



GLOBAL ENTREPRENEURSHIP NETWORK

TRAZAGO PROFESION PROPONER EJECUCION PASION INNOVADORA

ARTICULACION INVERSION ACTITUD CREACION

ECONOMIA NETWORKING VIDA CRECIMIENTO FRACASO

EMPREDEDORA ALIANZAS NEGOCIO FINANCIAMIENTO VALIDAR IDENTIDAD COACHING

MOTIVACION PROYECTO COSTA RICA NEGOCIO RIESGO FAMILIA

VINULO CREATIVIDAD CONSTRUIR COMPETENCIA INTERSECTORIAL

HABILIDADES NICHO EMPRENDIMIENTO SOCIAL EDUCACION

COLABORACION DEDICACION MENTALIDAD PASION HABILITADORES

CORAZON IDEA MERCADO CONEXIONES ESPIRITU

INSPIRAR ECOSISTEMA EMPRENDEDOR INTERNACIONAL

CULTURA IDEA DISCIPLINA PERSEVERANCIA

PERSEVERANCIA EXPERIENCIA SOBRESALIR OPORTUNIDADES CONFIANZA FUERZA

REPETICION IDEA INNOVACION AVION HISTORIA COOPERACION

PROTECCION ESCALABILIDAD MULTIDISCIPLINARIO CONVIVENCIA FRACASO IMPACTO GRATITUD



GUÍA PARA LA
CULTURA EMPRENDEDORA
EN COSTA RICA
VOL. 3

EMPREDEDORA INNOVACION MENTOR PASION INNOVADORA

TECNOLOGIA ARTICULACION INVERSION SISTEMAS PROPIEDAD

DESARROLLO GOBIERNO AMBIENTE INTELLECTO POSITIVISMO ACTITUD CREACION

ECONOMIA NETWORKING VIDA CRECIMIENTO FRACASO

EMPREDEDORA ALIANZAS NEGOCIO FINANCIAMIENTO VALIDAR IDENTIDAD COACHING

MOTIVACION PROYECTO COSTA RICA NEGOCIO RIESGO FAMILIA

VINULO CREATIVIDAD CONSTRUIR COMPETENCIA INTERSECTORIAL

HABILIDADES NICHO EMPRENDIMIENTO SOCIAL EDUCACION

COLABORACION DEDICACION MENTALIDAD PASION HABILITADORES

CORAZON IDEA MERCADO CONEXIONES ESPIRITU

INSPIRAR ECOSISTEMA EMPRENDEDOR INTERNACIONAL

CULTURA IDEA DISCIPLINA PERSEVERANCIA

PERSEVERANCIA EXPERIENCIA SOBRESALIR OPORTUNIDADES CONFIANZA FUERZA

REPETICION IDEA INNOVACION AVION HISTORIA COOPERACION

PROTECCION ESCALABILIDAD MULTIDISCIPLINARIO CONVIVENCIA FRACASO IMPACTO GRATITUD



Índice de capítulos

Universidad + emprendimiento	p.05
Fomento del emprendimiento desde la ciencia, tecnología, innovación y género	p.07
¿Transformación digital es igual a tecnología?	p.09
Activando el cambio social y a sus agentes	p.11
¿Cómo crear una organización género inteligente?	p.13
La innovación desde la responsabilidad social comunitaria.....	p.15
Descubrí los paradigmas de la innovación.....	p.17
Crear valor para el país a través de los Objetivos de Desarrollo Sostenible	p.19
Miedo, experiencia y roce internacional.....	p.21
¿Espíritu emprendedor?	p.23
Participación de las mujeres en las cadenas de valor de la agroindustria	p.25
Storytelling: más que narrar una historia	p.27
Fuentes de financiamiento para el emprendimiento	p.29
Incubación y aceleración en Costa Rica.....	p.31
Inversionistas de todos los tamaños y colores.....	p.33
Transformación digital obliga a las empresas a innovar.....	p.35
Reinvéntate como profesional y conquista al mundo.....	p.37
Procesos de acompañamiento en laboratorio	p.39
Competencias emprendedoras: herramientas esenciales desde la niñez	p.41
Inteligencia emprendedora (IE)	p.43
Acuerdo de socios	p.45
El futuro redefinido por emprendedores	p.47
Fracasar con propósito en esta 4ta revolución industrial	p.49
Testimonios y perfiles de emprendedores (Yo Emprendedor.- ALEI).....	p.51
Ecosistema de emprendimiento (ASECRI)	p.57
Glosario para emprendedores en CR.....	p.58



Introducción

De parte de Yo Emprendedor, anfitrión de la Semana Global de Emprendimiento (GEW) y la Red Global de Emprendimiento en Costa Rica (GEN) desde el año 2011.

Llegó la era de los emprendedores y los nuevos negocios trascendentes y escalables en Costa Rica.

Tras un extenso período de aprendizaje y constantes ajustes, finalmente el ecosistema de emprendimiento costarricense está listo para evolucionar y aprovechar el gran potencial con el que nuestro país cuenta hacia la innovación, el progreso social y la dinamización de la economía local.

Hoy el ecosistema y todos sus actores, incluyendo los emprendedores, se articulan mejor. Hay menos duplicidad de esfuerzos, más recursos tecnológicos, menos barreras sociales y egocentrismo institucional, más colaboratividad, menos miedo al fracaso, más innovadores públicos, mayor acceso a la información, menos aversión al cambio y mayor apertura a implementar nuevas soluciones para las nuevas problemáticas. Esto refleja una cultura que madura hacia la 4ta revolución industrial y hacia nuevos paradigmas como la economía del bienestar, pero que quizá aún lo hace a un paso conservador.

Una sólida cultura de emprendimiento representa un músculo importante para el desarrollo económico, social e incluso político de un país, una ciudad o un territorio específico, y conlleva muchos beneficios principalmente a mediano y largo plazo. Sin embargo, esta solidez mencionada depende de la adopción y acción en todos los niveles y sectores del sistema. En Costa Rica, para dar el siguiente paso no basta con que las instituciones públicas, organizaciones sociales, entidades empresariales, el gobierno y la sociedad civil sean receptivas a las nuevas tendencias de innovación y emprendimiento, sino que es necesario que se den acciones concretas y se plasme en hechos esa actitud propositiva de cada uno de los representantes de nuestra cultura.

Hacemos un llamado a la acción entonces para que, cómo país, colectivamente:

- Refresquemos el modelo educativo actual y fomentemos programas de educación emprendedora desde la temprana edad, basados en el aprendizaje experimental y en las habilidades blandas y emocionales.
- Construyamos e impulsemos políticas inclusivas que faciliten, favorezcan e incentiven el emprendimiento a corto, mediano y largo plazo.

- Desarrollemos mecanismos eficientes de distribución de capital semilla y capital de riesgo, no solo para las y los emprendedores sino también para las organizaciones de apoyo que demuestren buena calidad en su impacto y contenido.

- Propiciemos espacios y oportunidades para colaborar a cualquier escala con el fin de alcanzar un propósito común y no únicamente metas individuales inmediatas.

- Diseñemos puentes y vínculos con ecosistemas internacionales que nos permitan ampliar la visión, absorber conocimiento y escalar el talento

- Brindemos las herramientas y la inspiración necesaria para crear y consolidar casos de éxito que lideren las nuevas generaciones de emprendedores e innovadores sociales.

- Aprovechemos cada oportunidad que nos brinde el ecosistema para probar, aprender, validar, crecer e implementar propuestas de impacto social y de negocios, en ausencia o a pesar del miedo e incertidumbre que eso represente

Agradecimientos

A todos los emprendedores y emprendedoras de Costa Rica, por su talento y su pasión que día a día los lleva a impactar positivamente su entorno y a construir nuevas soluciones para los desafíos que se presentan.

A el Ministerio de Economía, Industria y Comercio, como ente rector del emprendimiento en Costa Rica, por enfocar sus esfuerzos y recursos al sector emprendimiento en los últimos años y habilitar así el desarrollo óptimo y acelerado del mismo.

A Yo Emprendedor, como anfitrión de la Semana Global de Emprendimiento en Costa Rica, por liderar y guiar a un excelente grupo de personas y organizaciones comprometidas con el emprendimiento y su fomento, facilitando así la creación de sinergias intersectoriales y el surgimiento de nuevas oportunidades para los emprendedores.

A las organizaciones que forman parte del comité organizador de la Semana Global de Emprendimiento, por su notable compromiso, colaboratividad y dedicación de tiempo, recursos y visión, y por impulsar el talento nacional con pequeñas y grandes acciones.

A las personas que son parte del comité organizador de la Semana Global, por compartir una visión común y aportar mes a mes su experiencia y sus ganas de apoyar al emprendimiento, y por representar tanto a su organización como también a su emprendedor interno de la mejor manera.

A usted, lector, por querer y por actuar para hacer de nuestra sociedad, nuestra economía y nuestro país en general algo mucho mejor a través de su negocio y su propósito.



Universidad + Emprendimiento:

Fórmula ganadora para impulsar el Desarrollo Económico y Social

Las universidades, por lo general, son concebidas, únicamente, como un centro de formación de profesionales que luego se insertan en el mercado laboral, sin embargo, realizan muchas tareas de interés para el apoyo del emprendimiento, entre ellas la generación de conocimiento: ideas innovadoras. Los emprendedores, por su naturaleza, tienen la agilidad de canalizar ese conocimiento a la sociedad, conocimiento que genera valor, que, a su vez, puede ser traducido en bienestar económico y social.

No es casualidad que cada hub de innovación y alta tecnología del mundo cuenta con universidades aliadas en su área de localización, por ejemplo, el más conocido de todos, el “Silicon Valley” de California, cuenta con la presencia de 19 universidades, destacando en particular la Universidad de Stanford y la Universidad de California en Berkeley.

En primera instancia las universidades son los principales polos de investigación científica-tecnológica. La historia de la innovación nos enseña que muchas ideas de productos o servicios que usamos a diario nacieron como resultado de la investigación universitaria que luego fue transferida a la sociedad: las bebidas energéticas, las píldoras anticonceptivas, la pasta de dientes con flúor y los cinturones de seguridad, entre muchos otros ejemplos.

En nuestro país las universidades públicas tienen una amplia oferta de bienes y servicios tecnológicos a disposición de la industria y los emprendedores. Existen cientos de productos alimenticios y cosméticos que adquirimos a diario en el comercio que cuentan con el apoyo de un investigador universitario en su formulación o mejora. También existen programas desde el Ministerio de Ciencia, Tecnología y Telecomunicaciones para ayudar a financiar este tipo de servicios como el Fondo de Incentivos y el Fondo PROPYME.

No tenga miedo de acercarse a las universidades públicas que además cuentan con oficinas de apoyo al vínculo de la universidad con el sector socio-productivo, a saber:

- La Universidad de Costa Rica (UCR) con la Unidad de Gestión y Transferencia del Conocimiento para la Innovación, <http://www.proinnova.ucr.ac.cr>

- El Instituto Tecnológico de Costa Rica (TEC) con el Centro de Vinculación, <https://www.tec.ac.cr/unidades/centro-vinculacion>
- La Universidad Nacional (UNA) con la Oficina de Transferencia de Conocimiento y Vinculación Externa, <http://www.otve.una.ac.cr/>
- La Universidad Estatal a Distancia (UNED) con la Dirección de Internacionalización y Cooperación, <https://www.uned.ac.cr/viplan/index.php/dic>
- Y la Universidad Técnica Nacional (UTN) con la Secretaría de Vinculación con los Sectores Productivos, <http://www.utn.ac.cr/>

En las últimas décadas, las universidades han brindado apoyo a incubadoras y programas de emprendimiento dirigidas principalmente a sus estudiantes. Google, Facebook y Napster nacieron como emprendimientos universitarios que cambiaron el mundo de los negocios y nuestra forma de vida. En nuestro país, en el 2014 una tesis de doctorado identificó hasta 52 emprendimientos universitarios y caracterizó a 44 de éstos.

Actualmente las universidades públicas cuentan incluso con incubadoras, las cuales apoyan a estudiantes activos, egresados, funcionarios universitarios y emprendedores en general. Entre ellas están AUGÉ (UCR), TEC EmprendeLAB (TEC), Programa UNA-Emprendedores (UNA), Programa de Desarrollo Gerencial (UNED), y la Incubadora de Empresas UTN (UTN).

Recientemente, las universidades han añadido además a su oferta los servicios de prototipado, por ejemplo la UCR ofrece en el laboratorio de fabricación digital Proto Lab el apoyo y asesoría a los emprendedores en temas de impresión 3D, cortado láser, electrónica y programación. Además, cuenta con una red de profesionales de las distintas áreas académicas que brindan respuesta a consultas específicas de los proyectos que se elaboren en laboratorio, las cuales se gestiona por medio de un sistema de consultas administrado por los colaboradores del laboratorio, a su vez se brinda un espacio de co-working y co-creación, equipado con diferentes herramientas para que el usuario pueda desarrollar su prototipo de la mejor manera. La importancia de este tipo de espacios es que le brindan la posibilidad a los emprendedores de tener acceso a herramientas y asesorías necesarias para que puedan desarrollar y validar el prototipo de su emprendimiento.

Algunos centros de servicios de prototipado y laboratorios de fabricación digital que se encuentran en las universidades públicas incluyen el Fab Lab Kå Träre (UNED), el Laboratorio de Diseño Industrial (TEC), y el PROTO LAB (UCR). ¡Acérquese a una universidad para recibir apoyo para aprender!





Fomento del emprendimiento desde la perspectiva de ciencia, tecnología, innovación y género: casos de éxito

Como apunta las Naciones Unidas “la innovación y la tecnología ofrecen oportunidades sin precedentes para romper tendencias y llegar a quienes corren mayor riesgo de quedarse atrás.” (ONU Mujeres, 2018). La participación de las mujeres en el mundo de la innovación y el emprendimiento es sin duda, una pieza clave para impulsar un mayor crecimiento y desarrollo económico y social en el país. Ante esta realidad, el Ministerio de Ciencia, Tecnología y Telecomunicaciones (MICITT) ha asumido un firme compromiso para la promoción de la igualdad de género en la ciencia, la tecnología y la innovación.

A partir de la Política Nacional para la Igualdad entre Mujeres y Hombres en la formación, el empleo y el disfrute de los productos de la Ciencia, la Tecnología, las Telecomunicaciones y la Innovación 2018-2027, el MICITT busca “promover la igualdad en la participación de las mujeres respecto de los hombres en la atracción, la permanencia, la formación, la capacitación, el empleo de calidad y la investigación, en los diferentes campos de la ciencia, la tecnología y la innovación, para facilitar el acceso y el disfrute de los avances científicos-tecnológicos”.

Las mujeres vinculadas a la ciencia, la tecnología, las telecomunicaciones y la innovación, constituyen el punto de partida y el punto de llegada de esta Política; sus intereses, expectativas y necesidades han sido consideradas durante el proceso del diseño de la misma, y lo serán en el desarrollo de su plan de acción. Se busca a su vez, la creación de espacios para que actúen como auditoras de su ejecución, mediante el establecimiento de sistemas de información transparentes y eficientes.

Avanzar hacia una mayor integración de las mujeres a las áreas de ciencia, tecnología e innovación, y el mejoramiento continuo de sus capacidades, debe ocuparnos como sociedad en busca de un desarrollo justo y solidario. En este espacio queremos destacar tres inspiradores y exitosos casos de mujeres que han avanzado con confianza y espíritu emprendedor hacia el desarrollo de proyectos innovadores.

Mujeres de Luz: Ovidia, Martina y Lucía oriundas de Talamanca son tres mujeres que partieron a la India a formarse en energías renovables. Estas indígenas regresaron con una nueva visión, más empoderadas, con mayor confianza, determinación y fortalecidas por un gran conocimiento para dotar de luz a 150 casas, en sus comunidades en Alto Carona, Alto Guaymí y Río Claro de Guaymí. Ellas llegaron al país con las maletas cargadas de experiencias, nuevas emociones y nuevos saberes. Cada una de ellas tiene ahora la noble tarea de desarrollar, con la cooperación de diversos organismos, los paneles que darán luz a 50 casas en su comunidad indígena. La vida de las comunidades donde viven estas tres mujeres cambiará radicalmente, pues las actividades ahora se extenderán más allá de la hora del ocaso; se estimulará una mayor comunión entre familias, porque aunque caiga el sol, podrán aprovechar más el tiempo para dialogar, comunicarse, y avanzar hacia un mayor desarrollo.

Granja ostrícola Punta Cuchillo: Doña Alexandra Peralta, vecina de Punta Cuchillo en el Pacífico Central, una zona de bajos recursos y pocas oportunidades de desarrollo, logró superar muchos obstáculos con visión y determinación. A partir de conocimientos y formación adquiridos con el apoyo del Instituto Nacional de Aprendizaje (INA), y su participación en proyectos de investigación con la Agencia Japonesa de Cooperación Internacional (JICA), Chomes Mar y el proyecto de moluscos de la Universidad Nacional (UNA), logró colocar ostras frescas en la mesa de los costarricenses, reemplazando el producto congelado y con mucho tiempo de almacenamiento. Doña Alexandra nos da una lección de determinación y perseverancia y nos recuerda que innovar no es tarea fácil y que debe existir ánimo para hacerle frente a las dificultades sabiendo que el proyecto algún día será grande.

