



Sergio Ortiz, director académico de Emprendimiento del Tecnológico de Monterrey, México, visitó El Salvador en el marco del Encuentro Internacional de Emprendimiento CREA-Utec.



Industrias La Constancia, con su programa "Prosperar", busca crear una vida más próspera y duradera a través de propuestas más amigables con el mundo.

AÑO IX / n.º 34 / Marzo 2015

enlaces

La revista de negocios de la Utec



INCAE
BUSINESS SCHOOL

ESPECIAL

Emprendimiento

La revista *enlaces* presenta un especial dedicado al emprendimiento, en el que se destacan un avance del estudio Global Entrepreneurship Monitor El Salvador 2014, el fomento al emprendimiento en las universidades; el impacto de este en la economía del país, emprendimientos sociales, tecnológicos, culturales, turísticos y algunos casos exitosos de emprendedores salvadoreños.

UN PAÍS **SUPERA OBSTÁCULOS**



▶ LO QUE CUENTA ES TU



ACTITUD POSITIVA

CUANDO TÚ LOS SUPERAS

CARRERAS VIRTUALES EN LA UTEC

LICENCIATURAS:

- Contaduría Pública
- Administración de Empresas con Énfasis en Computación
- Mercadeo
- Administración de Empresas
- Informática

INGENIERÍAS:

- Industrial
- Sistemas y Computación

VENTAJAS:

- Software especializado para la enseñanza en línea
- Libertad de recibir clases a la hora que desees y desde cualquier lugar
- Competencias de aprendizaje del mismo nivel que las carreras presenciales



Universidad Tecnológica
de El Salvador



edutec@utec.edu.sv

| www.utec.edu.sv

| 2275-8888



Contenido



Editorial

6 La semilla del desarrollo

Opinión

8 Emprendimiento con actitud positiva

Quehacer empresarial

10 Lo más importante del acontecer empresarial

Especial: Emprendimiento

- 12 Panorama del emprendimiento en El Salvador
- 16 Sergio Ortiz: "El dinero no solo no ayuda al inicio del emprendimiento, hace daño"
- 18 Emprendimiento: motor de desarrollo
- 20 Fracasar, aprender y seguir
- 22 Crisis que se convierten en oportunidades
- 24 De estudiantes a empresarios
- 26 Emprendimientos para mejorar el entorno social
- 28 Emprendimiento y desarrollo local



Industrias La Constanza lanzó, en octubre de 2014, un nuevo modelo de desarrollo sostenible como parte de una apuesta por la mejora en la calidad de vida de El Salvador.



- 30 Redes sociales impulsando el emprendimiento
- 32 Mujeres liderando el desarrollo sostenible
- 34 Proyectos ambientales que generan sostenibilidad
- 36 Emprendimientos turísticos y culturales
- 38 Emprendimientos tecnológicos
- 40 Financiamiento para emprendedores
- 42 Aspectos comerciales y legales para constituir una empresa
- 44 Emprendimiento con sabor a chocolate
- 45 José Bidegain: "Es extraño decir: Yo me dedico a hacer videojuegos"
- 46 Emilio Torres: "Siento una gran emoción cuando veo a alguien con una de nuestras bolsas"

RSE

48 Progresar hacia un El Salvador mejor



Marketing

50 Marketing en las redes sociales

Tecnología

52 Realidad virtual: ¿por fin, real?

Desde Incae

54 Oficinas informales

Style



enlaces 34

La revista *enlaces* presenta un especial dedicado al emprendimiento, en el que se destacan un avance del estudio Global Entrepreneurship Monitor El Salvador 2014, el fomento al emprendimiento en las universidades; el impacto de este en la economía del país, emprendimientos sociales, tecnológicos, culturales, turísticos y algunos casos exitosos de emprendedores salvadoreños.



enlaces continúa con el esfuerzo de publicar suplementos especiales sobre temas de interés. No se pierda en esta ocasión el especial: Emprendimiento

- 56 Escaparate
- 57 Buen vestir
- 58 Recomendación
- 59 Hi Tech

La semilla del desarrollo

■ niciamos el 2015 —en este número 34 de revista *enlaces*— con un especial dedicado al emprendimiento. Hacemos un recorrido por el panorama de esta área de negocios en El Salvador. También presentamos una entrevista con Sergio Ortiz, director académico de Emprendimiento del Tecnológico de Monterrey, México, una de las instituciones que forman parte del Global Entrepreneurship Monitor (GEM), que es el estudio sobre emprendimiento más grande del mundo.

Nos hemos preocupado por presentar el emprendimiento en sus diferentes fases: como impulsor de desarrollo económico, generador de cambios sociales, desarrollo sostenible, entre otros. Asimismo, presentamos diferentes ramas donde el emprendimiento se puede impulsar, como las redes sociales, la tecnología, el turismo, la cultura, las universidades, etc. Tampoco podían faltar los casos de éxito de emprendedores que iniciaron con un sueño que hoy es una realidad.

El emprendimiento es un proyecto que se desarrolla con esfuerzo, haciendo frente a diversas dificultades con la resolución de llegar a una determinada meta. Pero ¿por qué se habla tanto en la actualidad de emprendimiento? Algunos expertos en la temática nos dieron diferentes respuestas; y la conclusión es la misma: el emprendimiento es la semilla del desarrollo. El diccionario lo define como “acción y efecto de emprender”, así de sencillo.

“La semilla del desarrollo está en el emprendimiento, el país se ha dado cuenta de que la inversión extranjera no es suficiente, por eso están apostando al emprendimiento”, opina Manuel Sánchez Masferrer, catedrático de la Escuela Superior de Economía y Negocios (Esen) y responsable del estudio GEM en El Salvador.

Ileana Rogel, directora ejecutiva de la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa, expone: “Creo que ha tomado mucha fuerza, fundamentalmente porque está demostrado que en otros países del mundo los emprendedores

mueven la economía; y además porque hay una necesidad importante de no solamente preparar profesionales que salgan a buscar empleo, sino que generen empleo”.

Para Ramón Candel, coordinador del Centro Emprendedor de la Esen, es una cuestión de relevo generacional. “Las nuevas generaciones están buscando emprender, lo que sucede es que no tienen buenas ideas... Y para emprender no necesitas una buena idea, necesitas una buena ejecución y pasión” —expone.

Según Sergio Ortiz, “el emprendimiento siempre ha existido, la situación es que el mundo no ha superado la pobreza. Las últimas cuatro reuniones del Foro Económico Mundial, todas han concluido que, si no desarrollas capacidades, no se desarrollará la sociedad”. Como vemos, los motivos para tomar la iniciativa empresarial son diversos, pero la necesidad es la misma: crear ideas innovadoras que impulsen la economía.

