, estudiaron nichos de mercado y desarrollaron nuevos productos para adaptarse a los cambios que los consumidores estaban experimentando desde sus hogares; muchos de ellos crecieron durante la crisis gracias a las nuevas estrategias implementadas, lo cual les permitió generar empleos.

A la fecha, Cadenas de Valor ha impulsado a 38 PyMEs, mismas que han recibido apoyo para las distintas fases que incluye el proyecto. Así mismo, dentro de la capacitación, Walmart ha integrado temas de sostenibilidad, orientando a las PyMEs la visión de lograr un planeta más verde, a través del cuidado de los recursos naturales.

Para Walmart de México y Centroamérica, el apoyo a pymes es uno de los ejes económicos más importantes, es por esto que la compañía enfoca muchos de sus programas en este sector, donde existen muchos emprendedores guatemaltecos que cuentan con ideas innovadoras que solo necesitan un lugar donde puedan ser escuchados y apoyados, emprendedores que sueñan con un futuro mejor para sus familias, en un mercado donde las PyMEs cada día cobran fuerza y son un pilar fundamental para la economía del país.

Referencias:

- Gándara N. (21 de agosto, 2020). Coronavirus: ¿Cuánto creció el comercio electrónico en Guatemala durante días de cierre? Prensa Libre. <https://www.prensalibre.com/economia/coronavirus-cuanto-crecio-el-comercio-electronico-en-guatemala-durante-dias-de-cierre/>
- Gándara N. (24 de diciembre 2020). Resumen 2020: Emprendimiento ganó terreno durante la pandemia. Prensa Libre. <https://www.prensalibre.com/economia/resumen-2020-emprendimiento-gano-terreno-durante-la-pandemia/>
- Vi S. (21 de diciembre 2020). Expectativas de empleo 2021 son alentadoras para Guatemala. República <https://republica.gt/2020/12/21/empleo-en-guatemala-202-expectativas-favorables/>

GUATEMALA, THE COUNTRY OF ENTREPRENEURSHIP



Luis Arturo Ramírez | Corporate Affairs Coordinator, Walmart Mexico and Central America

The pandemic generated by COVID-19 in 2020 took the world by surprise, new restrictions, social distancing and the closing of borders struck economically several countries and Guatemala was not an exception since, according to the report prepared by the Coordinating Committee of Agricultural, Commercial, Industrial and Financing Associations (CACIF, acronym in Spanish) more than 100,000 jobs were lost between April and the first week of July in 2020. Some of the sectors with the greatest numbers in lost jobs are the following:

- Commerce, with 28%, or 29,106 lost jobs.
- Agriculture, with a drop of 21.8%, or 22,708 jobs.
- Hotels and restaurants, with 13.4%, which meant a loss of 13,932 jobs.

In the face of job losses and reduction of salaries, many people sought out alternatives to keep on generating income, which was confirmed by the report prepared by the Global Entrepreneurship Monitor 2019-2020 and the 10th National Entrepreneurship in Guatemala Report from the Kirzner Entrepreneurship Center at Universidad Francisco Marroquín (UFM), where 38% of interviewees said to know more than five people who started up businesses. Another significant finding was that one out of three entrepreneurs improved their growth expectations during the pandemic.

SMEs as a development axis for the country

Walmart is committed to being a regenerative company, redoubling efforts in order to ensure environmental sustainability, as well as social and economic growth for people wherever it operates.

Thanks to this commitment as a company, it has created different support programs for SMEs such as Una Mano Para Crecer (One Hand

for Growth), that supports the development of small and medium local suppliers that are part of the supermarket chains. Another initiative is the project Cadenas de Valor (Value Chains) that got started in 2019 with the aim of strengthening 20 chain supplying SMEs led by women, whose execution was made possible thanks to the alliance between Walmart and the project Creating Economic Opportunities (CEO) from the U.S. Agency for International Development (USAID) to implement training and methodology. Later in 2020, a letter of understanding was signed between Walmart and USAID to give continuity to the project and support more supplying SMEs, confirming a second group of 18 companies led by men and women which started the training process in June of that year financed by USAID.

In the beginning, the Value Chains Project focused its efforts on providing specialized monitoring and identifying the needs of each SME, covering legal, administrative and financial issues. Later, the need to support digital marketing matters arose, which prompted the company to integrate it to the program to strengthen the entrepreneurs from participating companies in this area.

This last decision was essential since the issue of digitization became more important during the pandemic. According to an article from Prensa Libre that quotes Kantar, a firm dedicated to market research, 20% of Guatemalans bought massive consumption products by phone or through social networks, WhatsApp or websites at the closure period, that is, a 19% growth when compared to the same period last year. Additionally, with the aim of promoting local suppliers, Walmart supports entrepreneurs through news reports in the media, as well as exposure at points of sale.

The entrepreneurs that take part in these



programs have faced different challenges during the pandemic such as the significant reduction in sales and packaging problems due to the closure of borders which delayed the entry of export products. However, with the guidance and advice they received from Walmart, they implemented austerity policies in their companies, evaluated market niches and developed new products to adapt to the changes consumers were going through at home. Many of them grew during the crisis thanks to the new strategies implemented, which allowed them to generate jobs.

To date, Value Chains has promoted 38 SMEs which have been supported along the different stages that are included in the

project. Also, within the training, Walmart has integrated sustainability issues guiding SMEs towards the vision of achieving a greener planet by caring for natural resources.