Marroquinería Yenory: Yenory Cordero, una emprendedora de diseño y fabricación de bolsos de cuero, realizó una innovación en su modelo de negocio con una propuesta de valor. Sus productos innovadores ofrecen distintos estilos y diseños que llenan las expectativas de los clientes y son únicos e irrepitibles. Su modelo toma en cuenta la opinión de los clientes, quienes tienen la libertad de señalar puntos como calidad, diseño, variedad y confort requeridos y se alegran de que solamente la persona que adquiere el producto es la única que lo tiene. Esta emprendedora siempre está pensando que se hará mañana que sea diferente al de ayer incluso al de hoy. Para Doña Yenory, ser innovadora requiere de más visión, de ir más allá, experimentar y llevarse fiascos. Su tenacidad la llevó a ser la primera ganadora al "Premio al Esfuerzo Exportador" dado por la Cámara de Comercio Exterior (CADEXCO) a una PYME.



¿Transformación digital es igual a tecnología?

Nos encontramos en una era de cambios acelerados, producto de las nuevas tecnologías. Esto ha dado paso a que la mayoría de PYMES y empresas incursionen en un proceso de transformación digital, que implica aprovechar los recursos digitales para mejorar la productividad, eficiencia y rentabilidad del negocio.

Nacer digitales es la regla para todas las nuevas start-ups y apuntar a una transformación digital es una necesidad para cualquier organización, ya sea que tenga dos años o más de 61, como es el caso de COOPESERVIDORES (CS), la cooperativa de ahorro y crédito fundada en 1957. Uno de los factores claves de la transformación digital en emprendimientos, PYMES y empresas ocurre en los procesos internos.

Claves para la reinención en la era digital

Uno de los mitos comunes es que la transformación digital es igual a la tecnología. La tecnología es la herramienta para que la transformación digital ocurra, pero esta tiene que ir desde el pensamiento hasta las formas de relacionarse, las formas de trabajar y de convertirse en estrategia de la empresa.

Un paso prioritario es la adopción de una cultura digital por parte de los colaboradores de las organizaciones. Cambiar su estructura jerárquica, crear equipos interdisciplinarios, automatizar procesos, establecer nuevos modelos de negocio, y generar innovación naturalmente, son el punto de partida para introducir el cambio digital.

Es un trabajo de todos los días que debe venir primero desde los fundadores o líderes de las “start-ups”. La transformación digital exige ser proactivo, inteligente y tener una cultura de aprendizaje continuo, que permita cambiar los paradigmas tradicionales, para dar paso a una gestión basada en crear valor a las personas por medio de experiencias extraordinarias y generar relaciones a largo plazo con el cliente.

La transformación digital exige establecer nuevas estructuras organizacionales para responder a los retos actuales del mercado. El surgimiento de áreas o puestos de trabajo nunca pensados, innovadores y con componentes diferenciadores es normal entre los nuevos emprendimientos del siglo XXI.

La transformación digital también ha cambiado la forma de generar productos, ya que las empresas antes innovaban pensando solo en sus propias necesidades. En los últimos años, se han empezado a utilizar metodologías ágiles y diferenciadoras en los procesos de innovación, enfocadas en poner en el centro al cliente para generar mejores productos basados en las necesidades del mercado meta.

Sin embargo, lo primordial que las start-ups y empresas deben comprender es la necesidad de empezar este proceso de cambio y la realidad de que este continuará, ya que siempre surgirán nuevas tendencias y tecnologías en este mercado volátil y de constante cambio.





Activando el cambio social y a sus agentes

Los jóvenes agentes de cambio, creen que las sociedades deben ser más equitativas e inclusivas. Reconocen que todas las personas, sin importar su género, raza, grupo étnico, o estatus económico, tienen derechos que debemos buscar cumplir; y entienden que vivir en balance con la naturaleza es esencial para nuestra supervivencia en el planeta.

De acuerdo con Euromonitor International (2012), resultados del estudio “The world’s youngest populations” indican que al inicio de la década actual, la población mundial sobrepasó los 7,000 millones de personas, de los cuales un 50.5% eran menores de 30 años. De acuerdo con este estudio 89.7% de las personas menores de 30 años vivían en economías emergentes y en desarrollo.

Por otra parte, la Oficina Internacional del Trabajo (2012) en un estudio sobre la crisis del empleo joven, elaborado desde una perspectiva macroeconómica, encontró una correlación positiva entre los pobres resultados del empleo para personas jóvenes y la inequidad. El desempleo de las personas jóvenes en la última década ha incrementado la inequidad en 4 puntos porcentuales (medido con el coeficiente de Gini) en países con las economías más estables, y hasta en 8 puntos porcentuales en países como España, Portugal, Italia y Grecia. Esta situación no es menos grave para una población que está en el otro extremo, la población de adultos mayores, y por supuesto, aquellos que enfrentan situaciones como discapacidad, exclusión, y oportunidades de educación y formación deficientes y poco pertinentes, entre otras.

Con una agenda 2030 que invita a todos los sectores; tanto público, como privado, y a la ciudadanía en general, a cumplir con 17 objetivos de desarrollo sostenibles, en un contexto global de cambios y retos de enormes dimensiones, Social Shot cree que es una magnífica estrategia apoyar, entrenar, acompañar, y dar una voz a las personas jóvenes, líderes, agentes de cambio, emprendedores sociales, quienes avanzan en sus esfuerzos por construir sociedades más justas, equitativas y sostenibles.

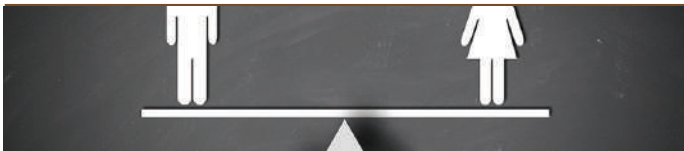
Para avanzar, sin embargo, hace falta algo más que inspiración y acompañamiento. Se necesita formación constante, conocimiento y herramientas. Una nueva generación de empresarios jóvenes de impacto ha surgido inminentemente, y de ahí la construcción de un ecosistema Latinoamericano y global que apoya y promueve la creación de empresas que “son las mejores del mundo, pero además, son las mejores para el mundo” como lo plantea B-Corp [<https://bcorporation.net/>] y su movimiento de Empresas B.

Por lo tanto, la formación para el Emprendimiento Social es vital, se necesita de la participación de las escuelas y colegios, universidades, ciudadanía en general, empresas establecidas con Responsabilidad Social, sector público, Organizaciones No Gubernamentales (ONGs), entre otros, para que en conjunto, se logre la consecución de un mismo fin: darle un giro al curso de la historia y construir un mejor futuro para las generaciones que vienen y que tienen derecho a disfrutar de los mismos beneficios que todos.

El papel de cada actor y parte interesada es fundamental. Cada uno debe cumplir su rol en esta misión. Las personas que deciden jugarse la vida en la búsqueda de modelos empresariales más responsables y de mayor impacto positivo a la sociedad y al planeta, deberán buscar su formación y capacitación sin desfallecer, ser innovadores, disruptivos, conocer a sus poblaciones beneficiarias, los fenómenos que enfrentan, sus contextos, y conectar con sus posibles aliados de maneras efectivas y confiables. Los diversos actores deberán estar atentos al llamado de estas personas jóvenes-agentes de cambio, quienes buscan alianzas, apoyo, formación, sinergia, que puedan apalancar el desarrollo sostenible que se busca.

Social Shot es una organización que pretende ser una fuente de inspiración, conocimiento y herramientas para emprender socialmente. Se gestó como un movimiento voluntario para impulsar y conectar a los agentes de cambio y promover la creación de empresas de impacto positivo para la sociedad y para el medio ambiente. Apuesta por dedicar sus esfuerzos, de forma importante pero no exclusiva, a las personas jóvenes en Costa Rica y Latinoamérica, en tanto cree que uno de los actores más eficaces en el mundo para resolver los grandes retos que enfrentamos a nivel económico, social y ambiental, es la persona joven, en la edad temprana de su desarrollo profesional y/o vocacional.





¿Cómo crear una organización género inteligente?

¿Qué tiene que ver la igualdad de género con la competitividad empresarial?

El 63% de los títulos universitarios en Costa Rica entre el 2009 y el 2012 fueron otorgados a mujeres. Sin embargo la tasa de desempleo de esta población continúa en aumento y es mayor a la de los hombres. En el primer trimestre del 2018 el desglose por sexo indica que 1,36 millones de personas ocupadas son hombres y 797.000 son mujeres. La Encuesta Continua del Empleo (INEC, 2016) señaló que en Costa Rica el 76% de las mujeres preferirían trabajar fuera del hogar pero solo un 39.5% lo consigue. El país no está aprovechando el talento de las mujeres.

Estudios del Banco Mundial, Foro Económico Mundial y del Fondo Monetario Internacional han demostrado que la igualdad de género es economía inteligente, mejora la competitividad empresarial y el Producto Interno Bruto de los países. Harvard Business Review en el 2009 expuso que las mujeres controlan 20 trillones de dólares como consumidoras y son el mercado emergente más grande a nivel global. Ellas toman entre un 70% y un 80% de las decisiones de compra. Sin embargo un 91% de estas consumidoras no se sienten comprendidas por las organizaciones y su publicidad.

Aquellas organizaciones que han velado por la igualdad de género en su estructura, fortaleciendo la presencia de mujeres en los puestos de toma de decisiones, han logrado comprender mejor el mercado meta y ser más competitivas. "Aquellas empresas con la más alta representación de mujeres en sus equipos de alta dirección suelen obtener un mejor desempeño financiero. Su Retorno sobre el Capital (ROE) es 35% más alto, y la Rentabilidad Total del Accionista (TRS) es 34% más alta". (INCAE, 2015)

Muchas organizaciones comenten el error de creer que la igualdad de género se logra exclusivamente a través de programas de empoderamiento de mujeres. El estudio del Foro Económico Mundial "The future of Jobs" (2017) señaló que la mayor causa de la desigualdad de género en el empleo es por los sesgos inconscientes de tomadores de decisiones en las organizaciones.

Existen organizaciones género inconscientes que asumen que por no realizar acciones discriminatorias conscientes están libres de sesgos de género.

¿Cómo crear una organización género inteligente?

- 1) Elija a miembros de su junta directiva o sociedad buscando el balance de género.
- 2) Capacite a su equipo, especialmente a aquellas que estarán a cargo de tomar decisiones. Es importante que su equipo tome consciencia sobre sus propios sesgos, entienda sobre cómo la igualdad de género mejora la competitividad empresarial y que aprenda a ejecutar procesos de desarrollo humano (reclutamiento, evaluaciones de desempeño, asensos, compensación y beneficios, gestión del personal) libres de sesgos de género. Esto además le permitirá protegerse de cualquier incumplimiento ante la Reforma Procesal Laboral.
- 3) Establezca una política de igualdad de género que comunique compromiso de su organización.
- 4) Revise y aplique correctamente la legislación. Ponga especial cuidado a los requisitos de la Ley Contra el Hostigamiento Sexual en el Empleo y la Docencia que solicita que todas las organizaciones establezcan procedimientos y comunicaciones específicas.
- 5) Mida e identifique sus brechas de género. Analice los datos de su organización segregados por género: cantidad de mujeres y hombres contratados a lo largo de la estructura de la organización (distribución horizontal y vertical), salarios, rotación de personal, incapacidades, permisos de trabajo, ascensos, etc.
- 6) Establezca planes de acción para cerrar las brechas detectadas.
- 7) Elabore una estructura de bandas salariales que garantice que personas con la misma experiencia y capacidades tengan acceso a la misma remuneración.
- 8) Establezca políticas de flexibilidad laboral que fomenten el ejercicio de la corresponsabilidad entre hombres y mujeres. La Encuesta del Uso del Tiempo (INEC, 2017) expuso que las mujeres costarricenses dedican 35:49 al trabajo doméstico no remunerado, mientras los hombres solo dedican 13:42. Más de 22 horas de diferencia. Los datos de Future of Jobs del Foro Económico Mundial señalan la falta de balance entre la vida laboral y personal como el segundo obstáculo principal para la igualdad en el empleo. Emprender es una gran oportunidad para innovar y promover avances aún cuando la política pública no haya avanzado. Muchas organizaciones están creando sus propias políticas de tele-trabajo y licencias de paternidad.
- 9) Revise que su estrategia de comunicación no rompa los estereotipos de género y aporte a construir una sociedad más equitativa.





La innovación desde la Responsabilidad Social Comunitaria

Vivimos rodeados de desafíos y circunstancias que por lo general nos retan a cambiar o reinventar nuestro modelo de negocios, y cuando avanzamos con el objetivo de abandonar el modelo con el que iniciamos buscamos una fórmula que sea escalable, medible y replicable, pero, ¿cuáles son las alternativas que tenemos? Y ¿cuáles estrategias deberíamos utilizar?

Para ello, es importante que en un comienzo desarrollemos la capacidad de introspección, para luego modificar e innovar, tanto con un producto, proyecto o desde toda una estrategia de trabajo que permita alcanzar efectos visibles y concretos, que bien puede ser en materia de sostenibilidad, crecimiento financiero o impacto social.

Hemos de enfocarnos aquí en la sostenibilidad y el impacto social que se genera con la reestructuración de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) -llevada a cabo por una transnacional, PYME o startup- entendida como el compromiso voluntario que una empresa desarrolla para impactar de manera positiva a sus colaboradores y a la sociedad.

Es así como nace la estrategia de la Responsabilidad Comunitaria con un cambio de paradigma muy claro: transformar la manera en la que los colaboradores y las empresas se involucran con la comunidad en la que se encuentran. De modo que si considera que su empresa está en fase de cambio para aplicar dicha innovación social, le recomendamos seguir los siguientes pasos:

1. Identifique los recursos disponibles: Elabore un Mapa de la Comunidad para identificar los recursos, actores -tanto líderes como habitantes- y posibilidades que la comunidad posee. Priorice la generación de conexiones y estreche las relaciones que ya ha construido.

2. Vivimos rodeados de desafíos y circunstancias que por lo general nos retan a cambiar o reinventar nuestro modelo de negocios, y cuando avanzamos con el objetivo de abandonar el modelo con el que iniciamos buscamos una fórmula que sea escalable, medible y replicable, pero, ¿cuáles son las alternativas que tenemos? Y ¿cuáles estrategias deberíamos utilizar?

2. **Acepte las ideas realizables que propone** y apóyalo para que las lleve a cabo en la medida de lo posible, pues esto le ayudará a creer en él mismo y en su capacidad. Si el niño o niña tiene una idea no realizable, trate de que él o ella entienda que se puede lograr, pero en un futuro próximo o bajo otras condiciones.
3. **Reconozca sus esfuerzos** y hazle ver qué importante es lo que ha hecho. Una de las características más importantes de un líder es una buena autoestima.
4. Fomente una buena comunicación, pídale que exprese sus ideas y sentimientos, y que intente comprender las ideas y sentimientos de los demás; la capacidad de empatía y de comunicación son muy importantes en un líder.
5. Enséñele a tomar en cuenta las ideas de las demás personas y crear algo en conjunto con ellas, respetando lo que le toca de trabajo a cada quien. Un buen líder sabe negociar y trabajar con su equipo, delegando tareas.
6. Es importante fomentar valores para formar líderes positivos, como la honestidad, la tolerancia y el respeto, por ejemplo. Enséñele a decir la verdad y a respetar a las personas que tienen ideas diferentes a las suyas.
7. Dígale afirmaciones positivas todos los días, tales como: tú eres inteligente, eres único, tienes ideas increíbles por eso eres muy creativo. Pídale que las repita y su cerebro entrará en la capacidad de entender sus afirmaciones y terminará empoderándose de sus palabras.

Todos estas recomendaciones son importantes para empoderar a niños y niñas, sin embargo, en mi opinión personal toda recomendación servirá si les damos amor y tiempo en calidad y cantidad a nuestros hijos e hijas. Es importante que todos los días dediquemos un rato del día para conversar con ellos, investigar qué vivieron en la escuela o colegio, qué aprendieron en clase y sobre todo preguntarles ¿Cómo se sienten? Cuando hacemos esto los niños y niñas se sienten importantes, amados y seguros.

El correcto empoderamiento de un niño o niña en sus etapas de mayor absorción de conocimientos y de construcción y definición de su personalidad puede marcar una gran diferencia a la hora de encontrarse con el entorno laboral. Un líder o persona empoderada tiene la opción además de convertirse en un gran emprendedor e innovador.

Selina



¡Olvidate de los golpes de suerte! Descubrí los paradigmas de la innovación

Es probable que hayás sentido muchas veces el deseo de innovar y crear algún servicio o producto que mejore la vida de las personas. Asimismo, es probable que el ritmo del mundo actual te exija cada día estar más capacitado. Pero, ¿cómo podemos RECONOCER la innovación?

Hace unas décadas el grupo Doblin, recopiló toda la información relacionada con los procesos de innovación en diferentes disciplinas a través de la historia, y los elementos o estructuras básicas que les dan vida. Se dieron cuenta de algo: se pueden resumir todas estas innovaciones en 10 categorías, y cada uno de estas se refiere a una parte específica de los procesos de innovación. Algunos de estos conceptos se refieren a la configuración INTERNA del proceso, otros a la OFERTA o producto, y otros a la recepción EXTERNA o experiencia que el usuario obtiene. La innovación deja de basarse solo en el producto.

Hagamos una breve exploración de lo que son los 10 tipos de innovación y cómo cada uno de ellos puede conducir hacia la creación de proyectos novedosos en todos los ámbitos que imaginés.