Para lograr que el emprendimiento se pueda dar en buenas condiciones existen factores determinantes, como el acceso al financiamiento. Para Sánchez Masferrer, las dificultades a las que se enfrentan los emprendedores en El Salvador, en cuanto al acceso al crédito, son los mismos que en cualquier país del mundo. De hecho, afirma que en el país solo el 16 % de las personas tiene créditos para sus ideas de negocio; el mismo porcentaje que en Estados Unidos.

Para Mérida Mancía, presidenta del Banco de Desarrollo de El Salvador, con el lanzamiento del programa “Banca EmprendES”, que va orientado al emprendimiento de oportunidades, los emprendedores tendrán mayores probabilidades de obtener financiamiento, pues dos de los requisitos son: una certificación de formación en emprendimiento y un plan de negocios, por ejemplo.

Un camino escabroso, que hasta el momento no tiene salida, es el de la inseguridad. De acuerdo con el estudio GEM de 2014, presentado en febrero de ese año en el Tecnológico

José Mauricio Loucel
Presidente de la Junta General Universitaria

José Mauricio Loucel Funes
Presidente de la Utec

Nelson Zárate Sánchez
Rector de la Utec

Comité editorial:

Lorena Duque de Rodríguez
Noris Isabel López Guevara
Rafael Rodríguez Loucel
José Modesto Ventura
Edith Vaquerano de Portillo
Blanca Ruth Orantes
Max Valladares
Ricardo Gutiérrez
Julio Martínez
Ramón Rivas
Inés Ramírez de Clará

Jefa de Publicaciones:

Inés Ramírez de Clará
ines.ramirez@utec.edu.sv

Asesora comercial:

Jennifer Valenzuela
jennifer.valenzuela@utec.edu.sv

Fotografía:

Ariel Gutiérrez

Diseño:

Mauricio Gálvez

Revisión de textos:

Noel Castro

Redacción:

Emeli Santamaría
Ligia González
Josué Navarrete
Edgardo Arias
Ever Hernández
Oneyda Aguilar
Iván Flores

enlaces es una publicación especializada en negocios impulsada por la Universidad Tecnológica de El Salvador, Utec, en convenio con el Incae.

La reproducción total o parcial sin la previa autorización de la Utec está prohibida.

Tiraje: 1 500 ejemplares

Circulación: Trimestral

Impresión: Tecnoimpresos, S.A. de C.V.

Edición: Unidad de Publicaciones. Tel: 2275-8771

de Monterrey, México, la Tasa de Cierre de empresas en El Salvador es del 10,7 %; y el principal motivo es precisamente la inseguridad. Según reportes de la Policía Nacional Civil, siete de cada diez negocios son extorsionados. Este es un dato preocupante, principalmente porque la tendencia es al alza.

Casi todos los emprendedores entrevistados manifestaron desconocer los pasos para legalizar su negocio; y los que los conocen manifiestan que son engorrosos. Es, quizás, por eso que, según estadísticas de la Organización Internacional del Trabajo, en el país el 66 % de la población económicamente activa está en el sector informal.

Eugenio Reyes, docente de la Universidad Autónoma de Nuevo León, México, y director de la Asociación Mexicana de Centros para el Desarrollo de la Pequeña Empresa, asegura que el papel del gobierno en el emprendimiento es dar las condiciones para que estos puedan desarrollarse, como crear líneas de financiamiento de fácil acceso. “De ahí el gobierno no tiene que involucrarse en nada; el gobierno no debe crear fuentes de trabajo; el gobierno entre más pequeño, organizado, profesional y virtuoso, mejor” —opina.

Son muchos los retos a los que se enfrenta esta área económica. Los resultados del estudio GEM muestran que la intención de crear una empresa en El Salvador es de 23,1 %, lo cual representa una disminución de 15,8 % respecto a 2012, pues en ese año la intención era de 39,8 %. Las gestiones dispersas tampoco están contribuyendo a la generación de emprendimientos de alto impacto. Se necesita una mayor integración de todos los sectores, tanto públicos como privados.

En esta edición también presentamos, en la sección “RSE”, cómo Industrias La Constancia está comprometida en la mejora del medio ambiente a través de su programa “Prosperar”. En la sección “Marketing” damos a conocer la forma en que las redes sociales se han vuelto una estrategia indispensable para algunas empresas y cuál es su manejo adecuado. En la sección “Tecnología” abordamos el tema sobre realidad virtual y el lanzamiento de HoloLens de Microsoft, luego del poco éxito que tuvo Google Glass.

Esperamos que esta nueva edición de *enlaces* sea provechosa para nuestros lectores. Siempre nos esforzamos por presentarles información de calidad y buscando reflejar la realidad que vivimos. El próximo número tendrá como eje un especial sobre clima de inversión, que abarcará la situación política, jurídica y macroeconómica del país, la integración regional, entre otros tópicos de similar importancia.

**Universidad Tecnológica
de El Salvador**



Emprendimiento con actitud positiva



Licda. Lissette Canales de Ramírez
Decana de la Facultad de Ciencias Empresariales
de la Utec

“Un cosa lleva a la otra”. Esta era una de las frases más repetidas por José Mariano Romaguera, autor del libro *Chispa empresarial*, en una conferencia realizada, hace algún tiempo, en el campus de la Utec; y cuyo objetivo era motivar a jóvenes a emprender.

Durante la conferencia se abordaban ejemplos de emprendimientos que habían iniciado para satisfacer una necesidad en particular, pero que en el camino hubieran encontrado nuevas oportunidades, y oportunidades de negocio. Tal es el caso de Lego, cuyos inicios se remontan a la creatividad de un padre por satisfacer las necesidades de sus hijos haciéndoles juguetes de

madera, aprovechando los conocimientos y destrezas que poseía en ebanistería.

¿Cuántas veces ha pensado usted en emprender?, ¿qué le ha detenido? No me dejará mentir, pero lo que, quizá, sea la principal razón que lo detiene es el temor al fracaso, ya sea porque no ha validado que su idea de negocio responderá a ciencia cierta a una necesidad real en el mercado o por miedo a las condiciones sociales que actualmente vive nuestro país.

En mi experiencia, trabajando con emprendedores, me he dado cuenta de que los que han logrado emprender han sido aquellas personas que están igual de dispuestas a ganar que a perder, es decir, aquellas que han asumido riesgos. La clave está en encontrar una solución que satisfaga una necesidad real, e inventar un modelo de negocios que resulte realmente competitivo. Casos dignos de mencionar son: el del joven Rodrigo Galdámez, quien siendo estudiante universitario fundó English4CallCenters; el de Alfredo Atanacio y Rodolfo Schidknecht, fundadores de Uassistme; no quedándose atrás Gerardo Rivera, creador de Bagmedia, todos salvadoreños.

Ningún emprendedor encontró la mina de oro con solo pensarlo; tuvo que actuar. Y muchos en condiciones más adversas que las que nosotros enfrentamos, quizá, de forma particular. En finanzas nos enseñan que el que no arriesga no gana. ¿Qué está usted dispuesto a arriesgar por ese sueño o por esa idea de negocio que tiene en mente desde hace mucho tiempo? Piénselo y contéteselo a usted mismo.