For Walmart Mexico and Central America, the support to SMEs is one of the most important economic axes which is why the company focuses many of its programs on this sector, where there are many Guatemalan entrepreneurs with innovating ideas who only need a place to be heard and supported, entrepreneurs who dream about a better future for their families in a market where SMEs get stronger every day and they are an essential pillar for the country's economy.



NEARSHORING: LA GRAN APUESTA DEL SECTOR EMPRESARIAL



Manuel Gordo | CEO



La industria de los Contact Centers en Latinoamérica es relativamente joven. Aunque en la India la tercerización comienza en la década de los ochenta, es hasta los primeros años del siglo XXI que esta se hace presente en nuestra región. Esto debido al poco conocimiento en el idioma inglés. Con el comienzo de operaciones de las primeras empresas y la réplica en distintos países, se genera el ejercicio de oferta y demanda que han llevado a la industria a ser lo que es hoy: una gran generadora de empleos en la región.

La contribución de esta industria a los países en los que opera no se limita necesariamente a los empleos, ya que su operación requiere de inversiones fuertes en diferentes industrias como la construcción, las telecomunicaciones, y la educación. En países como Guatemala, en donde las cifras de desempleo son realmente alarmantes, la industria de tercerización de servicios permite a un gran porcentaje de la población

optar por empleos formales. Los mismos, son de alto impacto a la economía familiar de las personas que lo componen. Es interesante el desplazamiento social de los individuos cuando logran obtener un salario muy por encima del salario mínimo. Esto brinda oportunidades de desarrollo a miles de jóvenes que tal vez no cuentan aún con los estudios necesarios para optar a otro tipo de trabajos, pero necesitan los recursos para el sustento de sus familias y de ellos.

Los beneficios para las empresas que tercerizan sus servicios como el servicio al cliente, ventas, entre otros, les permite enfocarse en su negocio central y alcanzar sus objetivos principales, mediante un equipo externo que se encarga de atender y cuidar a sus clientes.

El nearshoring ha permitido a países como Estados Unidos, encontrar eficiencia y bajo costo en países



de Latinoamérica. Parte de la eficacia que logran las empresas, viene de la facilidad de contratación (mayor demanda de trabajo) y la baja rotación del personal, cuya diferencia es abismal si comparamos operaciones dentro de Estados Unidos. Las ventajas del nearshoring en países como Guatemala son evidentes: comparte con América Latina horarios similares, la proximidad física permite que los clientes viajen y tengan reuniones cara a cara con sus proveedores, existe mayor afinidad cultural y de idioma, además de que la región tiene ya una plataforma de servicios de tecnología bastante madura, capaz de ofrecer calidad aún a bajo costo (por las diferencias cambiarias y el costo de la vida, principalmente).

Durante los 15 años de experiencia en el cambiante mundo de los Contact Centers, hemos podido vivir la evolución que ha tenido la industria de tercerización

de servicio al cliente, en donde cada vez ha sido menos visible la barrera que nos etiqueta como cliente contratista y empresa prestadora de servicios. El éxito de este tipo de servicios es cuando hay una verdadera fusión entre cliente y proveedor, que coseche una relación de largo plazo. Esto sucede cuando dicha relación está basada en confianza, transparencia, comunicación, cultura compartida y trabajo en equipo. Esta estrategia de trabajo nos ha ayudado como Allied Global a crecer a lo largo de los años de la mano muchos de nuestros clientes. Cuando se logra esta unión con ellos, logramos el aprendizaje en conjunto. Por medio de la investigación y data obtenida durante la atención directa de los usuarios, logramos migrar del Customer Service al Customer Experience ofreciendo una mejor experiencia al usuario final. Dando como resultado un beneficio no solo a nosotros como empresa, sino que principalmente, a nuestro cliente.

NEARSHORING: THE GREAT BET FROM THE BUSINESS SECTOR



Manuel Gordo | CEO

The contact center industry in Latin America is relatively young. Although outsourcing started in India in the 80s, it was not until the first years of the 21st century that it showed up on our shores due to the scarce talent with knowledge of the English language. With the start of operations of the first companies and the other countries following suit, the offer and demand that have taken the industry to what it is today, a great generator of jobs, were created.

The contribution of this industry to the countries where it operates is not necessarily limited to jobs since its operation requires strong investment in different industries like construction, telecommunication and education. In countries like Guatemala, where unemployment figures are really alarming, the outsourcing industry allows a great percentage of the population to aspire for formal jobs that have a high impact on the family economy of the people who are part of it. It is interesting to see the social shifting of people who secure a salary way above the minimum wage. This brings development opportunities to thousands of young people who may still lack the necessary studies to aspire for other types of jobs but need the income for their and their families' livelihood.

The benefits for companies that outsource their services such as customer service, sales and others, allow them to focus on their core business and reach their main goals, while an external team is in charge of helping and caring for their customers.

Nearshoring has allowed countries such as the US to find efficiency and low costs in Latin American countries. Part of this efficiency that companies achieve comes from the ease of hiring (higher

demand for work) and the low staff turnover whose difference is abysmal when we compare operations within the United States. The advantages of nearshoring in countries like Guatemala are evident: It shares similar time zones with Latin America, the physical proximity allows customers to travel and have face-to-face meetings with their suppliers, there is greater cultural and language affinity, in addition to the fact that the region already has a platform of technology services quite mature, capable of offering quality at a low cost (mainly due to currency exchange differences and the cost of living).