Modelo de Negocio: ¡Dejá de hacer lo mismo! El éxito implica siempre hacer un cambio en la oferta de tu negocio; esto no solo implica un cambio en el producto, sino también un cambio en la estructura, en el precio, o en el aprovechamiento de recursos que no tomabas en cuenta anteriormente.

Operación en Redes: “¡Dime con quién andas y te diré quién eres!”. Todo innovador reconoce la oportunidad de aprovechar elementos que ofrecen otras compañías con las que tiene relación. Por eso, si querés aumentar tu efectividad, ganancias, o calidad de tu servicio, no dudés en buscar la compañía o socio que amplíe las capacidades de tu idea o negocio.

Estructura: ¿Dictador o Rey Sabio? Una empresa revolucionaria realiza transformaciones novedosas en la estructura y en la organización de su personal. Esto es lo que hará a tu negocio indiscrutable para otras empresas. Por eso, buscá la mejor manera de incentivar y hacer gestión de desempeño.

Procesos: ¿Qué estoy haciendo mal? No siempre es una cosa, pueden ser muchas. Analizar los procesos es crucial para generar innovación. Estos consisten en las actividades cotidianas de tu negocio y cómo están diseñadas y estandarizadas.

Productos: ¡Ábrete Sésamo! Sabemos que el tesoro y centro de tu innovación es tu producto o servicio. Tiene que ver con la calidad y característica de esos bienes o servicios que ofrece tu negocio. Buscá cómo hacer de tu producto algo único, pero tené cuidado, pues su debilidad es también ser el aspecto más fácil de copiar por otros.

Sistemas de Productos: Esta innovación tiene muchas posibilidades de combinación con las demás, debes encontrar la forma de que tu producto no sea el principio y fin de lo que obtiene el usuario, sino que siempre pueda obtener “algo más”. Es una oportunidad para que otras compañías se enlacen con tu negocio o idea.

Servicios: ¡Sus deseos son órdenes! El servicio es la puerta de entrada a tu negocio, es decir, es el primer contacto con el que tu cliente se enfrenta. Así que dale lo mejor de tu empresa, se trata de crear “experiencias” para atraer y retener a todo aquel que conozca tus productos o servicios.

Canales: ¿Aló? ¿Me escucha? Esto cambia aceleradamente gracias a los avances tecnológicos. Innovar tu canal es facilitar y mejorar siempre el cómo, cuándo y dónde. Lo importante aquí es no subestimar los canales tradicionales y saber que a veces innovar no significa cambiar, sino mantener al usuario conectado con tu empresa.

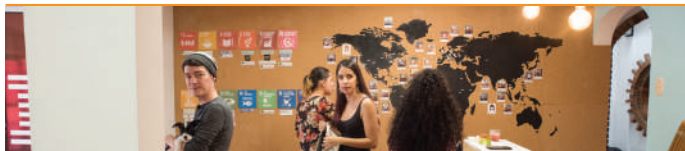
Marca: ¿Sos Ferrari o marca “patito”? La marca determina los vínculos con tus clientes, y su razón de ser es enfocarse en el deseo, por eso tenés que hacer te acuerden y prefieran siempre. Hacé cambios regulares en tu imagen y en tus sellos distintivos.

Experiencia del cliente: ¡Hasta que la muerte nos separe! Se trata de conocer qué necesitan, qué motivaciones y valores definen los y dárselos. Innovar aquí genera relaciones únicas de tus clientes con tu empresa,.

Entonces, no podría ser más sencillo. Gracias a esto, solo te toca poner atención y aplicar cada uno de estos conceptos.

¿Qué esperarás para convertirte en maestro de la innovación?





Crear valor para el país a través de los Objetivos de Desarrollo Sostenible

En un mundo en el cual los límites geográficos y culturales entre los países son cada vez más finos, es necesario redefinir el concepto de la competencia entre empresas. En las últimas décadas, el modelo de negocio, estaba enfocado en un corto plazo, en los intereses de los accionistas, perdiendo de vista el concepto de creación de valor.

Hoy en día, con la llegada de innovaciones tecnológicas, existe una gran diferencia con el pasado. Por mencionar un ejemplo: cuando el internet no tenía el rol tan importante que ahora posee, no se contaba con fuertes influencias comerciales externas, la competencia de una pequeña o mediana empresa se limitaba a su geografía y se caracterizaba por un buen conocimiento de los competidores existentes y potenciales.

Actualmente, gracias a las herramientas tecnológicas disponibles, se puede vender prácticamente cualquier producto/servicio en cualquier parte del mundo. De esta manera, el número de clientes potenciales aumenta significativamente, pero también lo hace el número de competidores. Considerando entonces la gran cantidad de empresas en el mundo que ofrecen un producto similar al mismo precio, la demanda cae y es momento de buscar un elemento clave que otorgue un valor adjunto al producto o servicio ofrecido para diferenciarlo de los otros.

El tema de diferenciación es la razón “de negocio”, pero realmente el generar un valor agregado para las personas y el planeta, es generar un impacto positivo a través de nuestros negocios. En este caso particular, el sector emprendedor tiene un potencial increíble para generar cambio positivo y es ahí donde entran los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo define que “los ODS son un llamado universal a la adopción de medidas para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todas las personas gocen de paz y prosperidad.

Estos 17 Objetivos proporcionan orientaciones y metas claras para su adopción por todos los países en conformidad con sus propias prioridades y los desafíos ambientales del mundo en general”.

Hay varias estrategias que se pueden adoptar tanto a nivel público como, institucional y/o privado para crear valor para el territorio. La misión de Impact Hub es utilizar los ODS como parámetros y líneas guía en todo el ciclo de vida de un proyecto, programa o emprendimiento. De esta manera, cada acción de impacto que se cumple es orientada directamente a alcanzar estos Objetivos o apoyar a emprendedores a que lo alcancen con sus negocios.

La conexión empresa-sociedad es evidente, es decir, por un lado el sistema empresarial tiene las energías y las competencias necesarias para generar un impacto en la sociedad. Por otro lado, mejores condiciones sociales y ambientales favorecen la creación de un buen ecosistema para prosperar en el sector privado.

Una excelente solución para estructurar de manera eficaz el proceso de toma de decisiones sin perder de vista la relación con los ODS es utilizar el “Enfoque de Marco Lógico”. Se trata de una herramienta analítica que permite presentar de forma sistemática y lógica, los objetivos, los resultados esperados y las acciones de un proyecto o programa. Sus relaciones de causalidad sirven para indicar si se han alcanzado estas mismas etapas y definir también las hipótesis exteriores que pueden influir en su misma consecución.

Impact Hub San José, ofrece diversos programas para desarrollo de emprendimientos. Creemos en el emprendimiento como motor de cambio para el mundo y conectamos a nuestra comunidad de emprendedores con una red global, en la cual, se comparten valores para crear más y mejor valor. En los últimos años, hemos acompañado diversos emprendimientos y proyectos en busca de alcanzar mayor impacto social y ambiental. Es por esto que, creemos firmemente que trabajar bajo los ODS es una manera de llevar a Costa Rica a conseguir entornos de impacto, innovación, participación y co-creación. ¡Les invitamos a conocer los ODS y contagiar ese impacto a través de sus emprendimientos en Costa Rica y el mundo!



San José



Miedo, experiencia y roce internacional

La vida es un conjunto de experiencias. La carrera del emprendedor, también lo es.

A partir del momento en que decidimos (con seriedad) emprender, comienza un nuevo capítulo en el libro de experiencias por vivir. Son experiencias muy diferentes a lo cotidiano. Algunas serán muy buenas, otras retantes, otras malas y otras reconfortantes pero efímeras. Lo cierto es que este nuevo capítulo trae consigo implícitamente aprendizaje, maduración, crecimiento emocional y muchas veces auto-descubrimiento.

La razón es que el ser humano por naturaleza es perseverante, resiliente y posee un innegable instinto de supervivencia, lo cual nos permite aprender de los errores y nos obliga a resolver situaciones de las que no tenemos otra salida, tal y como lo es liderar una empresa en sus primeras etapas, donde todo (o la mayoría) del éxito depende plenamente de este líder o fundador. Se puede decir entonces que al decidir emprender una persona se está obligando a ser mejor y a desarrollar sus habilidades y su instinto por salir adelante, independientemente del resultado final y de las capacidades con las que se inició al tomar la decisión. Así que, ¿por qué no hacerlo? ¿Por qué no emprender, si me va a hacer mejor?

El miedo tiene mucho que ver con la respuesta a estas preguntas. Puede ser miedo al fracaso, miedo a perder credibilidad, seguridad o recursos, o incluso miedo al éxito. Es normal pero no es excusa. Se dice que la valentía no es la ausencia del miedo, sino la presencia del mismo acompañada de la voluntad para superarlo. ¿Y cómo se superan los miedos? Enfrentándolos, y para enfrentarlos la mejor manera es materializarlos y ponerlos a prueba, transformarlos de ser una idea a ser una experiencia, de la cual se pueda aprender experimentalmente y así adquirir las capacidades necesarias para superarlos.

El miedo, a final de cuentas, es la manifestación de una o varias asunciones hacia lo negativo, mientras que las experiencias son detonadores de emociones sin dirección específica hacia lo positivo o lo negativo, pero sí lo suficientemente tangibles como para medir y validar tanto cuantitativamente como cualitativamente.

Es por ello que hay que vivir experiencias, de toda clase y de todo tipo. Entre más diferentes y menos ordinarias sean, mejor.

Regresando al emprendimiento, los emprendedores se basan en sus conocimientos y en su experiencia a la hora de montar un negocio. Les toca saber de finanzas, bases legales, algo de mercadeo, gestión de proyectos, de recurso humano y de proyección y ventas, al menos en la primera etapa. Es en esta primera etapa que se forma a un verdadero empresario, pero luego es necesario aprender sobre escalabilidad, branding personal, inversión y demás temas que van más allá de la gestión de un emprendimiento o una startup.

Steve Blank define a la “startup” como una organización **temporal** que busca consolidar un modelo de negocio escalable y repetible. La palabra clave aquí es “temporal”, ya que hace referencia a que el concepto de startup es solo una etapa de una empresa donde se aprende, se valida y se implementan iteraciones en busca del crecimiento y la escalabilidad del negocio.

Escalabilidad

¿Cuál es el principal obstáculo para los negocios en Costa Rica en lo que a escalar se refiere? La visión y el alcance. El mercado costarricense es sumamente pequeño, y la gran mayoría de los emprendimientos inician con la visión de posicionarse únicamente en este mercado. A veces responde a una estrategia de focalización y especialización en la región, pero en gran cantidad de ocasiones tiene que ver con la falta de contacto con oportunidades y mercados internacionales.

Si van a emprender o lo están haciendo, busquen todas las oportunidades disponibles de conseguir roce internacional, ya sea personales o relacionadas al negocio. Algunas opciones son: competencias de negocio vinculadas a plataformas internacionales, actividades con expositores internacionales, pasantías académicas en el exterior, congresos internacionales, e incluso viajes turísticos, pero para empezar basta con una buena conversación con otra persona que ya ha vivido estas experiencias.

El mundo es grande y las oportunidades abundan afuera. El mercado ideal puede ser el que cada uno se proponga, sin límites. Apunten alto y empezarán con ventaja.





¿Espíritu emprendedor?

¿Qué es un emprendedor? y ¿por qué se habla del espíritu emprendedor? Un emprendedor es aquella persona que no se queda quieta, que no se conforma con el común denominador que dicta que nacimos para ser un trabajador más (empleado), y que sabe de la existencia de riesgos y los asume. Sin embargo, el serlo no es solo soñar y tener impulso, es llevar a cabo un sinfín de horas de trabajo en planeamiento, desarrollo de ideas y maximización de recursos.

Por otra parte el espíritu emprendedor es el motor para continuar con su idea o negocio, ya sea lucrativo, de aporte social, una Startup tecnológica, una Pyme tradicional, una microempresa artesanal, etc. Podríamos decir que el impulso que mantiene al emprendedor en movimiento desde los preámbulos a emprender y el estado continuo que tiene el emprendedor pionero en innovación, es sin duda el espíritu emprendedor.

Ante ello surgen interrogantes como; ¿qué determina que yo sea un emprendedor?, y ¿cómo sé que tengo el espíritu emprendedor en mí? Bueno las respuestas son simples, debemos decir que para ser emprendedor no basta con decir “quisiera hacer algo”, no basta con tener la intención de generar trabajo a otros o crear un impacto positivo en mi entorno. Definitivamente no es suficiente el pensarlo, sabremos si somos emprendedores si actuamos, pues para ser emprendedor se requiere emprender y emprender es actuar. Y si actuamos lo haremos con espíritu emprendedor cuando sea con determinación, creatividad, poniendo un sello propio de innovación y valor agregado con la generación y mejoramientos de ideas.

Pese a todo lo dicho, es preciso resaltar que tener “la espinita de querer hacer algo”, es el principio del espíritu emprendedor. Ahí comienza el encaminarse a la acción, a la creación de un producto mínimo viable, de la estructuración del modelo de negocios, la identificación de una propuesta de valor, el segmento de clientes, estructura de costos y flujo de ingresos, así como la solución a una necesidad del mercado.

Ahora bien, será cierto aquello que dicen que “¡solo 1 de cada 10 tiene espíritu emprendedor!”, o que “¡todo se puede contagiar, pero ser emprendedor no funciona así!”. Diríamos que no, el espíritu emprendedor puede fomentarse y de hecho la ausencia de la preparación en esta área es una falencia en el desarrollo de habilidades blandas, liderazgo y empoderamiento de los jóvenes.

Finalmente debemos reconocer que no es fácil dar inicio, ejecutar y desarrollar un proyecto que usualmente consta de riesgos ya sea económicos, de aceptación social, legal u otros. Aun así el emprendedor afronta con valentía y confianza estos retos y contagia cada vez más la visión de una Costa Rica quijotesca que hace los sueños realidad. Sin duda no hay peor decisión que no haberlo intentado. Por esto la recomendación es que no dejen de cultivar el espíritu emprendedor, fomenten la presencia de este todo lo que puedan y dejen que florezca, ya que los llevará a la acción y a la superación de cualquier obstáculo y sea cual sea el resultado, será mucho mejor que no haber emprendido.



yo emprendedor
TALENTO IDEAS INNOVACIÓN



Participación de las Mujeres en las Cadenas de Valor en la Agroindustria

Las mujeres, si bien es cierto son las encargadas de las labores domésticas y el cuidado de niños, niñas y adultos mayores, cumplen roles decisivos en el sector agrícola, participan muy activamente en la producción de alimentos, cultivos comerciales y cuidado del ganado, trabajo que a menudo tiene lugar en partes invisibles dentro de la cadena de valor, por tanto, para una empresa rural, pasar por alto el papel de las mujeres significa menos ganancias, menor eficiencia y menor calidad en sus productos.

Por ello, cuando se quiere emprender, es necesario analizar a profundidad los roles y tareas de mujeres y hombres en las cadenas de valor, a fin de identificar aquellos cuellos de botella que inhiben su óptimo desempeño:

- Las mujeres cumplen importantes roles -aunque muchas veces invisibles- en las cadenas de valor y por tanto su rol es clave para el mejoramiento de las mismas.
- La desigualdad de género en cadenas de valor equivalen a perder oportunidades de negocio.
- Trabajar enfoques de equidad de género significa tanto un derecho humano como una oportunidad de negocios.
- Hombres y mujeres deben beneficiarse de igual forma en los emprendimientos.

Cómo integrar la perspectiva de género en el desarrollo de cadenas de valor

El abordaje de género en una cadena de valor, debe iniciar identificando y seleccionando aquellas estrategias idóneas que busquen empoderar organizaciones emprendedoras. Desde Hivos, en conjunto con la red Agriprofocus, se proponen los siguientes pasos:

A) Mitigación de la resistencia a partir de la tradición

Esta estrategia se desarrolla partiendo de los roles tradicionales de las mujeres. Este enfoque profesionaliza las tareas tradicionales mediante el desarrollo de capacidades y habilidades empresariales y de liderazgo.

B) Creación de espacios para las mujeres

Para esto se recomienda:

- Colocar a las mujeres en tareas tradicionalmente dominadas por hombres, para aumentar su visibilidad y poder de decisión desde lo personal hasta lo económico y organizativo.
- Estimular las iniciativas empresariales de las mujeres (nuevas empresas al igual que mejoramiento de las existentes).

C) Organización del cambio

Aumentar las habilidades y confianza de las mujeres para asumir actividades y roles de liderazgo dentro de las cadenas de valor y sus comunidades, les ayuda a acceder a los mercados y servicios, y mejorar su desempeño de la cadena.

D) Estándares, certificación y etiquetas

Para estas intervenciones se cuentan con dos estrategias.

- Etiquetas y sellos: Visibilizando la participación de las mujeres
- Aprovechamiento de estándares y sistemas de certificación existentes

E) Género y responsabilidad social empresarial (RSE)

Las empresas tienen el potencial de transversalizar la equidad de género y mejorar la posición de las mujeres en las cadenas de valor agrícola. Su instrumento más claro está dentro de sus programas de responsabilidad social empresarial.

Hivos cree en el desarrollo económico inclusivo, aquel donde todas las personas –mujeres y hombres– potencian sus capacidades y mejoran sus condiciones de vida. Por ello promueve el uso de metodologías para el empoderamiento económico de las mujeres. En ese sentido ha documentado modelos de abordaje, diseño, y evaluación. Para conocer más, visite www.hivos.org





Storytelling: más que narrar una historia

Hoy disfrutamos de una libertad de información que hace una década atrás jamás hubiéramos imaginado.