El emprendimiento despegó desde mediados de los años 2000, época en que las universidades comenzaron a

sistematizar programas de fomento del espíritu emprendedor. Ahora le tengo una buena noticia: dicho emprendimiento ha venido tomando tal relevancia que, en noviembre del año recién pasado, el Banco de Desarrollo de El Salvador, Bandesal, lanzó oficialmente su línea especial “Banca EmprendES” con tasas preferenciales para nuevos negocios; y que será administrada por la banca comercial. Esto sin duda es un gran avance para los emprendedores, ya que hasta ahora no existía en el mercado un producto del sistema financiero acorde con los niveles de riesgo de nuevos emprendimientos.

Esta es, entonces, una buena noticia para todos aquellos que deseamos cumplir ese sueño de tener un negocio propio. Uno de los requisitos que la banca comercial solicitará a los emprendedores que decidan aplicar a esta línea de crédito es que presenten una constancia o diploma que acredite que han pasado por un proceso formativo en elaboración de planes de negocios. Con base en esto, la Utec y su Programa de Fomento del Liderazgo Emprendedor, CREA Utec, ofertará a la sociedad salvadoreña un diplomado que le desarrollará sus habilidades, conocimientos y actitudes para poder elaborar un plan de negocios, que, además de cumplir con los criterios exigidos por la banca comercial, sea atractivo.

Mi mensaje final es: cree y emprenda con una actitud positiva. El único y principal competidor en la decisión es usted; sus éxitos serán del tamaño de su actitud, de la convicción y de su entrega para lograrlos.

UN PAÍS **NO SE DETIENE** CUANDO **TÚ NO TE DETIENES**



LICENCIATURAS
INGENIERÍAS
ARQUITECTURA
TÉCNICOS
MAESTRÍAS

PRESENCIALES
BILINGÜES
VIRTUALES

LO QUE CUENTA ES TU  ACTITUD POSITIVA



Universidad Tecnológica
de El Salvador

De vacaciones con Sears

Almacenes Sears anunció la llegada del verano en todas sus sucursales, ofreciendo diferentes descuentos todos los días en artículos seleccionados. A la fiesta de descuentos también se suman Devlyn y Havaianas, brindando a sus clientes una amplia variedad en ropa, lentes, calzado y los artículos necesarios para disfrutar de las vacaciones de Semana Santa.



Voces Vitales realizó el evento Tech Camp

Voces Vitales El Salvador y la Embajada de Estados Unidos realizaron el evento "Tech Camp mujeres empresarias", con la participación de más de 80 personas, entre ellas, socias de la Red de Mujeres de Negocios de Voces Vitales y representantes de ONG del país. El evento se enfocó en la tecnología como herramienta para mejorar la competitividad. Las participantes recibieron capacitaciones en temas como *crowdsourcing*, estrategias de redes sociales, tecnología para el control de los inventarios y la administración de un negocio, entre otros.

Coca-Cola celebra el centenario de su icónica botella

El Salvador se une a cientos de países alrededor del mundo que celebrarán este año el centenario de la inconfundible botella de vidrio *contour* de Coca-Cola. "Cien años de una botella única" es el nombre de la campaña; que durante todo el año estará en medios masivos. También se estarán realizando distintas actividades con el fin de que los salvadoreños puedan disfrutar en familia de la celebración que impulsa una de las marcas más reconocidas del mundo.





Traslado estratégico

Con casi una década de haber incursionado en el mercado financiero nacional, Banco G&T Continental El Salvador anunció el traslado de su agencia San Miguel hacia el primer nivel del Hotel Trópico Inn, sobre la avenida Roosevelt Sur, n.º 303. La agencia ofrecerá diversos servicios como: “Cuenta de ahorro programado” y “Mi ahorro vivienda”, entre otros. Actualmente Banco G&T Continental cuenta con una red de 16 agencias y 7 puntos de servicio para mejorar los canales de atención a sus clientes.



Multiplaza y Firenze en alianza contra el cáncer

Por segundo año consecutivo, Multiplaza y Firenze unieron esfuerzos para hacer un llamado sobre la importancia de solidarizarse con los pacientes que luchan contra el cáncer y conocer los diferentes métodos para su temprana detección, por medio de iniciativas como la campaña de donaciones de

cabello para la realización de pelucas y la entrega de un donativo a la Liga Nacional contra el Cáncer. Se realizaron jornadas de cortes de cabello a cargo del director creativo para Firenze en Latinoamérica, Víctor Hugo Murillo, contribuyendo así a los programas de ayuda a pacientes de cáncer con escasos recursos.



Panorama del emprendimiento en El Salvador

Los últimos resultados del estudio Global Entrepreneurship Monitor (GEM), referente a las iniciativas empresariales del país, presentan un aumento del 4,2 % con respecto a 2012, lo que significa más proyectos emprendedores. Sin embargo, la Tasa de Cierre también incrementó en 2,7 %. En este número de enlaces se presenta un adelanto de los resultados del GEM en 2014. Además, se hace un recuento de algunas de las instituciones que trabajan a favor del emprendimiento y se abordan los principales desafíos que enfrentan los emprendedores en El Salvador.

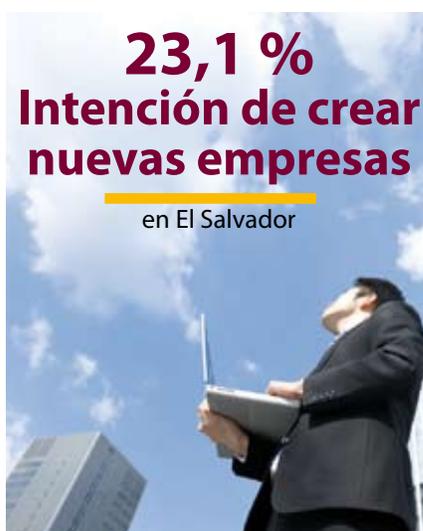
Inés Ramírez de Clará
Jefa de Publicaciones

El estudio GEM es el proyecto de investigación internacional sobre emprendimiento más grande del mundo. Se realiza desde 1999 y participan 99 países. En El Salvador lo ejecuta la Escuela Superior de Economía y Negocios (Esen), que lo realizó por primera vez en el 2012; y para el 2014 lo ha llevado a cabo por segunda ocasión. Los datos mundiales fueron presentados por el GEM en febrero en el Tecnológico de Monterrey; y en El Salvador serán presentados en junio, según la Esen. En este número se da a conocer un adelanto de estos resultados.