During the 15 years of experience in the changing world of Contact Centers we have been able to witness the evolution that the Customer Service outsourcing industry has had, where the barrier that labels us as a contracting customer and service providing company has been less and less noticeable.

The success of this type of services occurs when there is a true symbiosis between customer and supplier that yields a long-term relationship. This happens when the relationship is based on trust, transparency, communication, shared culture and teamwork. This work strategy has helped us at Allied Global to grow over the years arm in arm with many of our customers. When synergy is achieved with them, we achieve joint learning, where through research and data gathered during direct service to users, we manage to move from Customer Service to Customer Experience, providing a better experience to the final user, which benefits not only us as a company but mainly our customers.





¿EL NEARSHORING O EL ALLY-SHORING, PODRÁ GUATEMALA APROVECHARLA?



Melanie Müllers, Ph.Dc.



Nuestro país posee grandes ventajas competitivas, entre ellas proximidad con el mercado más grande del mundo, mano de obra joven, una base productiva manufacturera y mucha experiencia en sectores clave.

El término nearshoring se deriva de offshoring, el mecanismo por el cual una empresa transfiere sus procesos de negocio o de tecnología a terceros ubicados en destinos lejanos, con el fin de reducir costos. Guatemala cuenta con una enorme oportunidad ante la tendencia de ally-shoring en los sectores automotriz, aeroespacial, defensa, telecomunicaciones, dispositivos médicos, conductores y chips.

Según datos de la Asociación de Zonas Francas de Guatemala (Azofragua) de 282 empresas en Zonas Francas actualmente tan solo existen 172; generaron 15,567 empleos pero se perdieron muchos empleos después del decreto 19-2016 por otorgar beneficios fiscales específicamente a la industria de vestuario, textil, call centers y desarrollo de software.

Un estudio a nivel mundial analiza el retorno de



inversión en los países por las actividades de zonas francas. En Guatemala, que se estima que por cada Q1 invertido en una zona franca se generan Q3 en la economía del país.

Un estudio reciente de la International Data Corporation (IDC), la empresa global de inteligencia de mercado en el campo de la tecnología, indicó que “América Latina ofrece al mercado norteamericano una combinación única de proximidad geográfica y socios con capacidades desarrolladas en Customer Relationship Management en Business Process Outsourcing (CRM-BPO), y con la experiencia suficiente para dar servicios de calidad a sus clientes.” Entre los países con mayor potencialidad destacan México, Guatemala y El Salvador.

A pesar del impacto negativo de la pandemia de Covid-19 en la economía latinoamericana, IDC, informó un crecimiento positivo al cierre de 2020, de 5.5% y pronosticó que seguirá creciendo para

2021, con una estimación promedio anual de 7.7%. Este desarrollo se da porque la industria de TI es ahora parte importante de los cambios en la pandemia Covid-19, a diferencia de recesiones pasadas, las inversiones en tecnologías no se desaceleraron.

En los últimos 20 años, Guatemala ha dado pasos trascendentales hacia la Industria del Outsourcing y tiene todo el potencial para ser uno de los oferentes nearshore más competitivos y atractivos de la región.

Con estrecha alianza de Guatemala y el Tratado de Libre Comercio con los EE.UU., la fuerza laboral joven y educada, el apoyo del gobierno a la inversión extranjera y la prometedora oferta de la industria de tecnología de información (TI) en Guatemala, la convierte en un país atractivo de nearshoring para las empresas estadounidenses. ¿Podremos aprovecharla?

NEARSHORING OR ALLY-SHORING: WILL GUATEMALA BE ABLE TO TAKE ADVANTAGE OF IT?



Melanie Müllers, Ph.Dc.

Our country has great competitive advantages such as proximity to the largest market in the world, a young workforce, a productive manufacturing foundation and considerable experience in key sectors, among others.

The term “nearshoring” derives from “offshoring”, the mechanism through which a company transfers its business or technology processes to third parties located in offshore locations, in order to reduce costs. Guatemala has an enormous opportunity in the face of the ally-shoring trend among the automotive, aerospace, defense, telecommunication, medical instruments, conductors and chips sectors.

According to data from Free Zones Association of Guatemala (AZOFRAGUA, acronym is Spanish), from a previous number of 282 businesses in the Free Zones, there are only 172 currently and although 15,567 jobs were generated a lot of them were lost after decree 19-2016 came into effect, granting fiscal benefits to the garments, textile, call centers and software development industries.

A worldwide study analyzes the return of investment

in free zones activities in all countries. It is estimated that in Guatemala, for each Q1 invested in a free zone, Q3 is generated for the country's economy.

A recent study from International Data Corporation (IDC), the global market intelligence company in the technology field indicated that “Latin America offers the North American market a unique combination of geographical proximity and partners with developed skills in Customer Relationship Management in Business Process Outsourcing (CRM-BPO), with the appropriate expertise to provide quality service to its customers.” Mexico, Guatemala and El Salvador are among the countries with the greatest potential.

Despite the COVID-19 pandemic's negative impact on the Latin American economy, IDC reported a 5.5% positive growth at the end of 2020 and forecasts a continuous growth for 2021 at an estimated 7.7% annual average. This development derives from the IT industry being now an important part in the changes caused by the COVID-19 crisis, unlike past recessions when investment in technologies did not slow down.

In the past 20 years, Guatemala has taken major steps towards the Outsourcing Industry and it has all the potential to become one of the most competitive and attractive nearshoring offering parties in the region.