Contamos con miles de datos al alcance de los dedos en segundos. Es tal la cantidad de información que simplemente no podemos digerirla o archivarla, por lo que se vuelve... ruido. Tantas imágenes, datos, videos y contenido luchando por llamar nuestra atención al mismo tiempo se vuelve ruido para nuestro cerebro y no le prestamos verdadera atención. Eso sucede cuando somos usuarios del sistema. Pero, ¿qué sucede cuando somos nosotros los que estamos intentando generar contenido para hacernos notar y vender nuestro producto o servicio? ¿Cómo podemos diferenciarnos y no ser parte del ruido? Por medio de una técnica antigua, sencilla y muy eficaz: contando una historia (Storytelling).

Nos encantan las historias.

Cuando nos comunicamos a partir de una historia, nos salimos de la corriente de información ruidosa a través de la autenticidad de nuestro mensaje. ¿A quién no le gusta escuchar una buena historia? Especialmente si la historia despierta ideas o emociones con las que me puedo identificar. Nos agrada escuchar relatos de eventos o situaciones porque resulta una manera de comunicación emocional. La clave de una historia no es solamente un buen relato, se trata también del ideal o propósito que encausa la historia. Sin un por qué bien definido, la historia carece de profundidad o valor emocional, por lo que será percibida como vacía y superficial.

Al despertar emociones a través de nuestra historia, logramos una atención especial de parte de nuestra audiencia y construimos vínculos profundos y genuinos que sobre pasan mensajes racionales como hablar de beneficios o características distintivas de nuestro producto o servicio.

Contando una historia para lograr influencia.

El verdadero poder de una historia es expresar una causa o propósito mayor en la que otras personas se sientan parte. Un ejemplo excepcional del poder de una historia para influenciar es del Dr Martin Luther King Jr.

En la década de 1960, era clara la problemática de derechos humanos en Estados Unidos por su discriminación racial. Y no cabe duda de que hubo múltiples esfuerzos para trabajar en ese problema. Pero llegó Martin Luther King con una propuesta distinta y una perspectiva emocional. Su famoso discurso "I have a Dream" (Tengo un sueño), logró reunir a más de 250,000 personas para despertar un movimiento multitudinario que fue el inicio de una reforma social.

Lo impresionante de la historia es que en ese tiempo no existían redes sociales o medios de información tan accesibles para informar a tantas personas sobre el evento. Toda esa gente llegó porque fueron invitadas por otras personas quienes se veían a sí mismas en el sueño del que Martin Luther King hablaba.

La influencia que el Dr Martin Luther King Jr. generó sobre tantas personas no la consiguió proponiendo un plan de trabajo o brindando una solución definitiva, sino que presentó un ideal mucho más grande que él mismo, invitando a todos quienes compartían su sueño a participar y formar parte de un propósito trascendental.

Storytelling es mucho más que una historia y un buen relato, es una manera auténtica y genuina de compartir nuestro propósito, causa o sueño, e invita a otros a formar parte de él. De esta manera conseguimos la atención de una audiencia que se identifica con nuestro por qué y está dispuesta a colaborar, apoyar y unirse.

Enterate acerca de Storytellers Costa Rica e inspírate historias geniales depuradas por nuestra metodología de storytelling, incluyendo la tuya.

¡Todos tenemos una historia que contar!





Fuentes de financiamiento para el emprendimiento

Uno de los desafíos más apremiantes que enfrentan los emprendedores es el acceso a financiamiento. Típicamente, cuando se piensa en financiamiento, se asocia con instrumentos de crédito. Sin embargo, la fuente de financiamiento más adecuada para un sano desarrollo y crecimiento de una compañía depende de la etapa de progreso en que se encuentre.

En las etapas tempranas de la vida de una empresa, cuando no ha alcanzado su punto de equilibrio y se encuentra gestando y prototipando el producto o servicio a ofrecer, o bien definiendo y poniendo en marcha su modelo de negocio, las fuentes de financiamiento alternativas a un crédito bancario tradicional resultan oportunas.

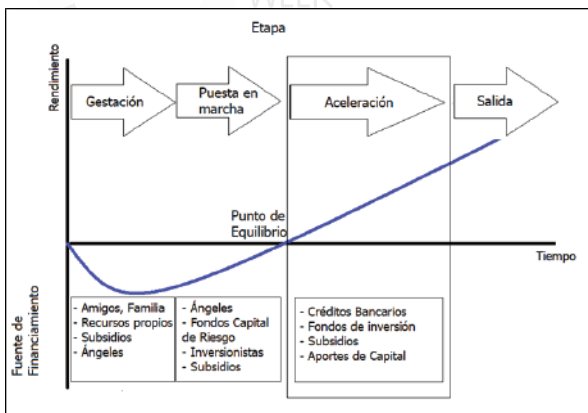


Gráfico: Adaptado de: Cusmano, L. and J. Thompson (2013), "Alternative Financing Instruments for SMEs and Entrepreneurs: The Case of Mezzanine Finance", OECD SME and Entrepreneurship Papers, No. 2, OECD Publishing, Paris. <http://dx.doi.org/10.1787/3709429e-en>

Dentro de las fuentes comunes de financiamiento alterno, para etapas tempranas en la vida de una empresa, se encuentran:

- **Recursos propios:** Son recursos financieros aportados por el emprendedor, quien, por lo general, buscará también recursos complementarios. Se debe tener claridad en que cualquier otro inversionista que vaya a aportar crédito o capital va a requerir de contribuciones de recursos propios por parte del emprendedor, como evidencia de que asumirá parte del riesgo de su emprendimiento.
- **Amigos y familia:** Es una fuente común de financiamiento en la cual el círculo cercano del emprendedor, con acceso a recursos, los facilitan para el negocio en gestación o en marcha.
- **Subsidios:** Representan estipendios no reembolsables por parte de entidades de cooperación públicas, entre otras. Estos recursos, por lo general, se otorgan contra el cumplimiento de requisitos establecidos en diferentes programas orientados a sectores específicos.
- **Inversionistas ángeles:** Son individuos con capital e ingresos suficientes para invertir en compañías nacentes, a cambio de acciones o de notas convertibles. Estos inversionistas también pueden ayudar al crecimiento del negocio aportando conocimiento y redes de contactos.
- **Fondos de inversión (Capital de riesgo):** Invierten en empresas incipientes con un alto potencial de crecimiento y buscan rendimientos por arriba del promedio del mercado. Su participación se da en forma de capital para la empresa en la que se invierte y, por lo general, toman puestos en la estructura de gobierno corporativo de la empresa en la que se invierte. Estos fondos tienden a especializarse por sector y brindan también acompañamiento para el crecimiento de las empresas.

En etapas posteriores, cuando la empresa se encuentra generando ganancias y requiere de recursos para acelerar su crecimiento, es factible recurrir a instrumentos de crédito. En este caso, la empresa deberá demostrar capacidad de pago y brindar alguna garantía colateral, según sea requerido por cada institución financiera.

El financiamiento es indispensable para la gestación, puesta en marcha y aceleración de nuevas empresas. Este financiamiento debe ser oportuno y acorde con el negocio a realizar, para garantizar la sostenibilidad financiera y crecimiento de la compañía.





Incubación y aceleración en Costa Rica

En torno al tema de incubación y aceleración de empresas, es importante aclarar que, en el caso de Costa Rica, el asidero legal lo da el Reglamento a la Ley Orgánica del Ministerio de economía, Industria y Comercio (MEIC) por medio de Decreto Ejecutivo N°37457-MEIC; y que este tema es competencia directa de la Dirección General de Apoyo a la Pequeña y Mediana Empresa (DIGEPYME).

Mediante el Reglamento de Creación del Sistema Integrado de Desarrollo al Emprendedor y la PYME, Decreto Ejecutivo N°37105-MEIC, se crea la Red Nacional de Incubación y Aceleración (RNIA); la cual tiene a cargo la articulación de los elementos que componen el proceso de incubación y aceleración. La Red está constituida por las incubadoras y aceleradoras de empresas que se encuentren debidamente registradas ante el Ministerio de conformidad con lo establecido en el reglamento y lo dispuesto en el Manual Operativo de la Red emitido por el MEIC (según acuerdo del Consejo Nacional de Emprendimiento, Sesión 02-2011).

Esta Red es una plataforma de apoyo a los emprendedores que busca el fortalecimiento y desarrollo de sus ideas o modelos de negocio, así como crear y propiciar oportunidades para el surgimiento de nuevas empresas. Los miembros de la RNIA tienen la capacidad de brindar asesoría, soporte y herramientas varias a los emprendedores en busca de crear las condiciones idóneas para potenciar, desarrollar y consolidar sus emprendimientos o MIPYMEs.

Una incubadora es una organización que tiene como finalidad apoyar a los emprendedores en el desarrollo de una idea de negocio incipiente, con el fin de crear una nueva empresa a través del acompañamiento, capacitación y otros servicios.

Y **una aceleradora** es una organización que tiene como función principal incrementar el desarrollo de las micro, pequeñas o medianas empresas ya constituidas y que están generando ventas, esto por medio de asesorías, inyección de capital, entre otros servicios; con el fin de acelerar su crecimiento para ingresar a nuevos mercados, mercados internacionales o abarcar una mayor proporción del mercado nacional.

Ambas son organizaciones que buscan el nacimiento o crecimiento de empresas, y para lo cual se basan en servicios como: capacitación, asesoría, asistencia técnica, acompañamiento, mentorías, inversión de capital, capital semilla, red de contactos, entre otros. Además, estas organizaciones deben poseer la infraestructura necesaria y la figura jurídica que norma sus acciones.

En el caso particular de Costa Rica, las 18 organizaciones que están aprobadas y adheridas a la Red Nacional de Incubación y Aceleración (RNIA), son las siguientes: CIE-TEC, PARQUE TEC, CCCR-Franquicias, UNA INCUBA, Parque la Libertad, AUGE UCR, Carao Ventures, Aceleradora GS1, CIEBT-UTN, Pymes de CR, ICIC, COTAI-ZN, CEI-UCI, INSUR, INERCA, INNOVAJOVEM, ACTION PEOPLE y NEURO MARKETING 360.

Considerando que los nuevos emprendimientos por lo general son vulnerables y que están propensos a múltiples obstáculos o riesgos en un ecosistema tanto a nivel nacional como internacional, es que las incubadoras de negocios son una opción que ayuda, apoya y orienta a los emprendedores que desean formar y hacer crecer sus ideas o modelos de negocio, teniendo mayor posibilidad de iniciar operaciones, generar ventas, sobrevivir y alcanzar el éxito.

En el caso particular de las aceleradoras, estas se convierten una opción para consolidar empresas en diferentes mercados dependiendo del giro del negocio, aprovechando todos sus recursos y servicios; al final su objetivo principal es impulsar empresas por medio de herramientas y asesoría de forma oportuna.

En el caso particular de Costa Rica, ciertamente existen políticas de apoyo para los emprendedores, además de la Red Nacional de Incubación y Aceleración (RNIA), con lo cual el MEIC busca el fortalecimiento del ecosistema de emprendimiento y en particular impulsar el nacimiento de nuevos emprendimientos o empresas con potencial o dinámicos que impacten económica y socialmente.



Inversionistas de todos los tamaños y colores

Una de las dudas más comunes de los emprendedores es determinar el perfil de inversor o inversionista más conveniente para ellos. En este artículo se entiende por startups a empresas emergentes con modelos de negocio de alto potencial de crecimiento y un carácter disruptivo que precisamente por su naturaleza necesita inyecciones de capital significativas antes que sus ingresos orgánicos permitan su desarrollo y subsistencia. A lo largo de la vida del startup y del espectro de inversión se van presentando distintas opciones: recursos propios, círculos cercanos, donantes, incubadoras, aceleradoras, inversionistas ángel, capital de riesgo (venture capital), capital privado (private equity), bancos comerciales, instituciones gubernamentales y mercados bursátiles.

Nada empieza sin recursos propios. Esto se extiende a las dos o tres “efes”: (“fools”), friends and family. Desgraciadamente estos recursos son de alcance limitado y rápidamente, los emprendedores se ven obligados a recurrir a fuentes externas de financiamiento e inversión. Los donantes suelen ser aquellos primeros inversionistas que tienen el interés por invertir en empresas en sus etapas de ideación proveyendo, sobre todo, soporte técnico y acompañamiento en esa gestión de la idea de negocio. Algunos dan contribuciones en efectivo pero normalmente son sumas simbólicas y asociadas con algún tipo de reconocimiento.

Siguiendo con aquellos inversionistas con enfoque en startups de etapas tempranas de desarrollo están las incubadoras y las aceleradoras. Su interés particular es contribuir mediante asistencia técnica, asesoría y financiamiento al fortalecimiento de los startups que van culminando su fase de ideación y dan sus primeros pasos en la implicación. Ya sea mediante donaciones, capital de trabajo o deuda esperan impactar positivamente en los startups, con la intención de que éstas a su vez puedan crecer y generar oportunidades de inversión futuras.

En condiciones muy similares están los inversionistas ángel. Ellos hacen aportaciones de capital, normalmente a cambio de participación accionaria. Pero sobre todo buscan aportar su conocimiento (“smart money”) relevante para el giro de negocios de la empresa emergente. Si bien la inyección de fondos resulta de enorme importancia, lo más relevante es el compromiso de tiempo que permita capitalizar sobre su experticia.

Las transacciones que típicamente realizan los inversionistas cubiertos hasta ahora rondan un tamaño que va desde unos cuantos miles de dólares hasta unos trescientos mil dólares (Bain & Company, 2014). Utilizan instrumentos financieros de capital, deuda o de una naturaleza híbrida donde normalmente se busca privilegiar el riesgo que están asumiendo al apoyar el startup en sus etapas más emergentes. En muchos casos dificulta tener una valoración certera de la empresa para ese momento; por lo que es recomendable utilizar instrumentos financieros de una naturaleza híbrida (como la nota convertible en acciones) que permite diferir la valoración de la compañía a un momento en el futuro donde un tercero (por ejemplo, un inversionista en una ronda posterior) valide de alguna forma dicha valoración.

Existen también dentro del ecosistema organizaciones de capital de riesgo. Suelen realizar inversiones que van desde \$500.000 hasta montos superiores a los \$25 millones (National Venture Capital Association, 2016). Típicamente invierten en startups que ya hayan probado cierto avance, tracción y validación dentro de sus mercados relevantes. Uno de estos casos es el de Carao Ventures en Costa Rica, una firma de venture capital que invierte en startups, brinda recursos de apoyo para consolidarse operativamente, apoya con dirección estratégica y financiera y conecta a los emprendedores con sus primeras oportunidades de inversión.

El capital privado (private equity), de igual forma, participa dentro del espectro de inversión. Invierten en organizaciones más maduras en etapas de escalamiento y de salida. Las transacciones que realizan van desde \$1 millón en adelante (Bain & Company, 2014). Utilizan instrumentos financieros sobre todo de capital, aunque algunos estructuran financiamientos que incluyen deuda también. Asimismo conforme la empresa madura, la banca comercial se torna una fuente de financiamiento relevante. Los mercados bursátiles, por su parte y a pesar de su poco desarrollo a nivel local comienzan a abrir oportunidades fuera de las fronteras para los startups locales como es el caso de Establishment Labs, una compañía de tecnología médica enfocada en estética mamaria y tecnologías de reconstrucción que se convierte en la primera empresa de origen costarricense en cotizar en la bolsa de valores Nasdaq. Tampoco se pueden dejar de lado los entes gubernamentales y multilaterales que participan dentro del ecosistema de emprendimiento. Normalmente son inversiones de segundo piso, es decir invierten en fondos de venture capital, private equity o financiamiento para banca comercial a tasa preferentes que a su vez invierten en startups.

El espectro de inversión puede parecer complicado. Pero los emprendedores no están solos; todo lo contrario. Existe una red robusta de apoyo que busca fortalecerlos en el camino de forma tal que se concentren en sus core competencias. En seed by EY Central America, tenemos toda la oferta de servicios profesionales de una firma de primer nivel al alcance de y adaptada para el ecosistema emprendedor.





Transformación Digital obliga a las empresas a innovar

Es tiempo de acoplarse a las nuevas tecnologías. La Transformación Digital llegó para dar el salto a la automatización de procesos, minimización de costos y maximización de la eficiencia, con el fin de beneficiar a sus colaboradores y al público al que le presta un servicio. Sin embargo, la globalización, así como la rápida evolución tecnológica, han hecho que muchas empresas estén rezagadas y no consigan mantener el vertiginoso ritmo.

Algunos directivos son muy conscientes de ello y ya han puesto en marcha su proceso de digitalización. Otros, en cambio, intentan solo mantener actualizado un blog o abrir perfiles en las redes sociales, pensando que con eso es suficiente para estar al día en la revolución 4.0. La Transformación Digital es el proceso por el cual las empresas reorganizan sus métodos de trabajo y estrategias, para obtener más beneficios gracias a la implementación de las nuevas tecnologías.