Uno de los datos alentadores del estudio es que la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA, por sus siglas en inglés) —definida como el porcentaje de la población adulta que posee y gestiona una empresa de menos de tres meses— para el 2014 fue de 19,5 %; y en 2012

era de 15,3 %, es decir, que del 2012 al 2014 se incrementó en 4,2 %. Esto implica que en el período estudiado se han desarrollado nuevos proyectos emprendedores. Pero no todo es bueno. La Tasa de Cierre fue, en el 2012, de 8 %, y para el 2014 se incrementó en 2,7 %, llegando a 10,7 %, lo que indica que se cierran más empresas en el país, siendo uno de los principales motivos la inseguridad.

El estudio GEM se divide en etapas. La primera considera las intenciones de la población de emprender, y se mide con el porcentaje de personas, entre los 16 y 64 años, que expresan su intención de crear una empresa en un período menor a tres años. Para el 2012, este indicador presentaba un porcentaje del 39,8 % y para el 2014 disminuyó en 15,8 %, llegando a 23,1 % la intención de creación de una empresa.





19,5 %
Tasa de Actividad
Emprendedora
 incrementó en 2014

La segunda etapa corresponde a las empresas nacientes y nuevas. Para medir su intensidad se utiliza el indicador más representativo del observatorio: la TEA. Para el caso de las empresas nacientes, entre tres meses; y para el caso de las nuevas, tres años y medio (42 meses). En el país ambos indicadores presentan un incremento. La tasa de empresas nacientes era de 7,7 % en el 2012, y se incrementó en 3,7 %, llegando al 11,4 % en el 2014. En tanto que la tasa de empresas nuevas era de 7,8 % para el 2012; y este indicador creció en 0,9 %, llegando a 8,7 % en el 2014.

La tercera etapa considera a las empresas consolidadas y mide su intensidad en la población adulta con el porcentaje de individuos que poseen y gestionan una empresa que lleva desarrollando su actividad de forma ininterrumpida durante más de tres años y medio (o superior a 42 meses). Este indicador también se incrementó en el período estudiado. Para el país, en el 2012 era

de 9,3 % la tasa de empresas consolidadas; y para el 2014 llegó hasta 12,7 %, presentando un incremento de 3,4 %.

Estos datos fueron tomados de la página web oficial de GEM (www.gemconsortium.org/key-indicators) y fueron interpretados por Guillermo Gutiérrez, investigador y especialista en emprendimiento.

Camino recorrido

La Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (Conamype) es la instancia especializada para atender el desarrollo de la micro y pequeña empresa y de los emprendedores. Cuenta con ocho oficinas distribuidas en el territorio nacional. Además, una alianza público-privada les ha permitido contar con doce centros de desarrollo de micro y pequeñas empresas (Cedemypes), ocho de ellos son administrados por universidades y el resto por ONG y asociaciones de municipios. “Esto nos ha permitido garantizar una mayor cobertura

a escala territorial”, explica Ileana Rogel, directora ejecutiva de Conamype.

Dentro de las estrategias para potenciar el emprendimiento en el país está la recién aprobada Política Nacional de Emprendimiento. Esta contempla cinco ejes: 1) Innovación en la industria; 2) Acceso a financiamiento; 3) Articulación institucional; 4) Mentalidad y cultura emprendedora, y 5) Emprendimiento en el sistema educativo.

Otros de los programas que tiene Conamype son el Programa de Empresariedad Femenina, Un Pueblo, Un producto; Comunidades Solidarias Urbanas, entre otros. Esta institución, en 2014 —de acuerdo con Rogel— desembolsó más de medio millón de dólares en concepto de capital semilla para el apoyo a emprendedores.

Otra entidad que trabaja con emprendedores es Voces Vitales, que está en el país desde 2008, que se enfoca en el empoderamiento económico de las mujeres. Trabaja con mujeres empresarias y con profesionales que



“ Se ha comprobado que, cuando la mujer recibe una mejora en el salario, ellas piensan primero en su familia, lo cual repercute a nivel de valores, educación; son agentes dinamizadores de la economía.”

Sandra Morales, directora ejecutiva de Voces Vitales.

quieran desarrollar sus habilidades para seguir creciendo. La institución se enfoca en buscar, capacitar y empoderar a la nueva generación de mujeres líderes en El Salvador. “Se ha comprobado que, cuando la mujer recibe una mejora en el salario, ellas piensan primero en su familia, lo cual repercute a nivel de valores, educación; son agentes dinamizadores de la economía”, asegura Sandra Morales, directora ejecutiva de Voces Vitales.

Esta organización ha capacitado a más de cinco mil mujeres a través de programas, asesoría sobre cómo exportar y hacer planes de negocios, manejo de finanzas, etc. También ha logrado 200 mil dólares en ventas a través de encuentros de negocios de *networking*, donde las mujeres presentan a empresarios sus ideas de negocios. Entre sus casos de éxito se encuentra Línea Rosa, un servicio de taxis dirigido por mujeres y para mujeres que ha tenido buena aceptación en el mercado, ya que era un servicio que no existía.

La Fundación Promotora de la Competitivi-

dad de la Micro y Pequeña Empresa (Centromype) es una organización privada sin fines de lucro que brinda servicios desde 1999, como asistencia técnica, asociatividad empresarial capacitaciones y promoción comercial a la micro, pequeña y mediana empresa (Mipyme), para fortalecer su competitividad.

Dentro del apoyo que Centromype brinda a los emprendedores está el programa de servicios de empresariedad para jóvenes y mujeres en la creación de iniciativas emprendedoras, que se realiza con el objetivo de fomentar la cultura emprendedora para la creación de nuevas empresas. Este programa contempla cuatro etapas 1) Desarrollo de cursos de empresariedad; 2) Formulación del plan de negocios; 3) Entrega de capital semilla; 4) Seguimiento. El financiamiento para la realización de este programa es aportado por la Organización Internacional del Trabajo.

El Centro Regional de Promoción de la Micro y Pequeña Empresa (Cenpromype) es parte del Sistema de Integración Centroamericano (Sica).

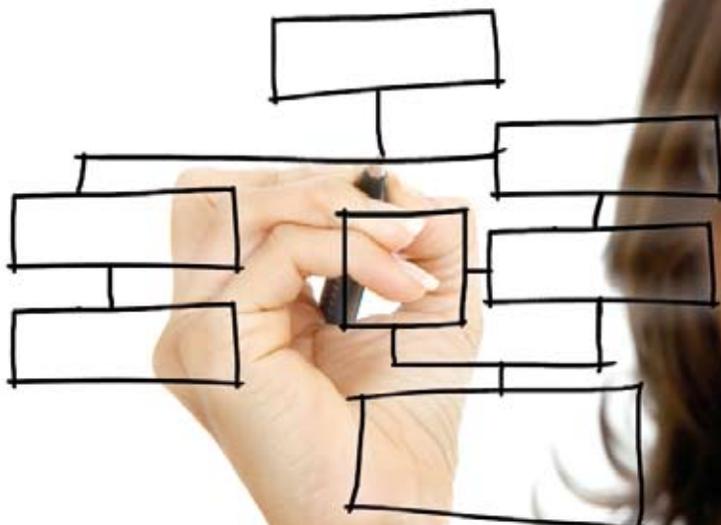
En esta institución participan ocho países de Centroamérica y el Caribe, incluyendo a Belice y Panamá. “En este organismo participan empresarios, lo que no es muy usual, ya que generalmente este tipo de organizaciones está conformado solo por representantes de gobierno, por lo cual Cenpromype es una plataforma público-privada de diálogo permanente”, explica Ingrid Figueroa Santamaría, directora ejecutiva de Cenpromype.