A close alliance of Guatemala with the Free Trade Agreement with the US, the young and educated workforce, the government's support to foreign investment and the promising IT offer in the country make Guatemala an attractive place for nearshoring for US companies. Can we seize the moment?





NEARSHORING: ¿POR QUÉ COSTA RICA Y NO GUATEMALA?



Trevor Clayton | Presidente,
International Business Academy



La perspectiva de un empresario extranjero con compañías en ambos países nos brinda su experiencia y razonamiento de por qué la mayoría de las compañías prefieren a los “ticos” sobre los “chapines” cuando se trata de reducir los costos.

Nearshoring, Outsourcing, Offshoring y Servicios Compartidos... ¿Cuál es la diferencia? De hecho, no hay una diferencia grande en mi opinión y ya que solo dispongo de un espacio limitado para escribir, trataré de resumirlo para ustedes tan breve y precisamente como me sea posible. Reducción de costos. Espero que no haya sido demasiado largo para ustedes.

Las compañías han usado y continuarán usando estas prácticas de negocios para transferir, reubicar y compartir actividades operacionales y procesos de negocios fuera de su país base si esto significa que pueden ahorrar dinero, y ¿quién puede culparlos?

Mi pregunta para usted, lector, es por qué compañías de la talla de Amazon, HP, Pfizer, Bridgestone, Cargill, Accenture, etc., para nombrar algunas, favorecen a Costa Rica como su punto de destino para “reducir costos”. ¿Es Costa Rica

Referencias:

• <https://www.delineandoestrategias.com.mx/el-futuro-de-recursos-humanos-en-la-nueva-realidad>



menos cara que Guatemala? ¿Son más bajos los impuestos en Costa Rica? ¿Es el Capital Humano superior en Costa Rica? ¿Y qué decir del dominio del idioma inglés en cada país? En mi calidad de empresario extranjero en dichos países me gustaría darles mi **perspectiva** de por qué la mayoría de compañías prefieren a los “ticos” sobre los “chapines” cuando se trata de reducir costos.

La confianza que se deriva de los medios de comunicación es desde mi punto de vista la razón principal de por qué las compañías escogen a Costa Rica y no a Guatemala como “pareja de baile”. Durante décadas, los medios internacionales de comunicación han puesto a Costa Rica en un pedestal debido a su simple modo de vida plasmado en su lema “pura vida”, sus exóticas playas de arena blanca y su estilo de vida de “paraíso descubierto” mientras que al mismo tiempo se refieren a Guatemala con incertidumbres, corrupción, impunidad, injusticia,

violencia, violaciones a los derechos humanos, extrema desnutrición, etc., etc., etc. Los accionistas de las compañías quieren y exigen certidumbre. Necesitan poder confiar en que su negocio permanecerá intacto y funcionará como lo haría si sus prácticas se realizaran “en casa”.

Para finalizar, puedo compartir con ustedes que teniendo la misma compañía tanto en Guatemala como en Costa Rica puedo proporcionarles mi perspectiva que los impuestos son más bajos en Guatemala, los salarios por el mismo trabajo son casi el doble en Costa Rica y el dominio del inglés es muy superior en Guatemala. Con todo esto que se ha dicho, y por supuesto, contando con los actores competentes y adecuados tanto en el sector público como en el privado, Guatemala podría muy bien surgir como el punto de destino para futuras oportunidades de negocios.

NEARSHORING: WHY COSTA RICA AND NOT GUATEMALA?



Trevor Clayton | President, International Business Academy

A foreign entrepreneur's perspective with companies in both countries gives his experience and rationale as to why most companies favor the "Ticos" rather than the "Chapines" when it comes to cost reduction.

Nearshoring, Outsourcing, Offshoring and Shared Services... what is the difference? In my opinion, not too much actually and as I only have a limited amount of space to write I will try to sum it up for you as short and accurate as I can. Reduction of costs. I hope that wasn't too long for you.

Companies have used and will continue to use these business practices to transfer, relocate, share operational activities and business processes outside of their base country if it means they can save money, and who can blame them?

My question to you the reader is why do companies as the likes of Amazon, HP, Pfizer, Bridgestone, Cargill, Accenture, etc. to name a few prefer Costa Rica as their destination spot to "reduce costs?"

Is Costa Rica less expensive than Guatemala? Are taxes lower in Costa Rica? Is the Human Capital superior in Costa Rica? What about the proficiency of English in each country? As a foreign Entrepreneur in each of the said countries I would like to give you my **perspective** as to why most companies favor the "Ticos" rather than the "Chapines" when it comes to cost reduction.

Trust that has been derived by the media in my point of view is the main reason why companies prefer Costa Rica rather than Guatemala when picking a partner to "dance with." For decades, international media has put Costa Rica on a pedestal for their "pura vida" simple way of life, their white sandy exotic beaches, their "paradise found" lifestyle while at the same time referring to Guatemala with uncertainties, corruption, impunity, injustice, violence, human rights violations, extreme malnutrition, etc. etc. etc. Shareholders in companies want and demand **certainty**. They need to be able to trust that their business will remain intact and function like it would if their practices were still be conducted "at home."

Finally, I can share with you that having the same company in both Guatemala and Costa Rica I can give you my perspective that taxes are lower in Guatemala, salaries are nearly double in Costa Rica for the same work and finally while Human Capital is plentiful in both countries, English proficiency in Guatemala is much greater. With all of this being said and of course with the right competent players in place in both the public and private sector, Guatemala could very well emerge itself as being the destination spot for future business opportunities.