Las empresas que están transformándose digitalmente generan ventajas competitivas que les aseguran su supervivencia en esta nueva economía digital que está poniendo en riesgo a las empresas que permanecen produciendo con modelos de negocio de la tercera revolución industrial. Amazon es un ejemplo de la disrupción del mercado de consumo masivo que ha sacado del mismo a cadenas de retail en Estados Unidos. Netflix es otro ejemplo que ha puesto en riesgo a las distribuidoras de televisión por cable. Uber le ha sustraído participación de mercado a las empresas de taxi, así como Airbnb lo ha hecho con los hoteles en todo el mundo.

La transformación digital de las empresas hace posible mejorar los modelos de negocio tradicionales y fortalecer las estrategias competitivas, permitiéndoles hacer mañana lo que no pueden hacer hoy como nuevas formas de crear valor, tener acceso a nuevos mercados, mejorar la experiencia del cliente, desarrollar nuevos productos y servicios, tener cadenas y redes de valor más eficientes, cadenas de logística más eficientes, permitir la integración de lo físico con lo digital en los procesos, tener procesos productivos más eficientes y colaboradores más productivos y satisfechos.

En tiempos tan acelerados como los que estamos viviendo, no se puede comprender el significado real de lo que es un negocio si no se habla previamente de la Transformación de las empresas en la era Digital. El liderazgo lo debe asumir la cima estratégica del negocio, incluyendo al CIO, ya que la transformación es dirigida por el negocio y habilitada por la tecnología digital. Se recomienda articular un Comité Ejecutivo de Transformación Digital.

Beneficios de la Transformación Digital

- Crear valor.
- Acceder a nuevos mercados.
- Mejorar la experiencia del cliente.
- Desarrollar nuevos productos y servicios.
- Tener cadenas y redes de valor más eficientes.
- Tener cadenas de logística más eficientes.
- Integrar lo físico con lo digital en los procesos.
- Hacer procesos productivos más eficientes.
- Tener colaboradores más productivos y satisfechos.

La Transformación Digital reinventa a las organizaciones, automatiza procesos, minimiza costos y maximiza la eficiencia



universidad
cenfotec_
tecnologías digitales



Reinventate como profesional y conquista el mundo

Cuando se crea un emprendimiento generalmente es por una de estas dos razones:

Opción 1: Cuentas con un padrino que te dé sin pensar todo lo que necesitas para implementar esa idea buenisima o por el contrario tenés dinero de sobra para implementarlo vos solo.

Opción 2: Sos como yo, que enloquece en una rutina de oficina de 8 am a 5pm, largas reuniones sin sentido, te aburres de escuchar siempre a tus compañeros pesimistas sobre lo "mal" que se hacen las cosas en la organización, ocupas un ambiente laboral alternativo que combine tu mundo paralelo con la realidad: satisfacer la "operación supervivencia, arroz y frijoles"

En esta guía los expertos e instituciones que fomentan el emprendimiento te dan las herramientas y mejores practicas para hacer las interacciones más sencillas y la experiencia más accesible, pero yo particularmente te contaré brevemente mi historia, esperando que te puedas sentir identificado y de una vez por todas te echés al agua.

Soy mujer, joven de 26 años con apariencia de 19 jaja, sin hijos, no ingeniera, ni tecnóloga, tampoco maestra pero tengo una empresa con una propuesta de valor creo yo muy interesante que es el "Aprendamos a Aprender"; WR Tech & Creative Learning se enmarca en una nueva arquitectura educativa y consultiva, proyectada tanto para niños y jóvenes quienes serán los profesionales que ingresarán al mercado laboral en el 2030 como para las empresas que actualmente están operando y quieren iniciar el desafío de la transformación digital y procesos de innovación en la industria 4.0.

¿Suenas como súper cool verdad? ¡Y si lo es! Pero no tienen una idea como me ha costado y no por un tema de credibilidad por ser mujer joven, (no vengo con la bandera del feminismo, pero si la del girl power) o no contar específicamente con las características técnicas o de formación que cualquiera hubiese deseado o imaginado para crear un emprendimiento de este tipo, sino porque todavía el consumidor costarricense no valida y apoya el talento nacional que quiere hacer las cosas diferentes, con una calidad igual e incluso superior en mucho de los casos que los grandes depredadores educativos o tecnológicos a nivel internacional. Esto quiere decir prefieren todavía una marca, estandarizada sin gran grado de diferenciación que dedicación, personalización y pasión por un servicio o producto que dan una experiencia inigualable.

Y si te pones a pensar varios estudios nos dicen que la tasa de mortalidad de emprendimientos en los primeros tres años de vida es del 80%. O sea, solo 2 de 10 entusiastas como yo sobreviven arrancando, pero también las investigaciones señalan que entre 70% y 80% de pequeños negocios duran menos de una década.

¡Entonces! Cual es el chiste de crear tu empresa si al fin y al cabo esto pinta peor que la selección natural de Darwin. Valdrán la pena tantas noches sin dormir, desordenar tu alimentación, la burocracia hasta para abrir una cuenta bancaria, prestamos, deberle hasta tus padres y dar como garantía tu casa, carro o en mi caso a mis perros, batallar en encontrarte como persona y ver qué tipo de líder querés ser, que aunque vos des el 200% nunca vas a quedar bien con tu clientes internos, externos, proveedores y tus socios.

¡Pero si nos pudiéramos a pensar únicamente en las cosas negativas y tomamos las decisiones basados en esos datos nadie emprendería! Yo vengo de una familia de emprendedores, jamás pensé en llegar a ser una, lo mío era viajar, presumir de mis grados académicos, y de los puestos que he tenido a corta edad hasta que pensé... “debes usar justo toda tu experiencia para impactar al mundo de una forma distinta” y ahí fue donde me enteré que lo mío es formar a los futuros profesionales del 2030, para ello cuento con asesoría de los mejores en temas en innovación, investigación y al mejor equipo de profesores que hacen eso posible. Pero para ello yo también tuve que reinventarme como profesional, de base soy internacionalista pero siempre fui una apasionada por la ciencia, tecnología e innovación y como esto se convierte en una herramienta de desarrollo económico y social. Al día de hoy me autodenomino una “computina wannabe” porque supe que si quería ser una profesional de alto impacto debía especializarme en temas de vanguardia para que pueda competitiva y tener sostenibilidad en el tiempo (Aunque lloraba por no entender nada de códigos de programación).

Todos los días pienso de forma disruptiva, planifico a largo plazo, hago afirmaciones positivas de abundancia y prosperidad, tengo control sobre la salud financiera y administrativa de WR, trabajamos bajo el principio de sólo la excelencia es suficiente porque los padres nos confían lo más preciado que tienen, sus hijos y merecen contar con una empresa que se encuentre en constante perfeccionamiento, con las últimas técnicas de aprendizaje diferenciado y sobre todo que puedan interiorizar las herramientas necesarias para que cuando salgan al mercado en unos 10 años se enfrenten a un mundo en el cual puedan desarrollarse con plenitud independientemente de la profesión que elijan, WR les enseña a ser personas diferentes, sin importar en lo que se desenvuelvan van agregar valor a los espacios y vidas que los rodean y eso es contagioso.

Por tanto, si tienes en tu mente y tu corazón una idea que además de ayudarte a cubrir la operación supervivencia puedes ser un verdadero influencer que inspira y empodera el presente y futuro de los demás ¡EMPRENDE! Desafía las estadísticas, mi secreto ha sido hacer cosas para las cuales realmente no me siento lista; en el camino las aprendo a prueba y error me sacudo y sigo, aunque mi realidad no sea tan buena como lo fue antes. Te invito a que imagines el mañana y lo construyas hoy, pero recuerda, estas construyendo tu imperio no jugando Monopoly.
Atte., Natalia Alfaro.





Procesos de acompañamiento en laboratorio

El Proyecto Alianza de Mujeres Empresarias, del BID FOMIN, el Banco Nacional de Costa Rica, BAC Credomatic y ejecutado por Alianza Empresarial para el Desarrollo; tiene por objetivo el fortalecimiento de las capacidades gerenciales de mujeres líderes de empresas para la mejora competitiva y el incremento en ventas y generación de empleo. El proyecto pretende fortalecer la oferta de valor que las entidades financieras brindan a su cartera de clientes empresarias, enfocándose en comprender la realidad de las mujeres empresarias, sus roles y necesidades; cumpliendo con el Objetivo de Desarrollo Sostenible -ODS 5- de Igualdad de Género, promoviendo la equidad en la generación de riqueza.

Una de las principales lecciones que identificamos y que fue elaborada desde el inicio, fue la generación de productos y servicios que se adaptaran a las necesidades de las empresas; un instrumento clave fue el aprendizaje de la metodología Design thinking para el desarrollo de nuevos productos. A partir de esta experiencia, la cual fue compartida por las entidades financieras y las mismas empresas participantes del programa, resaltamos algunos tips que pueden ser abordados desde cualquier negocio nuevo o que se encuentre en proceso de desarrollo de necesidades:

1. Diseño de productos a partir de las necesidades del mercado meta; parece obvio, sin embargo, es más común de lo que imaginamos, que los productos o servicios nazcan del supuesto "esto es lo que necesitan", y muchos emprendedores caen en la trampa de ofrecer lo que "imaginan" el mercado necesita.
2. Empatizar con el mercado; ligado al punto anterior, lo primero que se debe practicar es la empatía con nuestro mercado, como se comportan sí, claro que es importante, pero también es importante conocer sus hábitos, sus dificultades, costumbres y a partir de este punto, cuando ya se está en los "zapatos del otro" definir cuál es la necesidad que queremos resolver, y bueno ahora si... como se resuelve.

3. Prototipado; una vez identificada la necesidad que se quiere resolver, se diseña el producto o servicio que podría resolver este problema, sin embargo, para que su lanzamiento sea exitoso es válido generar varias opciones y a partir de estas opciones, volver al mercado meta y preguntar ¿esto le funciona?

Como se puede ver, el proceso además es un ciclo, que vuelve iniciar una y otra vez, del diseño al prototipado; no debería ser costoso, es más de atención y pericia de la persona emprendedora su implementación; y se ha demostrado que esta metodología asegura un mayor éxito en la generación de nuevos negocios.

Así como el desarrollo de productos nos enseña a prestar atención al detalle, identificamos que particularmente en las pequeñas empresas, la toma de decisiones suele ser un aspecto controlado por la persona que lidera el emprendimiento y se apoya generalmente en su círculo inmediato -familia o amigos-, esto funciona como apoyo y es particularmente valioso si en este círculo se encuentran personas con experiencia en negocios o áreas afines; y esta es una lección aprendida que aplica para diversos tipos de negocio y en cualquier etapa de su ciclo de vida, rodearse de personas con conocimiento y que puedan ser objetivas, que tengan la libertad de expresar opiniones sobre aspectos estratégicos del negocio y que estas ideas sean insumo para la toma de decisiones.

Otro aspecto relevante en la dirección de los pequeños negocios, y que tiene un efecto significativo en las mujeres empresarias, es la administración del tiempo. Mucho se ha desarrollado el tema de los roles de la mujer que trabaja fuera de casa, más aún cuando decide iniciar su propio negocio; es vital que se logre balancear el nivel de responsabilidad y que se pueda contar con personas colaboradoras a los cuales delegar tareas, ya sea en el hogar o en el negocio, mejor si es en ambas. La distribución de las tareas no debe estar concentrada en la persona dueña del negocio, ya que el riesgo de sobrecarga de trabajo o errores por agotamiento pueden perjudicar la operativa de la empresa.

La capacidad de administrar el tiempo de una persona emprendedora se verá reflejado en los resultados, la persona que lidera el proceso debe estar enfocado en la visión estratégica y no tanto resolviendo los problemas del día a día, esto resta competitividad; si usted es una persona emprendedora analice cuanto tiempo de su día dedica a temas estratégicos y cuánto tiempo dedica a resolver dificultades.



Competencias emprendedoras: herramientas esenciales desde la niñez

Los mercados actuales, tanto laborales como comerciales, son sumamente exigentes en cuanto a los conocimientos y habilidades de quienes forman parte. Tanto emprendedores, empresarios y colaboradores, requerimos continuar desarrollando nuevas destrezas para mantenernos actualizados en lo que hoy se conoce como “producción industrial de servicios”, que se refiere a una economía basada más en la información y el conocimiento, que en un esquema productivo basado en la capacidad y el ritmo de las máquinas.

Cuando concluimos nuestra educación, muchas veces estamos bien equipados para un mundo más académico, que nos premia por lo que sabemos, pero mal equipados para un mundo comercial, que nos premia por lo que hacemos. Si bien las competencias académicas son muy necesarias, requerimos prepararnos con herramientas que nos permitan afrontar el futuro efectivamente, ya que los conocimientos o destrezas técnicas, mecánicas y prácticas, conocidas como *hard skills* o habilidades duras, ya no son suficientes para tener éxito.

Ante una sociedad orientada más a los servicios, se requiere de nuevas habilidades y destrezas por parte de las personas para que sean competentes. Algunas definiciones que pueden aportar a comprender la palabra competencia son:

a) Real Academia Española: “pericia, aptitud e idoneidad para hacer algo o intervenir en un asunto determinado”.

b) Organización Internacional del Trabajo (OIT): “una construcción, a partir de una combinación de recursos propios (conocimientos, saber hacer, cualidades o aptitudes) y recursos del ambiente (relaciones, documentos, informaciones y otros), que son movilizados para lograr un desempeño”.

c) Consejo Nacional de Rectores de Costa Rica (CONARE): “habilidades, conocimientos y destrezas que contribuyen a que una persona se logre desenvolver en el mundo en el que vive”.

Una familia, y en un nivel más macro, una sociedad, acoge dentro de la formación de sus ciudadanos ciertos comportamientos que son valorados como importantes, y que esperan trasladar o enseñar a las futuras generaciones. Bajo esta perspectiva, una competencia se puede definir como:

“la forma en la que una persona utiliza todos sus recursos personales y del ambiente para resolver de forma adecuada un problema”.

Así, deseamos que las generaciones futuras estén preparadas para adaptarse a las exigencias que se les presenten. Por lo tanto, es necesario equipar a las personas con las competencias genéricas para desempeñar un oficio o profesión, y además, con las habilidades blandas o soft skills que le permitan interactuar de manera exitosa con el ambiente en que vayan a interactuar.

Una persona emprendedora, en especial, requiere desarrollar estas competencias para lograr triunfar con su emprendimiento, y así ser fuente empleo, de generación de valor para sus clientes y aportar a la economía de un país. La etapa más creativa del ser humano es la niñez, y es la infancia también, el terreno fértil para sembrar la semilla de la conciencia social, del emprendimiento con valores y del fortalecimiento emocional para que logren cumplir sus sueños. Así, resulta esencial formar las competencias emprendedoras cuando somos niños, ya que es cuando nuestro carácter emprendedor se forma y resultarán las competencias blandas que tengamos de adultos, convertidas en nuestro espíritu emprendedor:

- Autoconfianza y autoestima
- Autonomía e iniciativa personal
- Desarrollo personal
- Toma de decisiones
- Capacidad de trabajar en equipo
- Capacidad creativa e innovadora
- Expresión y comunicación asertiva
- Capacidad para liderar y negociar
- Tolerancia a la frustración

Cuando un niño inventa juegos, desarrolla ideas innovadoras o crea personajes que forman parte de una historia: ¡está emprendiendo! Más importante aún, puede aprender a través de esos ejercicios que es posible lograr sus sueños, si esa semilla o idea es abonada consecuentemente y de manera correcta.

El emprendimiento es una filosofía de vida que se puede enseñar desde edades tempranas, aportando a la capacidad innata de crear, de innovar y de liderar de nuestros ciudadanos.





Inteligencia Emprendedora (IE)

Hablar de la Inteligencia Artificial (IA) está de moda. Los robots, algoritmos, 'blockchains' y realidad aumentada invaden el mundo, y millones de personas se quedan sin trabajo a raíz de la automatización. La tecnología elimina puestos claros, pero crea otros. No es que hay escasez de plazas sino de habilidades técnicas para ocuparlos. Entonces, ¿para quién es el futuro que estamos creando?

Según el Freelance Report 2017, en sólo 10 años, la mayoría de la fuerza laboral de los EEUU trabajará de forma independiente, como 'freelance'. Y de acuerdo al reporte del Oxford Internet Institute, durante el 2017 las grandes empresas aumentaron en un 26% el uso de plataformas de búsqueda de talento freelance. Estas empresas necesitan profesionales en nuevas disciplinas y algunas que todavía no existen: científico de datos, directora de conocimiento o, vigilante online y delegados de protección de datos, son algunas de las profesiones más apetecidas.

Sin inteligencia humana, no existe la inteligencia artificial. Y en esta línea, investigaciones del Foro Económico Mundial indican que las habilidades técnicas no son suficientes y que debemos prepararnos también en habilidades estratégicas (blandas). Pensamiento crítico, capacidad para resolver problemas complejos y para negociar, inteligencia emocional, trabajo en equipo, orientación al servicio, son algunas de estas características que se necesitan para tener éxito en el trabajo actual y sobre todo para el futuro.

Nuestra apuesta en Caricaco, es para las personas que cultivan la Inteligencia Emprendedora (IE), porque ellos tendrán mayores capacidades para cambiar junto a la evolución de su entorno. Esta inteligencia combina habilidades técnicas y blandas, y radica en prepararse de forma continua. Es tener mentalidad de crecimiento y crear equilibrio entre mente y corazón, conocimientos y pasión. Esta inteligencia atraviesa, transversalmente, toda actividad económica humana y genera nuevo valor a la sociedad, tanto en utilidades como en impacto. Sus proponentes son personas ambiciosas y éticas, son sensibles al mundo que los rodea, trabajan en una empresa y quieren sobresalir, o están dispuestos a tomar nuevos riesgos y trayectos.