Esta institución trabaja en seis ejes temáticos: 1) Emprendimiento; 2) Centros de atención a la Mipyme; 3) Gestión del conocimiento y estadísticas Mipyme; 4) Articulación productiva y acceso a mercados; 5) Financiamiento inclusivo, y 6) Monitoreo y evaluación de impactos.

La Mipyme genera en Centroamérica 2.2 millones de empleos y representa más del 95 % de empresas de la región. En el caso particular de El Salvador, las Mipymes representan el 90,9 % de empresas y el 65,4 % de generación de empleos. Esto, según datos de Cenpromype.

“Los datos indican que es creciente el hecho de que las personas quieran iniciar su emprendimiento, algunos por necesidad, pero hay muchos de alto impacto”, comparte Figueroa, quien agrega que El Salvador está entre los primeros países del Sica en crear una política nacional de emprendimiento. Sin embargo, ninguno ha montado un Consejo Nacional de Emprendimiento; y El

BUSINESS PLAN





10,7 % Tasa de Cierre de empresas

incrementó en 2014, siendo uno de los principales motivos la inseguridad

Salvador, a través de Conamype, ya lo tiene en funcionamiento.

El Banco de Desarrollo de El Salvador (Bandesal) fue creado para apoyar a las Mipymes, como motores del tejido productivo de la economía nacional. Bandesal apoya a los sectores productivos, como agricultura, avicultura, textiles, manufactura.

Bandesal lanzó recientemente el programa "Banca EmprendES", el que va orientado al emprendimiento de oportunidades, en el que el emprendedor ha llevado un proceso de sensibilización, ubicación de la idea y determinación de plan de negocios. A este tipo de crédito pueden aplicar Mipymes que cuenten con una certificación de formación en emprendimiento junto con un plan de negocios.

Desafíos

Para Manuel Sánchez Masferrer, catedrático de la Esen y responsable del estudio GEM en El Salvador, la poca posibilidad del acceso al crédito es un obstáculo para los emprendedores. También opina que el financiamiento debe incluir el apoyo al emprendedor, y no

se debe entregar a cualquiera que necesite emprender; se deben evaluar bien las ideas de negocios, pues existen muchos casos en los que las propuestas son por necesidades ocultas ajenas a algún negocio en ciernes, donde las personas han utilizado el dinero para otros fines.

De acuerdo con ciertas estadísticas, el cateórico expone que las personas que cuentan con financiamiento para emprendimientos en el país son el 16%. "Por lo general, en las primeras etapas los emprendedores son apoyados por las tres *F* (*friends, family and fools*), familia, amigos y quienes crean en el proyecto" —manifiesta el experto—. Y añade que en El Salvador hay poca innovación en nuevas áreas de mercado. La mayoría de negocios están en los áreas tradicionales y hay poca inversión en detectar dónde están las necesidades.

Uno de los retos —de acuerdo con Sandra Morales— es llevar a la fuerza productiva más mujeres, pues ayudaría a generar un mejor panorama económico en el país. "Nuestro sueño es ver más mujeres en el sector tecnológico, pues es el área que genera mayor valor agregado. Si no, vamos a ver

crecimiento solo en otras áreas y las vamos a saturar. El mercado no les va a comprar porque son mujeres, les va a comprar porque ofrecen productos de calidad" —sostiene.

Otro de los factores que podrían generar un mejor panorama para los emprendedores es la simplificación de trámites. "Existen países donde las empresas se pueden registrar en segundos; y en El Salvador es una infinidad de trámites. El Gobierno lo único que tiene que hacer en beneficio de los emprendedores es simplificar los trámites, nada más", expresa Ramón Candell, coordinador del Centro Emprendedor de la Esen.

El tema de inseguridad es una deuda pendiente no solo con los emprendedores, sino con el país entero; y es precisamente la causa principal del cierre de negocios en etapa temprana. "El emprendimiento es una estrategia efectiva para reducir los índices de inseguridad, pues ataca una las causas, que es el desempleo. También puede reducir los índices de migración, pues si la persona tiene empleo no necesita migrar", asegura Figueroa, directora de Cenpromype.



Sergio Ortiz: “El dinero no solo no ayuda al inicio del emprendimiento, hace daño”

Sergio Ortiz, director académico de Emprendimiento del Tecnológico de Monterrey, México, visitó en El Salvador en el marco del Encuentro Internacional de Emprendimiento CREA-Utec, que se realizó en dicha universidad en diciembre de 2014. El experto concedió una entrevista a enlaces en la que comparte cómo sin ideas ni dinero se puede emprender con éxito.

Inés Ramírez de Clará
Jefa de Publicaciones

Ortiz, quien está a cargo de la Red de Centros de Familias Emprendedoras del Tecnológico, es doctor en Ciencias Económicas y Empresariales, especializado en economía y negocios internacionales. Fue el primer profesor mexicano invitado a tener una estancia académica de tiempo completo en Beijing, China. Ha sido expositor en diferentes

foros internacionales en Hungría, España, Alemania, China, Japón, Estados Unidos y Perú. Se ha capacitado en diferentes universidades, como Harvard Business School, Thunderbird University, Carneige Melon, Babson College, entre otras.

El Tecnológico de Monterrey, junto a London Business School, Babson College

y a la Universidad de Desarrollo de Chile son las instituciones que conforman el consejo directivo de la Asociación Global de Investigación en Emprendimiento (GERA, por sus siglas en inglés). El Tecnológico cuenta con diversos programas de apoyo al emprendimiento, como el curso “Sello de Liderazgo para el Desarrollo de Emprendedores”, el programa “Modalidad Emprendedora” y la licenciatura en Creación y Desarrollo de Empresas.

Revista *enlaces* aprovechó la estancia de Ortiz en nuestro país para plantearle algunas preguntas relativas a su especialidad.

¿Por qué se habla tanto en la actualidad de emprendimiento?

El emprendimiento siempre ha existido. Hay empresarios que se han enfrentado a todo. La situación es que el mundo no ha superado la pobreza. Las últimas cuatro reuniones del Foro Económico Mundial, todas han concluido que, si no desarrollas capacidades, no se desarrollará la sociedad. El gobierno está apostando por generar nuevos emprendedores, pero aún no saben cómo. No son lo mismo los planes de negocio que el emprendimiento. Los planes de negocio son para los administradores; ser emprendedor es experimentación; es probar. Y la administración es un proceso de planeación y orden.