NEARSHORING: LA OPORTUNIDAD PERFECTA PARA CENTROAMÉRICA



Manuel Morales | Estratega Digital



El nearshoring, también conocido en la actualidad como Staff Augmentation, es el proceso mediante el cual una empresa presta sus servicios a otras compañías ubicadas en puntos geográficos cercanos al país contratante.

En un mundo globalizado como el nuestro, el nearshoring se convierte en la oportunidad perfecta para crecer a nivel empresarial más allá de nuestros muros geográficos.

Según un análisis realizado por el Oxford Business Group, los efectos económicos causados por la pandemia generaron un crecimiento a nivel de subcontratación de servicios externos a través del nearshoring. Esto se debe a que se ha acelerado el cambio entre las distribuciones económicas, sociales y tecnológicas en el mundo. Es aquí donde entra nuestra región puede ofrecer sus servicios con una mano de obra más accesible, pero con altos estándares de calidad, que resulta muy atractiva para el resto de los países.

En IdeaWorks International ofrecemos servicios de



Staff Augmentation a clientes de países cercanos, a través de una estrategia de outsourcing. Esto permite el crecimiento de los departamentos de IT y Marketing por medio de la subcontratación de personal especializado trabajando de manera 100% dedicada a la marca. A partir de esto nos hemos dado cuenta que existe una oportunidad de crecimiento en este mercado, especialmente porque hay variables que resultan atractivas como la mano de obra especializada en temas digitales. Esta área en específico crecerá un 7.7% para finales del 2021 según proyecciones del International Data Corporation y junto a esto, la demanda de personal con este tipo de conocimientos. Todo causado por la globalización y una mayor necesidad de adaptarse de manera rápida a los cambios que esto conlleva.

Sin embargo, existen una serie de desafíos que como región debemos tomar en cuenta para aprovechar el potencial del nearshoring. El reto principal es mejorar la infraestructura digital porque esto será un elemento clave para el éxito de cualquier servicio. Los avances digitales permitirán, en gran manera, el éxito de cualquier operación que se esté realizando. Por otro lado, es importante tomar en cuenta la prioridad de generar personal calificado, y esto se resuelve por medio de los avances a nivel de educación en la región.

En Ideaworks creemos en el potencial que tiene Centroamérica para ser líder dentro del panorama del nearshoring y estamos listos para ayudar a las empresas a dar este paso importante que juega un rol dentro de la economía de la región.

Referencias:

- Industria de TI en AL cerrará el 2020 con crecimiento de 5.5%: IDC. (2020).
- Arévalo, E. (2020). Staff augmentation: estrategia de outsourcing que implementan las empresas - Accion Point.

NEARSHORING: THE PERFECT OPPORTUNITY FOR CENTRAL AMERICA



Manuel Morales | Digital Strategist

Nearshoring, also known today as Staff Augmentation, is the process through which a company provides its services to other companies located at geographical sites near the contracting country.

In a global world such as ours, nearshoring becomes the perfect opportunity to grow at a business level beyond our geographical boundaries.

According to a report carried out by Oxford Business Group, the economic effects caused by the pandemic generated growth in external services outsourced through nearshoring. This is due to the acceleration of change among economic, social and technological distributions worldwide. Now is when our region can offer its services with more accessible labor with high quality standards which makes it attractive to the rest of the countries.

Here at IdeaWorks International we provide Staff Augmentation services to customers from nearby countries through an outsourcing strategy. This allows the IT and Marketing departments to grow through the outsourcing of specialized staff working at 100% dedicated to the brand. From this we have realized that there is a growth opportunity in this market especially because there are variables that turn out to be attractive such as specialized labor in digital matters. Specifically, this area will have grown around 7.7% by the end of 2021 according to projections from International Data Corporation and as a result the demand for workers with this type of knowledge will also grow. All of this was caused by globalization and a greater need to adapt quickly to what these changes entail.

However, there are a series of challenges that we have to face as a region in order to take advantage of nearshoring's potential. The main challenge is improving the digital infrastructure for this will be a key element for any successful service. Digital progress will largely allow the success of any ongoing operation. On the other hand, it is important to take into account the priority of generating qualified staff which is solved by the progress of education in the region.

Here at Ideaworks we believe in the potential Central America has to become a leader in the nearshoring scene and we are ready to help companies to take this important step that plays an important role in the region's economy.





TRABAJANDO POR EL CRECIMIENTO DEL TEJIDO EMPRESARIAL Y EL DESARROLLO SOCIAL



Jorge Galeano | Director Nacional



Constantemente nos dicen que no hay empresas exitosas en sociedades fallidas, por eso para World Vision es igual de importante trabajar por y con las empresas para lograr un verdadero desarrollo social.

El último año nos ha dejado grandes retos, uno de ellos es la reactivación económica. ¿Cómo ayudar a las comunidades a reconstruirse tras meses de confinamiento y zozobra? Esta ha sido una pregunta constante en World Vision y que ha impulsado la redirección de algunos de nuestros proyectos y el inicio de otros. Lo que hemos tenido siempre claro es que el componente clave son las empresas.

Sabemos que el desarrollo social y la fortaleza económica están directamente relacionados con un tejido empresarial, sano, dinámico e innovador. Por ello las primeras medidas que tomamos para mitigar los efectos económicos negativos de la pandemia por Covid-19 fue lanzar la Feria de Microproyectos. Esta experiencia nos permitió reforzar a micro y pequeñas empresas locales de Chiquimula, Totonicapán, Huehuetenango,



San Marcos y Guatemala, pero también a emprendedores que en plena epidemia decidieron lanzarse al campo empresarial.