Decía el astrónomo Carl Sagan, creador de la serie Cosmos, que “La curiosidad y el afán de resolver dilemas constituyen el sello distintivo de nuestra especie”. Estas características son la fuerza que mueve toda organización humana, y muchos de los dilemas que enfrentamos hoy, son de carácter ético. Respeto, solidaridad, son ejemplos de un marco ético en nuestras vidas, personales y profesionales.

Creo que la ‘Fuerza’ nos acompaña y que, al mejor estilo Jedi, somos la resistencia. A los abusos, a la injusticia, a la corrupción, a los gobiernos despóticos y represivos, y a los sistemas disfuncionales. También somos la respuesta, creando nuevas propuestas de innovación para enfrentar retos y cambiar paradigmas.

Hagamos una pausa en el camino. Estamos en un punto de inflexión porque, a raíz del comportamiento humano, estamos ante la sexta extinción masiva de especies en la Tierra. ¡En menos de 35 años no habrá peces que comer en el mar! Seamos conscientes de los hábitos que nos trajeron a este caos y de nuestra responsabilidad. Bien decía Albert Einstein que no podemos resolver los problemas de hoy con el mismo pensamiento que nos trajo a ellos. Tampoco con las mismas empresas, instituciones y sistemas.

Por eso desde Caricaco, los invitamos a desarrollar la inteligencia emprendedora, a combinar capacidades técnicas y de empatía. Cada intención, decisión y acción debe ser una en que siete generaciones hacia adelante vuelvan a ver para atrás con agradecimiento y orgullo. Trabajemos por un planeta distinto, por una metamorfosis colectiva y una humanidad nueva: sensible, sostenible y próspera. De nuestra inteligencia emprendedora depende la sobrevivencia de nuestra civilización.



Acuerdo de socios

En la mayoría de casos, ese cerebro emprendedor buscará amigos, conocidos y desconocidos para llevar a cabo su aventura emprendedora. Pero pocas veces hacen un alto en el camino para pensar en aspectos formales, principalmente en un “acuerdo de socios”, lo cual puede llegar a ser un error muy caro. Un acuerdo de socios es una negociación en la cual todas las partes que tengan, o vayan a tener derechos en la empresa, llegan a un contrato formal con el resto de integrantes.

¿Se necesita un abogado para establecer un acuerdo de socios?

No, no es necesario que un abogado lo haga. Un acuerdo firmado entre partes y con testigos tiene validez legal (esto puede tener sus variantes, según el país donde se haga).

¿Se necesita tener una figura mercantil (Sociedad Anónima) para hacer el acuerdo de socios?

No, no es necesario tener una sociedad. Es importante mencionar que el acuerdo debería estar en constante evolución, en donde una versión mejorada llegue a superponerse sobre la anterior, respondiendo a etapas de madurez de la empresa. Claramente, a cómo va avanzando el emprendimiento y haciéndose más compleja su estructura, es recomendable tener la guía de un profesional en derecho.

Puntos críticos para un acuerdo de socios 1.0:

1. Calidades de los socios: Normalmente se agrega el nombre completo, el número de cédula de identidad y la nacionalidad de cada accionista que participará en el acuerdo. Lo anterior es lo crítico, sin embargo, en cada país se valorarán otros detalles como el estado civil o el lugar de residencia.

2. Antecedentes: describe el contexto de cómo empezó la aventura emprendedora y bajo qué norte se estará trabajando. También se describen las razones por las cuales se quiere emprender (proyecto/emprendimiento/investigación) y de qué manera solucionan determinada problemática o se aprovecha una oportunidad.

3. Roles, aportes y responsabilidades: Es recomendable no complicarse demasiado por definir cuál será el CEO, pero sí por definir el rol de cada miembro en función de su aporte: encargado de diseño mecánico, director de diseño, coordinador de software, horas de trabajo, Propiedad Intelectual, capital u otros como el garaje o el sótano de la casa de uno de los socios.

4. Toma de decisiones: Es importante detallar cuál es el procedimiento para la toma de decisiones críticas, por ejemplo, que las decisiones se tomen por simple mayoría o bien, que se necesiten acuerdos por mayoría accionaria o por unanimidad.

5. Creación de Propiedad Intelectual: El acuerdo de socios deberá detallar que cuando se conforme la persona jurídica esta será la dueña (en lugar de los socios individualmente) de todos los derechos de Propiedad Intelectual que son desarrollados por los socios en el transcurso de su relación con el negocio.

6. División accionaria y "vesting": muchos emprendedores inician con el emprendimiento y tienden a repartirse el pastel en partes iguales desde el momento cero. Lo anterior puede ser un gran problema, ya que talvez alguno de los socios empezó muy motivado, pero por alguna razón se desmotivó o encontró mejores oportunidades en otro lado. Por lo anterior, se utilizan mecanismos para ir otorgando el capital accionario en función del tiempo, esto se conoce como vesting. Normalmente se manejan periodos de vesting de 4 años para acceder al 100% de las acciones. Algunos pensarán que no se puede hablar de acciones, si no hay sociedad mercantil propiamente constituida, sin embargo, en esta versión del acuerdo 1.0 lo que se acuerda es que ello registrará cuando eventualmente se realice la conformación de la sociedad anónima.

7. Principios de Conducta: es importante dejar claro algunas actuaciones y conductas (críticas) que podrían incurrir en sanciones e incluso en la desvinculación del negocio. Uno de los más importante es la no divulgación de información sensibles o de Propiedad Intelectual a terceros.

8. Salida de socios: aquí se detallan las diversas posibilidades para desvincular a un socio y define las alternativas bajo las cuales este se podría retirar voluntaria o involuntariamente. "Somos amigos, confiamos plenamente en el otro..." Noooo, si realmente quieren mantener la amistad y el buen trabajo en la empresa, la mejor forma es con la puesta en marcha de un acuerdo de socios. Esta acción permite establecer reglas claras y evita conflictos.



El futuro será redefinido por emprendedores que abracen la tecnología del mañana

La tecnología que tendrá el mayor impacto en las siguientes décadas ha llegado, y para sorpresa de muchos; no es una nueva red social, ni el Big Data, o la robótica, no es siquiera la Inteligencia Artificial. Esta tecnología es la base detrás de las populares divisas digitales como BitCoin y sus similares: Blockchain.

La tecnología Blockchain, y el gran movimiento de la “descentralización”, tiene el potencial de cambiar el mundo en formas que no hemos visto desde el inicio del Internet. Apenas estamos viviendo las primeras oleadas de tecnologías empoderadas por Blockchain y sus modelos financieros, y ya varios sectores han experimentado su poder disruptivo – desde el mercadeo hasta la manufactura, la industria de la salud y la energía, también las leyes y la contabilidad, sin dejar de lado el capital de riesgo hasta la música y la propiedad intelectual.

¿Qué es Blockchain?

Para poder explicar de que trata ésta tecnología, primero debemos aclarar uno de sus conceptos principales: “La Descentralización”, y como esta es la clave de la evolución del internet.

En las últimas décadas hemos vivido “El Internet de la Información”, y este consiste básicamente en la distribución de información, a través de redes que se interconectan entre si bajo la supervisión de un tercero al que todos los envueltos le ceden su “confianza” como mediador. Debido a esto nuestra información fluye en internet a la merced de los intermediarios centralizados, envueltos en procesos burocráticos que ralentizan transacciones simples y además son cada vez más vulnerables a ataques cibernéticos por parte de hackers mundialmente.

¿Pero que tal si existiera no solo una internet de información si no una “Internet de Valor”? Como un vasto libro contable global, corriendo en millones de computadoras, disponible para todos, y donde todo tipo de archivo o activo, como la música o el dinero; pudiera ser almacenado, movido, tramitado, intercambiado y manejado... Todo sin el poder de “poderosos intermediarios”, o en otras palabras Descentralizado.

Pues en el 2008 luego del Crash de la Industria Financiera, la tecnología del Blockchain fue creada como respuesta a un sistema financiero fallido ya que ésta traería una alternativa al mismo y a la vez el nacimiento del primer activo hospedado en Blockchain: Bitcoin. Empezando así una revolución que no se detendrá.

La manera en la que Blockchain se ha ganado la confianza de más y más personas alrededor del mundo, es través de una “Cadena de Bloques” de información altamente encriptada, que deja una copia exacta de todas las transacciones hechas entre usuarios, repartida entre todos los “nodos” envueltos en dicha red. Cada vez que hay un cambio en alguno de los bloques, este es actualizado, confirmado de manera cruzada entre toda la red, encriptado al más alto nivel y agregado a la cadena. Esto la hace virtualmente imposible de “hackear” ya que debería de poder violarse los altísimos niveles de seguridad de todas las copias simultáneamente sin importar donde se encuentren en el mundo y a la vista de todos sus usuarios.

Alrededor del mundo muchas compañías han empezado a experimentar y adoptar esta tecnología dentro de sus modelos de negocios, e incluso han iniciado completamente nuevos productos y servicios alrededor de Blockchain.

En vista de la increíble oleada de innovación que se avecina, The Founder Institute ha abierto las puertas nuevamente de su Programa de Emprendimiento reconocido mundialmente, a emprendedores costarricenses dispuestos a experimentar e innovar no solo con Blockchain, si no con las últimas tendencias tecnológicas que están marcando un antes y un después en el mundo.

The Founder Institute es la Aceleradora de Startups Premier en el mundo para compañías en su etapa pre financiamiento. Desde el 2009 hemos ayudado a más de 3,300 compañías a recaudar más de \$700M en financiamiento y a construir algunas de las empresas de mayor y más rápido crecimiento a nivel mundial. Con operaciones desde Silicon Valley y con presencia en más de 60 países, la misión de The Founder Institute es “Globalizar Silicon Valley” y empoderar personas talentosas y motivadas en construir compañías de impacto que generen más de un millón de empleos alrededor del mundo.

Los interesados pueden aplicar en cualquier momento al capítulo de Founder Institute San José a través del sitio http://fi.co/apply/san_jose. Todo el que aplique previo a la Semana Global De Emprendimiento 2018 será elegible para una variedad de becas – Incluyendo la Female Founder Fellowship, la cual se ofrece a la aplicante mujer con mejor calificación.





Fracasar con propósito en esta 4ta revolución industrial

La importancia de adquirir y desarrollar habilidades en la 4ta revolución industrial es apremiante y abarca diferentes áreas, sobretodo en temas de emprendimiento e innovación. Para poder competir, sobresalir y mantenerte a pie de flote, es necesario tener claro cuáles son las habilidades, los conocimientos y las competencias que se nos exige actualizar constantemente. La 4ta revolución industrial ha venido a cambiar las formas en que hacemos negocios, la manera en que nos comunicamos, las formas de producción, las formas de vender y ofrecer servicios, y de igual forma nos exige estar preparados y preparadas para poder responder ante los cambios constantes del día a día.

La 4ta Revolución Industrial también cambia la forma en que deberíamos emprender e innovar, y para ello necesitamos contar con diferentes habilidades. Según el Foro Económico Mundial más del 35% de las habilidades que hoy se consideran importantes habrán cambiado para el 2020. Las 10 habilidades que más se demandarán en el 2020 son:

1. Solución de problemas
2. Pensamiento crítico
3. Creatividad
4. Manejo de Personal
5. Coordinación de equipos
6. Inteligencia emocional
7. Juicio y toma de decisiones
8. Orientación de servicios
9. Negociación
10. Flexibilidad cognitiva

¿Pero qué tiene que ver el fracaso con el desarrollo de estas habilidades o con el emprendimiento? Para emprender no sólo hace falta tener los recursos, medios y conocimientos en cualquier área en la cual se desee emprender.

El camino del emprendimiento en muchos de los casos está lleno de obstáculos y sí, muchos fracasos. Según el estudio Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Reporte Nacional de Costa Rica 2012: La Situación del Emprendimiento en Costa Rica, en Costa Rica la tasa de mortalidad de emprendimientos en los primeros tres años de vida es del orden del 80%. Se nos ha enseñado que el fracaso es algo sumamente negativo y es lo peor que nos puede pasar. El fracaso se define como un suceso lastimoso, inopinado y funesto, pero realmente es necesario empezar a verlo desde otro lugar, donde veamos la necesidad de fracasar, para mejorar y seguir adelante.

Muchas personas deciden no emprender por miedo al fracaso o continuar con sus emprendimientos por haber atravesado por uno o varios fracasos. Sin embargo, el éxito y la estabilidad se construyen sobre aprendizajes y lecciones. Y son justo estos aprendizajes que si sabemos ponerles atención nos permitirán ir desarrollando estas habilidades necesarias, fundamentales y obligatorias para emprender o seguir emprendiendo.

El fracaso es nuestro aliado en la medida que sepamos cómo lidiar con él, entendamos su propósito en nuestro camino y en nuestras vidas. Sí, fracasar nos ayuda desarrollar habilidades con propósito, desarrollar más conocimiento, más intuición y nos permitirá tomar decisiones más certeras o adecuadas, a analizar mejor cada negociación o problema al cual nos afrontamos, nos ayudará a construir una mejor inteligencia emocional, nos ayudará a innovar y ser más creativos en lo que hacemos y cómo lo hacemos, y de igual forma nos permitirá estar abiertos/as a mejorar y cambiar cuando se nos exija.

No le tengamos miedo al fracaso, es parte del camino, es necesario para hacernos más fuertes, resilientes y se puede llegar a convertir en el mejor consejero en cuanto sepamos aprender y escuchar con atención qué es lo que nos quiere decir cada fracaso.

Perdamos el miedo, y fracasemos con propósito.





TESTIMONIOS & PERFILES

DE EMPRENDEDORES



GLOBAL
ENTREPRENEURSHIP
NETWORK



ANDRÉS MUÑOZ. Soy fundador de Gricket House, que ofrece una solución a problemáticas mundiales como la desnutrición, el hambre y que además busca mitigar el calentamiento global empleando una fuente de proteína y nutrientes que se obtiene bajo una producción sostenible: grillos; elaborando productos a base de este insecto pulverizado. En enero 2017 nos dimos cuenta del potencial que tienen los insectos en el ámbito alimenticio y el bajo costo de producción, así como el aporte positivo en temas ambientales, por esta razón meses después decidimos iniciar con este proyecto.

Costa Rica es un país que se ha quedado atrás en innovación porque muchos le temen a romper paradigmas; somos fieles creyentes de que lo mejor de emprender en un país con esas condiciones es tomar el riesgo e ir más allá de nuestros propios límites. Uno de nuestros mayores retos ha sido, sin duda, la cultura conservadora y los tabúes con respecto al consumo de insectos, sin embargo Gricket House ha tenido mucha aceptación en el mercado.

YAHAIRA ABRAHAMS. Soy la fundadora de NIU Tops Tejidos, una empresa de sueters tejidos exclusivos, confeccionados con hilos de alta calidad con diferentes tallas y estilos para todas las edades, además de una línea de uniformes para escuelas, colegios y empresas. Decidí emprender porque siempre anhelé tener mi propia empresa, que conocieran mi producto y a la vez apoyar a mi familia. Sin embargo, no ha sido fácil. A lo largo del camino tomamos múltiples retos, donde lo más bonito es poder buscar la forma de competir en Costa Rica con productos similares de países donde la materia prima y la mano de obra es mucho más barata.



No obstante, gracias a la calidad de nuestro producto, contamos con clientes satisfechos y día con día asumimos el reto de dar a nuestros clientes el mayor esfuerzo para ofrecerles calidad y buen precio, pero sin duda con en el principio la parte económica es la más dura a la hora de emprender, con tipos de cambio que varían encareciendo nuestra materia prima. Esforzarse es la clave para darle a nuestros clientes lo mejor continuamente.



KEVIN ALFARO. Soy cofundador de Narwix, un ambicioso emprendimiento de cuatro personas apasionadas por la innovación tecnológica y la idea de cambiar el mundo. Desarrollamos dispositivos de comunicación y localización subacuática, portátiles y capaces de formar redes, con el objetivo de crear un nuevo ecosistema: El internet de las cosas bajo el agua, que viene a resolver problemáticas en áreas del buceo, protección ambiental, investigaciones y muchas otras relacionadas al mundo submarino. Creemos en la idea de desarrollar algo con potencial para resolver muchas problemáticas importantes e impactar a nivel global.

Desde el inicio tuvimos el reto de capacitarnos en distintas áreas de negocios, tuvimos que encontrar un equilibrio entre los estudios, el trabajo y nuestro emprendimiento y ha sido todo un desafío conseguir los recursos necesarios para continuar. Empezar ha sido una travesía y en nuestro país que es mundialmente conocido por la calidez de las personas, con nuestro emprendimiento hemos tenido la necesidad de conversar con expertos en áreas muy distintas a lo que estábamos acostumbrados, hablamos con buzos, científicos, ambientalistas y en todo momento recibimos el apoyo que necesitábamos. Nos gusta la idea de que Costa Rica sea un país pionero en el internet de las cosas bajo el agua.

XAVIER RUBIO. A finales del año 2016 decidí emprender. Fue en ese momento que nace Pixdea, con el objetivo de fabricar poderosas experiencias tanto en la industria educativa, revolucionando en la manera del cómo los estudiantes aprenden, como en la industria inmobiliaria, innovando en la forma de cómo vender cualquier tipo de proyecto. Creamos estas experiencias utilizando Realidad Virtual, donde a voluntad podemos inducir a un comprador el deseo por una propiedad inmobiliaria específica y donde también inducimos de forma eficaz conocimientos a los estudiantes a través de una experiencia de aprendizaje inmersiva.