“ El mundo del emprendimiento no es el mundo de las ideas; es el mundo de la acción. ”

Sergio Ortiz, director académico de Emprendimiento del Tecnológico de Monterrey, México.

¿Cuál es la importancia de ser un emprendedor?

Por cómo se encuentra la economía en este momento, donde básicamente dependemos de inversión extranjera directa y del Gobierno, esto no alcanza para generar riqueza y empleos. Cada año se gradúan más estudiantes que la capacidad de empleos que existe. La sociedad tiene que aprender a generar empleos y empresas, más allá de lo tradicional.

¿El emprendedor debe tener un perfil determinado?

Eso es un mito. No existe un perfil determinado. Ya ha habido 25 años de investigación científica en varios países, tratando de buscar un perfil emprendedor; y no existe. Lo que sí existe es la disposición, la motivación, querer hacer las cosas y ser capaz de hacerlas. Fracasar no es malo. Lo importante es cómo aprendemos del fracaso. Emprendedor es el que tiene la capacidad de ejecutar una idea; y una capacidad de ejecución la puede tener una persona típica o una extrovertida. El punto no es si pueden; es si quieren emprender. Hay un montón de oportunidades. He visto a muchos que tenían sueños... y los hicieron realidad.

¿Hay algún tipo de emprendimiento que tenga más éxito que otros?

No existe. Lo que sí hay es un patrón de conducta, de acciones; (los que emprenden) tienen capacidad de hacerle frente al fracaso, constantemente están tomando decisiones. A este patrón de acciones se le llama *método emprendedor*; pero básicamente se puede generar valor en cualquier industria. Existen los emprendedores de clase mundial, la capacidad de acción de los de esta clase va más allá de lo común. Las empresas, entre más tecnología tienen generan más valor; la innovación también es importante.

¿Para que una idea tenga éxito debe ser innovadora?

Tiene que ser innovadora. Pero lo más importante es que cubra una necesidad; a alguien le debe servir esa innovación. No se trata de “una idea brillante”. El mundo del emprendimiento no es el mundo de las ideas; es el mundo de la acción. Cualquiera

persona puede caer en este error, porque el emprendimiento se puede aprender solo si tú quieres. Puedes generar una idea innovadora, hacer uso de la creatividad; pero sobre todo el mercado exige ideas por las cuales las personas quieran pagar, donde encontramos mercado para nuestro producto.

¿Qué puede hacer el emprendedor para encontrar la idea?

Se deben enfrentar directamente al mercado, observar, preguntar, entender la necesidad, el vacío que existe, ya que la necesidad puede tener varias formas, como algo que se puede solucionar, como el tráfico, algo existente que se puede solucionar. Lo que se debe entender es qué quiere el cliente; hacer una propuesta de valor. En vez de generar un plan de negocios —yo no creo en los planes de negocio—, es (mejor) estar preguntando al cliente si le gustó mi producto. Aunque cada vez que le preguntes al cliente puedes considerarlo como un fracaso porque no era lo que pensabas; pero ese fracaso debemos usarlo como una estrategia de aprendizaje. Mientras más entiendas el problema más pronto encontrarás la solución.

¿Una persona puede emprender sola o necesita formar un equipo?

El emprendimiento es un trabajo en equipo. Si quieres que tu emprendimiento tenga impacto, necesitas a personas con diferentes habilidades; hasta para la toma de decisiones. El emprendimiento de alto impacto es fruto del trabajo en equipo. Sola —al menos una empresa de clase mundial— no va a llegar muy lejos.

¿Cómo puede hacer el emprendedor para desarrollar su idea, si no tiene financiamiento?

El problema no son las ideas y el dinero; hay mucho más dinero que ideas. Al darle dinero a un emprendedor no solo no le ayudas, sino le haces daño. Los grupos de inversionistas no les dan mucho dinero no porque no tengan, sino que quieren saber lo que producen sin recursos. El emprendedor debe producir con los recursos que tiene. Si vas a comenzar pensando en dinero... Esa no es la actitud de un emprendedor. En la experiencia de nosotros (Tecnológico de Monterrey) tenemos mucho

más dinero para financiamiento que ideas. No es un éxito producir dinero; el éxito es cuando mi producto llega al mercado. A mis alumnos les digo: “Van a generar un producto con esta basura”. Y ellos me dicen: “¿Cómo es posible!”. Y luego van y lo generan. Esa es la mentalidad del emprendedor. El dinero no solo no ayuda al inicio del emprendimiento, hace daño.

¿Hay más emprendimientos por oportunidad o por necesidad?

En nuestros países latinoamericanos, me parece que México es similar a El Salvador, somos más emprendedores que los países desarrollados, pero con emprendimientos por necesidad. La innovación es lo que más genera valor; y eso, generablemente, está asociado a estudios universitarios.

¿Es decir que, para ser un emprendedor exitoso, se debe estudiar?

El emprendimiento no necesariamente está asociado a estudios. El emprendimiento basado en innovación y tecnología sí está asociado a estudios, aunque, en algunos casos, no se culminen esos estudios; pero ya tienen los conocimientos. La clave está en generar valor con los recursos disponibles. Hay grupos de inversionistas que están deseosos de invertir en buenos productos.

¿Deberían todas las universidades tener una materia sobre emprendimiento?

Esa es mi propuesta. Todas las carreras deberían tener una materia de emprendimiento. Las probabilidades de que todos los estudiantes, al graduarse, consigan trabajo son de prácticamente cero. En el mundo, más del 50 % de los egresados no consigue trabajo. Es una obligación de las universidades, primero porque es una necesidad; en segundo lugar, en base a todo lo que he trabajado en estos años, el emprendimiento no debe ser un apéndice del *management*. La administración es la riqueza que existe, el emprendimiento es crear riqueza; y ese es otro proceso.

¿Cuáles son los principales retos a los que se enfrenta un emprendedor en la actualidad?

La capacidad de él mismo. Todo debe empezar en qué quiere hacer, por qué quiere ser emprendedor. Primero debe aclarar eso; luego está la capacidad emocional de aprender del fracaso —porque va a tener varios fracasos—. Las personas que les da miedo el fracaso no sirven para esto. El mundo del emprendimiento es el mundo de los fracasos; deben tolerar la frustración; deben ser persistentes. Al superar eso, lo demás es solo conocimiento, experiencia.



Emprendimiento: motor de desarrollo

El emprendimiento ha ganado importancia ante la necesidad de muchas personas de lograr su independencia y estabilidad económica. Dadas las condiciones por las que atraviesa el país, muchos han optado por el camino del emprendimiento, es decir, crear sus propios negocios y pasar de empleados a empleadores, mejorando el panorama económico y social del país.

Ever Hernández

Redacción *enlaces*

Estudiante Comunicaciones Utec

Emprendimiento es un término muy utilizado, recientemente. Sin embargo, este siempre ha estado presente a lo largo de la historia de la humanidad. Pero en la actualidad tener un negocio propio se ha vuelto importante para superar los constantes problemas económicos que se están viviendo.