Esto nos llevó a otro elemento clave del capital empresarial: la mano de obra calificada. La productividad está directamente relacionada con el desempeño de los trabajadores, por ello dotar a las empresas con personal que cuente con habilidades blandas y mejor preparado técnicamente fue otro de los enfoques que hemos dado a la reactivación económica.

A través de nuestros programas Magma, Proyecto Puentes y Jóvenes Súper Pilas, miles de participantes han mejorado su autoconocimiento, la inteligencia emocional, el fortalecimiento de valores, habilidades de comunicación y la capacidad de relacionamiento empático.

Competencias que potencian su desempeño laboral.

Y con estos proyectos buscamos impactar doblemente al sector empresarial, primero al capacitar a los jóvenes los mantenemos alejados de la violencia y se evita la migración irregular hacia el extranjero y mejorando su capital humano con personas que pueden desarrollar su trabajo técnico con un buen nivel, pero que también pueden contribuir al entorno en el que se desenvuelven. Por lo tanto aportan más y son proactivos.

Invirtiendo en jóvenes y mujeres en el área rural estaremos motivando que se active la economía local, promoviendo que permanezcan en Guatemala y a la vez fortaleciendo el tejido empresarial e incentivando el desarrollo social.

WORKING FOR THE GROWTH OF THE BUSINESS FABRIC AND SOCIAL DEVELOPMENT



Jorge Galeano | National Director

We are constantly told there are no successful businesses in failed societies, which is why World Vision deems it important to work for and with companies to reach a true social development.

The past year has left us with great challenges, one of which is economic reactivation. How to help communities to rebuild themselves after months of confinement and uncertainty? This has been a constant question at World Vision which has caused the redirection of some of our projects and the start of others. What has always been clear to us is that the key component is companies.

We know that social development and economic strength are directly related to a healthy, dynamic and innovative business fabric. This is why one of the first steps we took to mitigate the negative economic effects of the COVID-19 pandemic was the launching of the Micro Projects Fair. This experience allowed

us to strengthen micro and small local businesses in Chiquimula, Totonicapán, Huehuetenango, San Marcos and Guatemala, as well as entrepreneurs who decided to enter the business world in the midst of the pandemic.

This led us to another key element of business capital: Skilled labor. Productivity is directly related to workers' performance which is why providing companies with more technically prepared staff with soft skills has been another approach to reactivate the economy.

Through our programs Magma, Proyecto Puentes (Bridges Project) and Jóvenes Súper Pilas (Super Smart Kids), thousands of participants have improved their self-knowledge and strengthened their values, communication skills and empathy capacity, competencies that boost their performance.

With these projects we aim at doubly impacting the business sector. By training young people we keep them away from violence and avoid irregular migration abroad, improving their human capital with people who can develop their technical skills to a good level but also being able to contribute to the environment they interact in and therefore, they contribute more and are proactive.

By investing in young men and women in the rural area we will be promoting the activation of the local economy, encouraging them to stay in Guatemala and at the same time, strengthening the business fabric and boosting social development.





LA FALTA DE DINERO NO ES EL IMPEDIMIENTO



Roger Cowan | Director Estratégico



Dinero en la forma de inversión extranjera directa (IED) puede contribuir a un desarrollo económico impresionante pero hay que competir con los demás países de la región para atraerlo. En el artículo se presenta el modelo ganador que la IED buscará.

Todo el dinero necesario y mucho más está potencialmente disponible para emprender un desarrollo económico verdaderamente impresionante en Guatemala. Se llama inversión extranjera directa (IED) y literalmente, hay miles de millones de dólares circulando en el mundo buscando nidos donde habitar.

El reto para Guatemala consiste en superar a todos los demás países de la región que trabajan activamente en atraer IED, porque están conscientes de los beneficios que se pueden obtener.

Este dinero no es patriota, turista ni mucho menos altruista. Es muy exigente y no puede ser tentado con bonitos discursos ni lindos paisajes. Tiene un olfato muy profesional para encontrar las mejores condiciones para su desarrollo.



Para atraer la IED es necesario ofrecer el mejor paquete de rentabilidad y menor riesgo en la región. Este paquete tiene que incluir: A) ZDEEPs o zonas francas que ofrecen exenciones de impuestos; B) Personal productivo calificado y no calificado a un salario competitivo. C) Costo bajo y rapidez de logística con apoyo de infraestructura moderna; D) Energía eléctrica barata y confiable; E) Competitividad en costo de terrenos y construcciones; F) Innovación y tecnología; G) Seguridad y certeza jurídica.

Para proveer estas condiciones, hay que crear grandes polos de desarrollo integral privados con ubicaciones estratégicas para beneficiar toda el área alrededor. Deben estar centrados en parques industriales suficientemente grandes para atraer clusters que son indispensables para nearshoring.

Deben tener una ciudad integral que ofrezca acceso fácil y rápido a todo lo necesario para el buen vivir. Proyectos de esta naturaleza deben

ser un componente clave del plan estratégico de Guatemala.

La tarea es posicionar a Guatemala internacionalmente como un hub para los mercados de Centroamérica y para nearshoring a los Estados Unidos aprovechando nuestra sobresaliente ubicación geográfica. Solamente los mercados internacionales tienen los volúmenes necesarios para atraer la IED.