La tecnología es una de mis pasiones por el poder que posee en crear grandes cambios y es cuando me percaté que los procesos de venta en el sector inmobiliario pueden mejorar con el uso de tecnologías emergentes como la realidad virtual. Costa Rica tiene un gran potencial, especialmente cuando se compara con países de la región. Esto permite obtener márgenes muy interesantes en la prestación de servicios y acceso a mucho talento formado que potencia las empresas en crecimiento. El principal reto ha sido la comunicación de los beneficios de nuestros servicios, esto debido a que los clientes en su mayoría desconocen la tecnología. Por ello, muchos de nuestros esfuerzos han sido destinados a educar a nuestros clientes.



BERNARDA. Soy fundadora de Baiz, un negocio con un gran equipo donde diseñamos nuevas ideas y productos para desarrollarlos con responsabilidad. Entregamos elegancia y comodidad, con sandalias tejidas en crochet, hechas a mano, utilizando técnicas innovadoras, perfectas para mujeres que buscan desde la primera puesta algo diferente, de diseño exclusivo y con opciones de colores. Emprendimos por pasión y por la oportunidad para crecer e iniciar nuestro propio negocio, más allá de ventas a conocidos.

Lo más bonito de emprender es dar a conocer nuestro producto en este lindo mercado que es Costa Rica y ver que es aceptado y le gusta a las personas. Hemos asumido varios retos principalmente en la fabricación del producto, ya que no hemos encontrado un solo ensuelador como el que buscamos. Hay pocos tipos de suelas como las nuestras y lo que queremos es dar a conocer el producto de forma más innovadora sin perder calidad.

JOSE FRANCISCO NOBOA. En BoaPaz somos personas ordinarias haciendo lo extraordinario. Somos Agentes de Cambio, combinamos el activismo, el hacktivismo, el líder, el influencer, el embajador, la libertad, la empatía, el solidarismo y el cooperativismo con el propósito de lograr una sociedad basada en Derechos Humanos y de Accesibilidad a Recursos. Es por esto que nos definimos como el primer Modelo 100% de Responsabilidad Social, en el cual todos los ingresos son reinvertidos para multiplicar casos de éxitos. Si demostramos ser exitosos como emprendedores, empresarios, o empleados, estaremos implícitamente luchando por nuestros derechos.



El solo hecho de emprender es una montaña rusa de emociones encontradas. La vida nos muestra oportunidades y hay que encararlas valientemente. La vida nos muestra personas y hay que compartir la visión, hay que rodearse de inteligentes, empáticas y apasionadas... de personas que dejan huella en la gente. El camino del emprendedor está lleno de cosas bonitas y no tan bonitas. La gente ve el éxito, el reconocimiento, la prosperidad y el estilo de vida que se ha logrado, pero no se dan cuenta que detrás de eso hay muchísimas cosas que se dejaron de hacer, amigxs que se perdieron, salud deteriorada y mucho estrés, y puertas que se cerraron y ventanas que se abrieron, pasión que se restituyó, stamina que te dio energía, nuevos amigxs que se ganaron, aliados que se asociaron y personas a las que le llegaste al alma.



ALEX SOLANO. Soy el fundador del Árbol English School, una academia de inglés en Turrialba, Cartago. El Árbol se caracteriza por ir más allá de la enseñanza de un segundo idioma por medio de nuestro método estudiamos distintos temas de interés social para promover el pensamiento crítico. En El Árbol trabajamos con contenidos sobre justicia social tales como no a la xenofobia, machismo, equidad, racismo, resolución de conflictos, comunicación no violenta, entre otros.

Iniciando en enero del 2016, El Árbol y su método han impactado, en muchos casos por medio de becas, a personas jóvenes de la zona de Turrialba, sin embargo también ha trascendido fronteras trabajando con personas de Colombia, Honduras, España, Nicaragua, República Dominicana, entre otros. En el 2018 fui escogido por la Embajada de Estados Unidos para representar a Costa Rica en el programa Jóvenes Líderes de las Américas (YLA, por sus siglas en inglés). YLAI me dio la oportunidad de crecer profesionalmente, intelectualmente, y emocionalmente en la hermosa ciudad de Portland Oregon, donde no solamente compartí mi conocimiento sino también donde tuve la oportunidad de aprender de un gran número de organizaciones no gubernamentales que al igual que El Árbol trabajan fuertemente por un cambio social y económico

PABLO VALLEJO. Primero, creo y he sondeado con otros, que ser emprendedor es algo que se trae en el ADN, un talento innato, que nos permite pese a las caídas, errores, críticas y comentarios negativos (Que siempre habrán) levantarnos y seguir adelante con un norte, hasta lograr nuestro objetivo. Pero más importante que esto, debido al éxito que logremos tener, es que todo surge para mejorar y ayudar social o medio ambientalmente a otros, el país y claro el mundo y creo que ahí es donde la mayoría de emprendedores generan un impacto y se diferencian de una simple persona de negocios, además del soporte a otros para llegar a cumplir lo mismo o más.



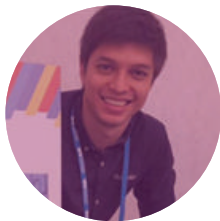
Si está en el ADN que nada ni nadie limite esa idea o bien alguna otra que sea aún mejor, que definitivamente llegará.



ANA LUCÍA GONZÁLEZ. Arquitecta graduada de la Universidad de Costa Rica, con énfasis en Urbanismo. Desde el colegio y durante toda la universidad me he interesado en realizar voluntariados de carácter social y ambiental, trabajando con niños de necesidades especiales en la Escuela Centeno Güel y en comedores infantiles en Río Azul. Soy parte de la Asociación de Desarrollo de mi comunidad en San Pedro de Montes de Oca y participo activamente en programas de la municipalidad.

Soy madre y parte de una familia emergente que junto a mi compañero creamos nuestra propia empresa, un estudio de diseño y construcción en arquitectura. Ganadora en el 2017 del Lab Nosotras Women Connecting y seleccionada como una de los 250 emprendedores más innovación y de impacto social en Latinoamérica y el Caribe. Orgullosa de mi país y mis tradiciones. Fiel creyente del trabajo en equipo y gran trabajadora por mis valores.

ANDRÉ INFANTE. Soy co-fundador y director de animación de Studio Ático, un estudio de animación digital y producción de video. Desde pequeño, me encantaban las series y cartoons y a los quince años, comencé mi carrera. Estudié diseño y tomé mis primeros cursos en post-producción y 3D. Obtuve mi primer proyecto y cliente ese mismo año y desde entonces trabajo en la industria. Tengo una licenciatura en animación digital de la Universidad Veritas y fundé Studio Ático, con un amigo y compañero de tesis, Roberto van der Laet, en noviembre del 2014.



Desde entonces hemos trabajado en distintos tipos de proyectos y clientes como Auto Mercado, Sociedade Portuaria Caldera, Pops, Nutrisnacks, y Café Britt entre otros. En 2018 fui escogido como uno de los jóvenes líderes de América, el programa YLAI. Estuve un mes en Albuquerque, New Mexico y aunque en esta ciudad no hay una fuerte industria de animación digital, la experiencia fue increíble. El desarrollo personal y profesional es inexplicable. Tuve la oportunidad de reunirme con personas en la industria de publicidad y video, di un workshop de animación, conocí la ciudad y logramos asistir al evento más grande: el International Balloon Fiesta. En definitiva estas fueraon 4 intensas semanas que cambiaron mi vida, y le recomendaría a cualquiera una experiencia igual en el extranjero.



ASECRI

ASOCIACIÓN DE EMPRENDEDORES DE COSTA RICA

ECOSISTEMA DE EMPRENDIMIENTO

Es todo aquello que influye y forma parte activa en la creación y desarrollo y escala de emprendimientos y emprendedores en un contexto físico determinado.

Incluye en sus elementos no solo a los actores de fomento, capacitación, acompañamiento y financiamiento, sino abarca además figuras como el mercado, emprendedores y empresas, y se ve afectado por las condiciones políticas y socio-culturales del mismo contexto.

El ecosistema, no obstante, depende de (y se mide su tamaño y fuerza a partir de) las relaciones entre todos estos elementos y el grado de sinergias generadas o posibilidades. Es decir, un ecosistema grande y fuerte no es aquel que suma muchos actores individuales o independientes, sino aquel que goza de numerosas y variadas relaciones entre los mismos.

ASECRI, la Asociación de Emprendedores de Costa Rica, invita a todas las personas que están emprendiendo o que han emprendido a unirse, colaborar y tomar acción formal en pro de la prosperidad y la optimización del ecosistema emprendedor nacional.



GLOSARIO

PARA EMPRENDEDORES EN CR





¡Bienvenidas y bienvenidos!

El presente glosario se elabora como una base, específicamente a propósito del ecosistema emprendedor costarricense, con el objetivo de una comunicación más precisa entre sus actores.

Aunque sea tan vernacular y tan único dentro del marco temporal y grado de madurez del ecosistema en sí, más allá de los modismos y necesidades de ajustarse a su muy estricta realidad, en muchos casos alude a la Real Academia Española (RAE), en aras de respaldar algunas acepciones que han sido desvirtuadas por el abuso, desuso o mal uso.

Todo lo anterior en el más puro afán de la obtención de más exitosas y abundantes empresas de oportunidad basadas en el conocimiento intensivo. Por ello siempre veremos un enfoque hacia Conocimiento, Intensivo, Empresas y Negocios (CIEN), lo que de manera obvia involucra un impacto social directo a través del mercado y sostenido a partir de la generación de riqueza y lucro.

Aceleración

Acelerar es la capacidad de dar mayor velocidad a una facturación en función de su repetición y escalamiento. Es decir: Cuando una empresa tiene facturación repetible y escalable está lista para ser acelerada dentro del mercado. Por ello es una etapa posterior a la incubación, pues requiere de una facturación ya existente.

Por lo tanto la aceleración se refiere al proceso con que se le aumenta la velocidad a un emprendimiento dentro del CEA (crecimiento empresarial asistido), en términos como:

- a) Las métricas cuantificables de sus ventas en el tiempo.
- b) La escalabilidad y repetibilidad de su facturación.
- c) El porcentaje del mercado abarcado.

Estos indicadores -en la dirección de llevar al emprendimiento como empresa consolidada en el mercado- son cuantificados, controlados y exigidos en aras de aumentar la velocidad con la que la empresa crece.

Importante: No confundir aceleración con incubación. Ver definición de incubación aparte.

Son tres las etapas integrales de la aceleración:

- Emprendimiento (0)

Se trata de una iniciativa que ya está facturando, aunque no necesariamente reeditando ganancias, pero es requisito que esté facturando para considerar un proceso de aceleración.

- Crecimiento dinámico (+1)

Justo es la etapa de la aceleración que procura la repetibilidad y escalamiento de la facturación.

- Consolidación de participación de mercado (+2)

Acá redunda el propósito final de la aceleración al alcanzar esta etapa que, aunque de matices un tanto utópicos, presupone que el escalamiento fue satisfactorio y que el negocio dentro del emprendimiento reedita según las métricas supuestas para dicha iniciativa. Es decir, sólido en su facturación (o modelo de monetización) y con una adecuada participación en el mercado.

Acuerdo de accionistas (SHA, por sus siglas en inglés).

Sociedad que se constituye de hecho amparada por un acuerdo de todas las partes (socios fundadores, recurso humano crítico que recibirá acciones contra cumplimiento de hitos, posibles inversionistas). Al emprender no siempre es necesario recurrir a la constitución de una empresa desde el comienzo para ordenar los intereses, obligaciones y derechos de todas las partes. En muchos casos un buen acuerdo de accionistas preparado con el adecuado acompañamiento legal puede hacer las veces de respaldo necesario para ponerse en marcha sin constituir, hasta que sea realmente necesario, una sociedad en el registro público. Este acuerdo, de hecho, puede pautar los lineamientos de la futura sociedad quien, además en el caso de empresas de oportunidad basadas en conocimiento, suele ser propietaria de la nueva tecnología y donde se capta capital para desarrollar “el músculo” de la nueva empresa.

Capacitación

Capacitar es crear las aptitudes en los emprendedores que les permitan alcanzar sus metas y objetivos. En la capacitación quien capacita sólo debe facilitar ese proceso sin figurar en él. Es decir, capacitar al alguien es ampliar con más aptitudes la visión que ya tiene, sin que quien capacita pretenda cambiar esa visión.

Definición de la RAE

1. tr. Hacer a alguien apto, habilitarlo para algo. U. t. c. prnl.

Real Academia Española © Todos los derechos reservados



CODe (Comprador óptimo definido)

Ese primer negocio, que se sustenta en una necesidad, encuentra su oportunidad en el mercado en tanto se conciba, desde su etapa de emprendimiento, basado en los parámetros dados por un verdadero actor de mercado (Comprador Definido) que conoce las exigencias y necesidades del mismo (ya sea en costos, funcionamiento, facilidades o características). Contar con compradores definidos (ni potenciales, ni basados meramente en estadísticas o perfiles) es crucial, al tratarse de casos reales con necesidades reales e intenciones reales de compra. Dentro de esos compradores existe un comprador cuyas condiciones para llegar de manera efectiva al mercado -más allá de los sueños y el papel- cuyo perfil, escala y rol como actor de mercado lo hacen óptimo. El contar con intenciones de negocio claras y concretas con ese actor de mercado le brinda al emprendimiento una palanca sustancial y verdadera desde un principio. Ese CODe (comprador óptimo definido) es la contraparte de ese primer negocio con que arranca propiciamente un emprendimiento.

Creatividad e inventiva

La creatividad e inventiva suelen ser confundidos con el emprendimiento y la innovación, por esto es trascendental dimensionarlas bien y aclarar las diferencias más relevantes. Si bien es cierto se puede crear una empresa o una industria, esto no implica que toda persona creativa, salvo en los casos mencionados, sea emprendedora. De hecho hay personas que crean múltiples soluciones sin ser capaces de hacer negocios a partir de ello.

Dentro del vernáculo del ecosistema emprendedor es válido, por lo tanto, decir que todo emprendedor crea empresa -facturando y generando un efecto en el mercado- pero no todo creativo emprende. Caso semejante sucede con las personas inventoras, tanto así que hay personas que inventan en serie sin colocar nada en el mercado.

En resumen, en la creatividad e inventiva radican muchas de las posibles ventajas que tendría cualquier emprendimiento cuando se prepara para llegar al mercado.

Emprendedor, ra

La persona emprendedora, en su trasfondo etimológico, es quien se mete en y atrapa algo para hacer que se haga. Es decir, a lo tico: Quien se mete de jupa a realizar algo. En especial cuando hay éxito, suele hacerlo porque tiene visiones claras de una realidad y de una oportunidad que otros no tienen.

Dentro del ecosistema, en especial, se refiere a la persona que ha superado, de acuerdo con lo preestablecido, las primeras tres etapas de un emprendimiento (clarificación, generación y desarrollo) y está, por ende, en condición de iniciar un emprendimiento real, facturando.

Definición de la RAE

1. adj. Que emprende con resolución acciones dificultosas o azarosas.

Real Academia Española © Todos los derechos reservados

Emprendimiento

Acción del que emprende y se determina a hacer y ejecutar, con resolución y empeño, alguna operación considerable y ardua. En el caso de empresas de oportunidad, lo hace especialmente con fines de lucro, es decir, a manera de negocio.

El emprendimiento suele ser un proyecto que se desarrolla con esfuerzo y, en algunos casos, superando diversas dificultades, con la resolución de llegar a un determinado punto. Es decir, no suele ser el resultado de lo espontáneo o de la simple casualidad.

El uso más habitual del concepto aparece en el ámbito de la economía y los negocios. En este caso, un emprendimiento es una iniciativa de un individuo que asume un riesgo económico o que invierte recursos con el objetivo de aprovechar una oportunidad que brinda el mercado.

Emprendimiento y la economía creativa.

Incluye tanto a las industrias culturales como a las creativas y genera crecimiento económico al mismo tiempo que promueve la inclusión social, la diversidad cultural y el desarrollo integral (también se la conoce como Economía Naranja).

Sectores de la Economía Creativa.

En Costa Rica se identifican 13 sectores culturales: Artes Escénicas, Artes Visuales, Audiovisual, Creación, Diseño, Editorial, Educación Cultural y Artística, Juegos y Juguetería, Música, los Patrimonios Natural, Inmaterial y Material y Publicidad.

Emprendimiento Cultural.

Son iniciativas o proyectos culturales y creativos con un plan de viabilidad que los hace económicamente sostenibles o en vías de serlo. Generalmente están basados en una institución o empresa cultural (UNESCO, 2014).

Gestionar

Gestionar lleva asociado en sí mismo el concepto de proponer y ejecutar todas las acciones necesarias para lograr una meta. Es más que administrar, es administrar poniendo el sudor y la sangre para cumplir los objetivos.

Gestión

La noción de gestión, por lo tanto, se extiende hacia el conjunto de trámites que se llevan a cabo para resolver un asunto o concretar un proyecto. La gestión es también la dirección o administración de una compañía o de un negocio.