Rodrigo Méndez, gerente de negocios de la Asociación Salvadoreña de Industriales (ASI), cree que el emprendimiento ha crecido bastante a raíz de la falta de empleo, puesto que este movimiento o estilo de vida significa que alguien quiere más, es decir, quiere innovar o mejorar algo que ya existe.

“En nuestro país estamos fallando, ya que en otros países el gobierno subsidia esa falta de empleo, (cosa) que aquí es imposible, pues nunca veremos al Gobierno ayudando a una familia desamparada por falta de empleo. Eso ha obligado a que surjan jóvenes emprendedores y que exista más creatividad en cuanto a nuevas opciones que tienen para generar ingresos”—explica.

Para Méndez, la finalidad principal del emprendimiento es el crecimiento personal y profesional; las ganas de dar un paso extra y no depender solo de un empleo, sino buscar opciones para asegurar a la población un camino viable a los recursos necesarios para su sostén; es tratar de convertir al empleado en empresario —afirma.

La ASI realiza la feria industrial año con año en el mes de octubre. En esta feria participan empresas de todo tipo, donde exponen sus ideas de negocios. También se les da espacio



a los jóvenes emprendedores, para que tengan la oportunidad de dar a conocer sus propuestas. Además, con este tipo de ferias se busca lograr la exposición de pequeñas y grandes empresas.

Otras instituciones que creen en el emprendimiento son el Instituto Tecnológico Centroamericano (Itca) y la Fundación Empresarial para el Desarrollo (Fepade), conocidas como Itca-Fepade. Según Nelson Paredes, coordinador de proyectos de la Unidad de Fomento de Emprendimiento, a escala nacional se presentan más de 600 ideas y propuestas de negocios; las cifras surgen gracias a las conferencias acerca de emprendimiento que imparten en

esta entidad, y de las cuales cada año se asesoran de ocho a nueve proyectos. También organizan campañas de emprendedores con el fin de que los estudiantes presenten sus proyectos.

“Es importante ser emprendedor. Se ha comprobado que los países que cuentan con una economía estable es gracias a proyectos o negocios que han montado personas con espíritu emprendedor, ya que es la única manera de sacar adelante un país. Y nuestro país puede sobresalir si existiera más gente con este pensamiento”—expresa Paredes.

Para el coordinador de proyectos de Itca-Fepade, entre los beneficios de ser

emprendedor está el que uno puede ser su propio jefe y establecer su propio horario. Además, considera importante que las instituciones educativas creen la mentalidad en los estudiantes de ser emprendedores desde pequeños; y a medida que van creciendo sus ideas o proyectos se vayan construyendo y realizando.

El experto sugiere que se creen políticas o leyes que exijan a estas instituciones promover el emprendimiento; así como también que haya más entidades que apoyen a esta forma de vida. Hace falta mucho por avanzar y que hacer en este campo. Según Ileana Rogel, directora ejecutiva de la Comisión Nacional de la Micro y la Pequeña Empresa, la Política Nacional de Emprendimiento, recientemente presentada, contribuirá a que las instituciones trabajen en conjunto en favor del emprendimiento.

“Necesitamos superar las tendencias de bajo crecimiento económico fomentando la producción de bienes y servicios transables con valor agregado, diversificación productiva y mercados. A la vez, estaremos fortaleciendo los tejidos productivos nacionales y territoriales y mayor inclusión en los beneficios del desarrollo”, declaró Salvador Sánchez Cerén, presidente de la República, en el lanzamiento de dicha política en agosto de 2014.

El Fondo de Desarrollo Productivo (Fondepro) es la institución de gobierno que

“Es importante ser emprendedor. Se ha comprobado que los países que cuentan con una economía estable es gracias a proyectos o negocios que han montado personas con espíritu emprendedor.”

Nelson Paredes, coordinador de proyectos de la Unidad de Fomento de Emprendimiento, Itca-Fepade.

brinda fondos para la inversión a las micros, pequeñas y medianas empresas (mipymes). Claudia Sequeira, directora de Fondepro, comenta que poseen dos modalidades de acceso a los fondos: *Fast Track* y proyectos.

Los fondos *Fast Track* son para ejecución rápida, es decir, para actividades puntuales cuya ejecución no sobrepase los seis meses; y el máximo que se puede otorgar son 15 mil dólares. Los proyectos consisten en fondos de hasta 100 mil dólares, que se brindan para un grupo de actividades de largo plazo. Todos estos fondos son en cofinanciamiento: Fondepro aporta solo 50 o hasta 75 % del monto que el empresario requiere. Sin embargo, es no reembolsable, lo que significa que el dinero recibido no debe ser retornado.

A cambio de estos fondos, las mipymes deben generar impacto económico, el cual se mide a través de más empleos, más ventas, nuevos mercados y productos, exportación,

desarrollo e innovación, entre otros. Según datos que obtuvo la institución en 2013, de una muestra de 129 empresas que Fondepro ha apoyado, tuvieron un aumento de ingresos por 16 millones de dólares, de los cuales 9.1 eran por ventas de exportación. También generan más de 400 empleos fijos y más de 500 temporales, así como la creación de productos nuevos y acceso a mercados en los cuales no se encontraban.

Manuel Sánchez Masferrer, doctor en Economía y quien conduce en El Salvador el estudio de Global Entrepreneurship Monitor, asegura que el emprendimiento es el elemento fundamental del desarrollo económico de los países, al generar puestos de trabajo y cambiar las condiciones del mercado, innovando y cubriendo las necesidades de consumidores y empresas. Sobre todo en el país, donde la inversión extranjera directa es la más baja de la región.





Fracasar, aprender y seguir

¿Un emprendedor nace o se hace? Esta es una pregunta con muchas posibles respuestas. Guillermo Gutiérrez, quien ha investigado sobre el comportamiento emprendedor, opina que se hace; porque “a medida se avanza en la vida y se va teniendo más experiencia, se va fortaleciendo el deseo de emprender. Todo lo que ha recorrido una persona le ayuda para desarrollar una empresa, incluso para convertirse en un empleado emprendedor” —asegura.

Inés Ramírez de Clará
Jefa de Publicaciones

Guillermo Antonio Gutiérrez es doctor en Ciencias Empresariales por la Universidad de Cádiz, España, y se desempeña como docente en diferentes universidades, entre ellas, la Universidad Tecnológica de El Salvador. En 2012 recibió en Huelva, España, el Premio de Estudios Iberoamericanos La Rábida por la investigación “El comportamiento emprendedor en El Salvador: contexto, características y factores de éxito del emprendedor salvadoreño”.