El modelo ya existe. Se llama Michatoya Pacífico y se está desarrollando en el km. 72 de la carretera hacia Puerto Quetzal. Al replicarlo en otros lugares igualmente estratégicos, se podrá crear una nueva imagen del país y crear las condiciones propicias para este tipo de inversiones. El país entero y en especial millones de trabajadores y sus familias se beneficiarán. El momento es perfecto porque los Estados Unidos acaba de lanzar un proyecto de inversión para el Triángulo Norte con nombre "A Call to Action". Hay que actuar y aprovechar.

Referencias:

- Organisation for Economic Co-Operation and Development 2002
- Foreign Direct Investment for Development: Maximising Benefits, Minimising Costs.oecd.org
- Trang Thi-Huyen Dinh, Duc Hong Vo, Anh The Vo and Thang Cong Nguyen. 2019
- Foreign Direct Investment and Economic Growth in the Short Run and Long Run: Empirical
- Evidence from Developing Countries. Journal of Risk and Financial Management
- <https://www.researchgate.net>
- Asger S B Lauritsen. Asger S B Lauritsen. 2021. Nearshoring: The Future of Manufacturing
- May Be Closer to Home. linkedin.com
- Blackmer, S. 2021. How do FDI's Affect Economic Growth? First Law International. lexology.com

SHORTAGE OF MONEY IS NOT AN OBSTACLE



Roger Cowan | Strategic Director

Money as foreign direct investment (FDI) can contribute to an impressive economic development but in order to attract it we have to compete with the rest of countries in the region. The winning model FDI will seek is presented in this article.

All the necessary money and much more than that is potentially available to start a truly impressive economic development for Guatemala. It is called foreign direct investment (FDI), and there are literally billions of dollars circulating around the world looking for a place to settle down.

The challenge for Guatemala is to best the rest of the countries in the region that are actively working to attract FDI, because they are aware of the benefits they can obtain.

This money is not nationalistic, for tourism or much less altruistic. It is very demanding and cannot be lured away with nice speeches or beautiful landscapes. It has a keen professional business sense to find the best conditions in order to be developed.

To attract FDI it is necessary to offer the best

profitability package and the lowest risk in the region. This package must include: A) Special Economic Development Public Zones (ZDEEPs, acronym in Spanish) or free zones that offer tax exemptions; B) Productive qualified and unskilled labor at competitive salaries; C) Low costs and rapid logistics supported by modern infrastructure; D) Cheap and reliable electric power; E) Competitiveness in cost of land and buildings; F) Innovation and technology; G) Security and rule of law.

To provide these conditions, large private integral development poles with strategic locations must be created to benefit the entire surrounding area. They must be centered on industrial parks large enough to attract clusters that are indispensable for nearshoring. They must have an integral city that provides easy and fast access to all that is necessary for good living. Projects of this nature must be a key component of Guatemala's strategic plan.

The task at hand is to position Guatemala internationally as a hub for Central American markets and as a nearshoring spot for the US, taking advantage of our outstanding geographical location. Only international markets have the necessary volumes to attract FDI.

The model already exists. It is named Michatoya Pacífico and it is being developed at Km. 72 on the highway to Puerto Quetzal. By replicating it at other equally strategic places a new image for the country will be created as well as the favorable conditions for this type of investment. The entire country and especially millions of workers and their families will be benefited. The timing is perfect because the US has just launched an investment project for the Northern Triangle called "A Call to Action." We have to act now and take advantage of the situation.





LA GESTIÓN DEL CAMBIO EN TRECSA UN RETO QUE SE LOGRA CON UN ALTO DESEMPEÑO



Fabiola Flores | Líder de Gestión del Talento



Trecsa
Grupo Energía Bogotá

Con la llegada de la Pandemia del Covid-19, uno de nuestros mayores retos ha sido el proceso la implementación del Proyecto SAP S/4 HANA que forma parte de un objetivo estratégico de nuestra casa matriz, Grupo Energía Bogotá. El proyecto busca sentar las bases de la transformación digital, lo cual se ha venido trabajando desde el 2019.

En Trecsa estamos enfocados en el desarrollo de las competencias de liderazgo, especialmente en aquellas que habilitan el cambio dentro de la organización. Con esto, buscamos una cultura movilizadora del cambio y la innovación, en donde los cambios se gestionen de una forma más estructurada y acompañar a los líderes y las personas en su proceso de participación en los proyectos y de adopción de los cambios. Estamos convencidos que desarrollar competencias de cambio en la organización permite transitar de forma ágil, rápida y eficaz estas transformaciones con más probabilidad de tener éxito en los proyectos.

La definición de Gestión del Cambio tiene dos orientaciones que es importante aclarar: A nivel de un proyecto: Gestión de Cambio es la aplicación de un proceso estructurado y un conjunto de herramientas para liderar el lado humano del



cambio y alcanzar los resultados deseados. A nivel organizacional: una habilidad estratégica diseñada para incrementar la capacidad de cambio y de respuesta al mismo. Ambos conceptos importantes, con enfoques y esfuerzos que se apalancan de roles fundamentales en la gestión del cambio: Líderes ejecutivos, Expertos en Gestión de Cambio, Equipos de Proyecto, Gerentes y Supervisores y Colaboradores.*

Con la llegada de la Pandemia del Covid-19, uno de nuestros mayores retos ha sido el proceso la implementación del Proyecto SAP S/4 HANA que forma parte de un objetivo estratégico de nuestra casa matriz, Grupo Energía Bogotá. El proyecto busca sentar las bases de la transformación digital, lo cual se ha venido trabajando desde el 2019.