Gestión= Administración + Empuje



Hito

Es todo punto predefinido dentro del proyecto o emprendimiento que marca un momento de inflexión o elemento crítico para toma de decisión por parte de la gestión del proyecto. Es un punto único e inalterable que tiene un resultado concreto esperado. Puede estar definido en forma de entregables, resultados específicos, metas económicas o cualquier otro elemento tangible que permita su análisis y comprobación.

El cumplimiento de hitos permite pasar en forma estructurada de una etapa a otra del emprendimiento, siempre contra la confirmación del cumplimiento de métricas objetivas (cantidades por mes, horas por producto, dólares por vendedor, entre otros).

Incubación

Se refiere a la capacidad de un sistema de procurar lo necesario para que, dentro del CEA, una iniciativa de negocio alcance su capacidad de emprendimiento - muchas veces desde su concepción-.

Definición de la RAE

Incubar

(Del lat. incubāre).

1. tr. Dicho de un ave u otro animal ovíparo: Calentar los huevos, generalmente con su cuerpo, para que nazcan las crías. U. t. c. intr.
2. prnl. Dicho de una enfermedad: Desarrollarse desde que se contrae hasta que aparecen los primeros síntomas.
3. prnl. Dicho de una tendencia o de un movimiento cultural, político, religioso, etc.: Iniciar su desarrollo antes de su plena manifestación.

Real Academia Española © Todos los derechos reservados

Son cuatro etapas integrales las de la incubación:

- Clarificación (-3)

Es donde se amplía la visión del emprendedor con el debido acompañamiento asistido (para purgar de cochinadas la nebulosa de proyecciones que se tiene) y así poder obtener un CODe (Comprador Óptimo Definido) competitivo, o una prueba de mercado con suficientes clientes finales y una clara definición de la oportunidad de negocio (DON). Esta etapa se da por finalizada cuando el emprendedor cuenta con el reconocimiento (generalmente en una carta de intenciones) de parte de quienes financian, al constatar que la visión del emprendimiento se ajusta apropiadamente y con toda claridad a los parámetros de la clientela y existe una verdadera oportunidad de negocio. Es la antepenúltima etapa de antes del emprendimiento en sí.

- Generación (-2)

Es la penúltima etapa de la incubación y su principal objetivo es producir un prototipo de alta definición que cumpla con los parámetros del CODE o de los clientes finales. Esta etapa se da por concluida una vez que la clientela da por satisfactorio dicho prototipo.

- Desarrollo (-1)

Consiste en el crecimiento de la iniciativa hasta alcanzar las carteras de producto, de proveedores, adecuados colaboradores y, en especial, clientes que permitan todo lo necesario para avances significativos con cada aporte de recursos (de todo tipo) que reciba la iniciativa. La única diferencia sustancial entre esta etapa y la siguiente de emprendimiento es que, aunque inminente a empezar, la iniciativa aún no se ha estrenado a facturar. Es la última etapa previa al emprendimiento.

- Emprendimiento (0)

Entiéndase cuando se da el verdadero emprendimiento, inmerso en el mercado e interactuando con éste a través de su facturación. En resumen, una iniciativa que ya está facturando, aunque no necesariamente redituando ganancias. Cabe destacar que, rayando la necesidad, es requisito que esté facturando para considerar exitoso cualquier proceso de incubación.

Innovación

Toda ventaja competitiva empresarial que ha sido asumida por los consumidores podría considerarse innovación. Es decir, si no ha llegado a las manos de los consumidores, no es innovación. Y para los propósitos específicos de este documento, de no generar una ventaja competitiva para el lucro de las empresas o de un sector o institución, no es innovación. A manera de ejemplo la investigación pura, dentro de esta estricta definición, carece de innovación al no ser capaz de llegar hasta el mercado.

La innovación, por lo tanto puede ser de producto, de modelo de negocio, de canal de distribución, de acceso al mercado, entre otros, toda vez que redunde en una ventaja y que impacte el mercado.

Se le considera disruptiva cuando trasciende el orden de ser simplemente una ventaja y permite que un producto, empresa o sector saque por completo a un líder análogo del mercado.

Definición de la RAE

Del lat. innovatio, -ōnis.

1. f. Acción y efecto de innovar.
2. f. Creación o modificación de un producto, y su introducción en un mercado.

Real Academia Española © Todos los derechos reservados



Inversión

Para efectos de la presente guía es necesario, en aras de definir inversión, empezar por resaltar lo que no es. Específicamente la inversión no es un crédito pues los reembolsos no son requisito estricto como en los préstamos, ni funciona por instrumentos crediticios; no es una donación porque, a diferencia de estas, los inversionistas si esperan retribución y ganancia de lo invertido en el capital social de la empresa (o spin off).

En resumen las implicaciones de inversión son las siguientes:

1. Conformación de un capital social compuesto por el/los inversionistas y el dueño de la empresa (o spin-off o emprendimiento).
2. Crecimiento conjunto.
3. Relación en un plazo definido por la tenencia de las acciones.
4. Relación basada en ciclos de compromiso.

A continuación se presenta una serie de definiciones para efectos del presente glosario, que sin ser completamente exactas, de manera conjunta se ajustan a la realidad contemporánea de la cultura emprendedora costarricense, dentro de la economía abocada a la generación de riqueza.

Inversionista o inversor

Este término que varía según la región global donde se le use, y que en el caso de Costa Rica suele ser mayoritariamente inversionista, se refiere a la persona (generalmente física aunque puede ser jurídica) que se dedica a la colocación de recursos en procura de promover o favorecer una actividad, esperando a cambio lucro para sí misma. Aunque hay inversionistas que no persiguen el lucro, esta definición al igual que el resto relacionadas con inversión, están enfocadas a lo que gira alrededor de la generación de ganancias.

Rondas de inversionistas

Las rondas de inversionistas son sesiones de intercambio de los emprendedores con los inversionistas. Suelen ser convocadas por incubadoras y clubes o redes de ángeles que las organizan para procurar la inversión en los emprendimientos o empresas generadoras de riqueza. En la mayoría de los casos las rondas están precedidas de la circulación de información de los proyectos o emprendimientos o empresas, en aras de los recursos oportunos para la materialización del negocio.

Una vez que los inversionistas han demostrado un apetito por casos específicos se procede a convocatorias donde uno o varios inversionistas atienden a los proyectos de uno en uno, aunque haya modalidades más histriónicas con escenarios donde un proyecto lucha contra otro, o varios, por la atención de los inversionistas.

El propósito de las personas que emprenden o desarrollan su empresa o proyecto es conseguir inversión directa para llevar a cabo el negocio. El propósito de los inversionistas durante la ronda es ampliar su portafolio de proyectos invirtiendo directamente en los negocios que les son interesantes.

Capital semilla

Se refiere al capital que debe ser aportado a una idea o proyecto, por lo general cuando este aún no ha generado ingresos por ventas, para su estructuración, generación de prueba de concepto y materialización futura. Usualmente se consume durante las etapas de clarificación y generación dentro de la incubación. El capital semilla suele ser manejado bajo conceptos más específicos pero destacan en particular dos.

Capital semilla institucional

Se trata de los dineros aportados en especial por instituciones públicas en los procesos de promoción de nuevas empresas.

Capital ángel

Se refiere a dineros aportados en etapas muy tempranas, por lo general por individuos o personas jurídicas privadas.

Capital de riesgo

Se refiere al aporte de capital monetario que se hace a un negocio ya estructurado para que logre su consolidación como empresa y que así genere más allá de su primera facturación.

Rondas o series de inversión

Una vez que se ha materializado los hitos objetivo del capital de riesgo existe una serie de rondas de inversión subsiguientes que permiten capitalizar el negocio hacia nuevas metas. Aunque en la mayoría de los casos ocurren una vez haya existido facturación, para así abocarse a escalar, en realidad se les ajusta en cada caso. Por ejemplo en algunos casos las primeras rondas suceden antes de que se dé la primera factura. Comúnmente las rondas son identificadas por un consecutivo en letras, así pues se habla de Serie A para la primera, Serie B para la segunda y así sucesivamente.

Club de ángeles

Se refiere a un grupo de inversionistas que operan en un círculo (en ocasiones informalmente o de hecho y en ocasiones bajo la estructura de una cédula jurídica), quienes evalúan proyectos varios y deciden, en sus intereses, cuáles proyectos desean invertir, con inversión directa. Es decir, aunque el "club" les aporte conocimiento, validación, acompañamiento y seguimiento, no es el club el que capta para luego invertir. Además, cada club tiene sus propias políticas, pero suelen tener operadores que manejan y conviven de cerca con el emprendimiento para evaluar sus avances y realizar los desembolsos.



Red de ángeles

Las redes de ángeles inversionistas constituyen están más cerca de ser, en ocasiones concretamente lo son, un fondo de inversión con su capital y aquellos encargados de operar el fondo son quienes deciden en qué proyectos colocarlos, por lo que la colocación de la inversión puede considerarse indirecta.

Métrica

Una métrica en un proyecto es una unidad de medida que se define para conocer el avance o los desvíos con respecto al plan original, puede ser en términos económicos, de resultados de pruebas, de permisos obtenidos, en fin de cualquier tema que se considere puede brindar las herramientas para decidir el avance, corrección o cancelación del proyecto.

La métrica tiene que ser definida de forma que se pueda medir en forma efectiva, se pueda relacionar con objetivos o hitos específicos y tenga plazos o periodos definidos de tiempo para su ejecución. En pocas palabras, debe ser medible, relacionable y estipulable en el tiempo.

Monetización

La monetización suele usarse cuando otra moneda se constituye en una alternativa a la métrica de facturación en dinero. Ya que el dinero es sólo uno de muchos actores en la generación de riqueza, no toda riqueza depende o se mide en dinero. Ejemplos son actividades económicas donde las métricas de éxito son “usuarios”, “imagen”, “presencia”, entre otros, pero siempre que favorezcan la riqueza (cuando no cumplen con este último requisito son moneda sin valor).

Negocio

El negocio antes que nada es un acuerdo. Por ello no se puede hablar de un plan de negocios que no contenga acuerdos reales a ser desarrollados según lo pactado; un plan donde todo los supuestos negocios son propuestas teóricas jamás será tan sustancial como aquel plan que parte de acuerdos con un actor real del mercado al otro lado. Más allá de la típica operación relacionada con los procesos de producción, distribución y venta de servicios y bienes -con el objetivo de satisfacer las diferentes necesidades de los compradores y beneficiando, a su vez, a los vendedores- es el arte de acordar acciones que redundan en la materialización de una visión.

Oportunidad

Es la confluencia de un espacio y un periodo temporal para obtener un provecho o cumplir un objetivo. Son los instantes o plazos que resultan propicios para realizar una acción.

Negocios de oportunidad ante negocios de subsistencia (necesidad)

Esta es una importante diferencia que marcar. Los negocios de subsistencia, cuando alguien los concibe, si resultan exitosamente conforme a lo planeado simplemente permitirán subsistir. Los de oportunidad permitirán generar riqueza, es decir, prosperar.

Oportunidad en los negocios

Es, principalmente, una ventana temporal en el mercado en la cual una visión del emprendedor sustenta o completa una necesidad y en el proceso genera riqueza. En empresas de lucro, a través de facturación (o monetización), la oportunidad genera un impacto en proporción directa a la obtención de ganancias, siendo el principal “lubricante” para que la economía se aleje de la mera subsistencia.

Prototipado

Prototipar es convertir una idea de producto en un elemento tangible que puede ser “tocado, visto, medido y utilizado” para probar el concepto que se está desarrollando y por lo tanto se convierte en la primer aproximación real del producto para el mercado. El prototipado tiene varias etapas:

A) Prototipo de baja definición

Es una representación del producto que aunque no tiene todas las características brinda una idea de su funcionalidad total.

B) Prototipo de alta definición

Es una representación del producto detallada, que aunque no es todavía escalable, ya permite tener claridad sobre acabados, funcionalidad y parámetros generales.

Técnica

La técnica es una forma de trabajo o acciones estructuradas, generalmente bajo normas o protocolos que pueden ser escritos o por transmisión oral y que permite alcanzar resultados esperados ante situaciones definidas.

Tecnología

Al ser un tratado (logos) de técnicas (artes u oficios) lo primero que hay que tener muy claro es que la tecnología, más allá de máquinas, equipo o comunicaciones, es la capacidad de estudiar y generar mayor conocimiento sobre nuestra “capacidad de trabajar y producir”. Desde esa perspectiva, estamos llamados a desarrollar tecnología en todos los ámbitos del emprender para aprovechar toda oportunidad de capitalizar ese conocimiento, sea a través de innovaciones o de licenciamientos o cualquier otra facturación racional, que de ese mismo conocer y entender derive.



Sostenibilidad

Capacidad y visión empresarial enfocada en el desarrollo de la startup o empresa, que asegura las necesidades del presente, tanto económicas como socio-ambientales, sin comprometer las necesidades del futuro del negocio o su contexto.

B2B (Business to Business)

Modelo de negocio de empresas que se dedican a vender servicios y/o productos a otras empresas y no a particulares.

B2C (Business to Customers)

Modelo de negocio de empresas que se dedican a vender sus servicio y/o productos a consumidores particulares.

Punto de equilibrio

Concepto financiero que explica el momento en que los ingresos se igualan al total de costos y a partir del cual se obtienen ganancias.

Benchmark (punto de referencia)

Parámetro que se establece para medir la viabilidad o el crecimiento de una startup o empresa. Por ejemplo: demanda del mercado, facturación anual, estrategia de mercadeo, etc.

Elevator Pitch

Presentación corta de una idea o proyecto de negocio, donde se debe incluir únicamente la información pertinente y necesaria para capturar el interés de un inversionista, socio, o público específico al cual se presente.

Networking

Construcción de relaciones con otras personas de interés a través de eventos, reuniones, congresos y medios digitales con el objetivo de ampliar la red de contactos y generar nuevas oportunidades de negocio

Outsourcing

Subcontratación de servicios a otra empresa o entidad para realizar una tarea específica sin necesidad de ejecutarla con recursos propios.

Pivoteo

Cambio en la estrategia general o estrategias específicas del negocio conforme va creciendo y según el mercado se lo demande.



GLOBAL
ENTREPRENEURSHIP
WEEK
COSTA RICA

"Todo caos esconde una oportunidad, ámate."

"No sigás llamándolo sueño, comenzá a llamarlo plan."

"El emprendedor derecho es el que sabe que del dicho al hecho hay poco trecho."

"La diferencia entre evolución e involución radica en la palabra emprender."

"Innovar es un trabajo en equipo constante, retador y enriquecedor."

"Emprender es construir/aprender habilidades para la vida."

"Los emprendedores caen una y otra vez hasta alcanzar sus metas."

"El talento es universal, las oportunidades no. Aprovechá cada una de ellas."

"Enamórate de la idea de que aprender es un súper poder... no tienes que saberlo todo."

"Es mejor estar exhausto en el camino al éxito, que descansado instalado en el conformismo."

"Salí de ahí, probá tus ideas. No asumás cosas o resultados, ya que esa es la receta del fracaso."

"No emprendás para que todo el mundo te conozca, hazelo para conocer todo el mundo."

"Una persona que tiene un ¿por qué? para emprender puede soportar cualquier ¿cómo?."

INSPIRADORAS

"Nunca es demasiado temprano para emprender."

"Imaginá el mañana y construílo hoy."

"Hacé que las cosas sucedan."

"No importa el problema, sé parte de la solución."

"La peor decisión, es la indecisión."

"El éxito es una consecuencia de emprender."

"Inspírate, construí y empoderá tu futuro."

"Para crear hay que creer."

"Arriesgá más de lo que los otros piensan que es seguro."

"Todo viaje o aventura inicia con un simple paso. Dalo ya."

"Emprendé pensando en negocio y en propósito por igual."

"Emprender es pura vida."

"Cada fracaso tiene un propósito."

COMITÉ ORGANIZADOR GEW 2018

LIDERAZGO PROFESION PROPONER EJECUCION PASION INNOVADORA
TECNOLOGIA ARTICULACION INVERSION POSITIVISMO ACTITUD CREACION
DESARROLLO GOBIERNO AMBIENTE INTELLECTO TALENTO INNOVADORA PROPIEDAD
ECONOMIA NETWORKING FINANCIAMIENTO VALIDAR IDENTIDAD COACHING
EMPRESA EMPRENDEDORA ALIANZA CAMBIEN NEGOCIO RIESGO FAMILIA
MOTIVACION COSTA RICA NEGOCIO RIESGO FAMILIA
PROYECTO CREATIVIDAD EMPRENDIMIENTO CAPACITACION
HABILIDADES COLABORACION EMPRENDIMIENTO SOCIAL EDUCACION
CORAZON IDEA DECISION DEDICACION MENTALIDAD PASION HABILITADORES
INSPIRAR ECOSISTEMA CONEXIONES CULTURA ESPIRITU
CULTURA IDEA EMPRENDEDOR INTERNACIONAL
CANVAS PERSEVERANCIA DISCIPLINA SOBRESALIR OPORTUNIDADES CONFIANZA
ACCION EXPERIENCIA TECNICAS PROFESOR OPORTUNIDADES COOPERACION
REPETICION IDEA AVION HISTORIA TALENTO EMPRESA
MINI PROTECCION INNOVACION OBSTACULO TALENTO IMPACTO
RAZON ESCALABILIDAD MULTIDISCIPLINARIO CONVIVENCIA FRACASO GRATITUD

¡yo me la creo!

SOY EMPRENDEDOR