El avance en el proyecto ha sido gracias a la orientación y persistencia por parte de los

colaboradores para alcanzar los objetivos. Aun cuando enfrentábamos situaciones nuevas o diferentes, hemos tenido una gran disposición como respuesta, pero además, logramos el patrocinio ejecutivo activo y visible de la Alta Dirección, que sumado al compromiso y participación de los colaboradores, hoy estamos a un solo paso de la “salida en vivo” del proyecto.

La tarea no ha sido fácil, hemos enfrentado importantes retos a nivel organizacional y personal. Para nuestros colaboradores ha significado conciliar lo laboral con lo familiar, lo que se convierte en un esfuerzo invaluable. Quiero finalizar destacando la importancia de la empatía, el liderazgo, el diálogo y el trabajo colaborativo, así como la pasión por el logro, ser movilizador del cambio y la innovación, pero sobre todo; el compromiso generado en ambas vías.

CHANGE MANAGEMENT AT TRECSA: A CHALLENGE MET WITH A GREAT PERFORMANCE



Fabiola Flores | Talent Management Leader

After the arrival of the COVID-19 pandemic, one of our greatest challenges has been the process of implementing the SAP S / 4 HANA Project which is part of a strategic objective from our head office Grupo Energía Bogotá. This project aims at setting the foundations for digital transformation, which has been in progress since 2019.

Here at Trecca we are focused on the development of leadership competencies, especially those that enable change within the organization. By doing this we seek out a rallying change and innovation culture where change is managed in a more structured way, accompanying leaders and people along their process of participation in projects and implementation of changes. We are convinced that developing change competencies in the organization allows moving through these transformations in an agile, rapid and efficient way with likelier success in the projects.

The definition of Change Management has two directions that are important to clarify. At a project level, Change Management is the implementation of a structured process and a set of tools to lead the human side of change and reach the desired results. At an organizational level, it is a strategic skill designed to increase the capacity for change and the response to it. Both concepts are important with approaches and efforts leveraged on essential roles in Change Management such as Executive Leaders, Change Management Experts, Project Teams, Managers, Supervisors and Employees.*

After the arrival of the COVID-19 pandemic, one of our greatest challenges has been the process of implementing the SAP S / 4 HANA Project which is part of a strategic objective from our head office Grupo Energía Bogotá. This project aims at setting the foundations for digital transformation, which has been in progress since 2019.

The progress in the project has been made thanks to the guidance and perseverance from our employees to reach the objectives. Even when facing new or different situations, we have had great willingness as a response, but we have also secured executive, active and visible support from Top Management, which added to the commitment and participation from employees, have placed us just one step away from “going live” into the project.

The task has not been easy, we have faced significant challenges at organizational and personal levels. For our employees, it has meant to accommodate work and family life which becomes an invaluable effort. I would like to conclude by stressing the importance of empathy, leadership, dialogue and collaborative efforts, as well as the passion for achievement, rallying change and innovation, but above all, the generation of a two-way commitment.





Leadership Circle 2021





AMCHAM
GUATEMALA

AMERICAN CHAMBER OF COMMERCE

Conozca los beneficios de nuestra membresía.

La Cámara de Comercio Guatemalteco Americana -AmCham-, cuenta con más de 50 años de trayectoria, en los cuales ha buscado la promoción y fortalecimiento del comercio e inversión a través de actividades y servicios que brindan herramientas fundamentales y propositivas que apoyan al sector empresarial en Guatemala.

Para más información, comuníquese con:

Mariana Ramírez | (+502) 3010-0233
mramirez@amchamguatemala.com

Hillary Pérez | (+502) 3009-0379
hperez@amchamguatemala.com

Noticias y eventos en línea de AmCham Guatemala

AmCham Guatemala online news and events



Celebración de aniversario 50 Años

50th Anniversary Celebration



Acciones de EE. UU. contra la corrupción y el lavado de dinero: consecuencias para las inversiones, negocios y empresas.

U.S. actions against corruption and money laundering: implications for investments, businesses and companies.



Redescubriendo Estados Unidos

Rediscovering the United States

YouTube

Ver más

AGENDA JULIO

JULY AGENDA

Registro

6

Firma Acuerdo Interinstitucional
con la Comisión de Resolución
de Conflictos de la Cámara de
Industria de Guatemala –CRECIG–

15:30 p. m.

8

Ciber-Resiliencia: El Seguro
para la información de tu
Empresa

9:30 a. m.

21/23

Expo Empleo Nacional

8:00 a. m.

27

Riverbed: Maximizando el
rendimiento, la administración
y la visibilidad de redes y
aplicaciones

9:00 a. m.

28

Staff Augmentation: La
estrategia de outsourcing
que genera resultados para tu
empresa

9:00 a. m.

29

AMAZON: ¿Cómo funciona
Amazon? Maneras de vender,
lanzamiento de productos
guatemaltecos en la plataforma

9:00 a. m.



Inspirador. *inesperado.* Increíble.

El lugar ideal para planear tus eventos corporativos y convenciones.
Lleva a tu equipo a otro nivel llevándolos a un lugar diferente, inesperado.

oceaña
resort + conventions

www.oceana.com.gt · T. (+502) 7964-2900 · Iztapa, Km 6 a Monterrico