Comúnmente, cuando hablamos de emprendimiento, creemos que solo los que desarrollan una empresa lo practican. Sin embargo, Gutiérrez afirma que también existe el concepto del *intraemprendedor*, que es un empleado que está en una empresa y que no quiere tener un negocio propio, sino que quiere ser empleado; y en ese empleo generar ideas emprendedoras que ayuden a que la empresa para la cual trabaja se desarrolle y a la vez él lo haga también.

Los salvadoreños somos conocidos por ser emprendedores. Pero ¿por qué se habla tanto ahora de emprendimiento, de la necesidad de emprender? Según el especialista, los emprendedores surgen más cuando hay época de crisis en un país. Entonces, cuando el mundo está convulsionado es cuando surgen



Discurso de Guillermo Gutiérrez cuando recibió el Premio de Estudios Iberoamericanos La Rábida.

más los emprendedores, porque aprovechan las ideas para generar dinero.

“Se dice que de cada diez emprendedores seis son por necesidad y cuatro por oportunidad. Entonces, la necesidad viene dada por eso, porque no existen opciones favorables de empleo; y las opciones que hay son bastante mal calificadas”, comenta Gutiérrez; y agrega que en las economías exitosas hay más emprendimiento por oportunidad que por necesidad, lo que significa que cuando alguien emprende tenía un buen empleo o una buena fuente de ingresos, pero, al encontrar una oportunidad, deja el empleo para generar esa nueva idea de negocio.

Según estadísticas de la Organización Internacional del Trabajo, en El Salvador el 66 % de la población económicamente activa está en el sector informal, lo que confirma que la gran mayoría de emprendimientos son por necesidad; y que las condiciones y requisitos para dar el salto a la formalidad no favorecen a las micros y pequeñas empresas, ya que los procesos de legalización son engorrosos y tardíos. Pasar al sector formal también significa pagar impuestos.

Una de las soluciones que Gutiérrez sugiere, ante esta situación, es el “ecosistema

empresedor”. “Uno de los factores del ecosistema emprendedor, que fomenta el desarrollo de empresas, es el Gobierno, a partir de generación de políticas. Por ejemplo, políticas como fomento para empresas a partir de la disminución o pago mínimo de impuestos”—expone.

El investigador agrega que una opción es la tasa progresiva de impuestos: que cuando el emprendedor crea una empresa no pague el 100 % de impuestos que debe pagar, sino que el 20 % que le tocaría pagar el primer año; al segundo año que pague el 40 % del total de impuestos que le tocaría pagar. Puesto que en cinco años es que la empresa ya estaría consolidada también ya estaría pagando el 100 % de impuestos. “Esto sería una motivación para que más personas desarrollen sus proyectos emprendedores y puedan consolidar su empresa en cinco años”—afirma.

“En el tema de la inseguridad, de cada diez negocios que habían sufrido alguna extorsión ocho se iban a cerrar o tenían planeado hacerlo; y de cada diez que no habían tenido ninguna situación de extorsión, dos querían cerrar el negocio por el temor”—informa el experto—, lo que coincide con el último estudio de Global Entrepreneurship Monitor en El Salvador, donde la tasa de cierre es del 10,7 %.

Encontrar la idea que lleve al éxito en el emprendimiento nunca, o rara vez, se logra al primer intento. Según la investigación que realizó Gutiérrez, en El Salvador las personas que han logrado formar exitosamente su

empresa en el pasado han tenido que fracasar, al menos, entre seis y siete veces. De ahí que muchos emprendedores se decepcionen y no continúen en el camino. Por eso, según el experto, una de las características que debe tener el emprendedor es persistencia.

“La teoría de emprendimiento habla sobre las CEP, que son las *características emprendedoras personales*. Lo que dice la teoría es que, cuando fracasas, ese fracaso debe servirte como aprendizaje para crecer como emprendedor y seguir avanzando. Entonces, hay que fracasar, aprender y seguir”—enfatisa.

“Muchas personas creen que para desarrollar empresas lo más importante es el dinero; pero no, lo importante es la persona con la idea; porque el dinero se puede conseguir, ya sea con redes de apoyo, contactos, amigos, familiares. No es necesario comenzar una empresa con mucho dinero”, —afirma. Opinión que coincide con la de Sergio Ortiz, director académico

de emprendimiento del Tecnológico de Monterrey, de México, y con la de Sandra de Barraza, directora del Centro de Desarrollo de Micro y Pequeñas Empresas de la Universidad Dr. José Matías Delgado.

Un dato importante en la investigación del académico es que, por cada diez empresas que se fundan en el país, seis son fundadas por mujeres y cuatro por hombres. Muchos de estos proyectos son por necesidad, no por oportunidad. Para generar más emprendimientos por oportunidad o de alto impacto, el investigador insiste que se le debe apostar a proyectos tecnológicos y al emprendimiento cultural.

“El salvadoreño es una persona creativa, con múltiples ideas y propuestas de nuevos emprendimientos. La visión que la persona tenga influye mucho en el emprendimiento que quiera crear; porque si está pensando solo en el hoy, lo más seguro es que no tendrá éxito”—concluye.

“ Se dice que de cada diez emprendedores seis son por necesidad y cuatro por oportunidad. Entonces, la necesidad viene dada por eso, porque no existen opciones favorables de empleo; y las opciones que hay son bastante mal calificadas.”

Guillermo Gutiérrez, docente e investigador.



Gutiérrez recibe el Premio de Estudios Iberoamericanos La Rábida en Huelva, España.



Crisis que se convierten en oportunidades

Para los salvadoreños, tener un empleo fijo es la manera tradicional de llevar ingresos al seno familiar. Pero cuando las condiciones del entorno económico no benefician la generación de puestos de trabajo y hay mucha demanda laboral, resolverlo se vuelve cuesta arriba. Aun así no todo es negativo, pues es en los tiempos de crisis en cuando surgen más emprendedores y, como consecuencia, nuevas empresas.

Iván Flores

Redacción *enlaces*

Estudiante Comunicaciones Utec

Marcos Cañadas es asesor financiero para bancos y organismos económicos en gestión pública y *coaching* empresarial. De sus 15 años ejerciendo como economista concluye que las crisis económicas sirven para motivar a iniciar una empresa o rediseñar un negocio a partir de las exigencias del mercado.

“Hoy todo mundo está hablando de la importancia del emprendimiento. Yo lo atribuyo a lo siguiente: antes se había hecho un ejercicio, pero disperso. Y la gran diferencia es que por primera vez el Gobierno asume la responsabilidad del tema. Todo lo demás que se ha hecho ha sido por iniciativa propia, privada, pero nunca a partir de una política de

Estado”, afirma Ileana Rogel, directora ejecutiva de la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (Conamype).

Ella hace una valoración de la importancia que ha tenido la alianza estratégica de sectores claves para impulsar el talento emprendedor: empresa privada, universidades, ONG, Cámara de Comercio, gremiales; pero el más importante: el Gobierno. “Se ha demostrado que en otros países del mundo los emprendedores han hecho una dinámica que mueve economías”—expone.

Conamype tiene una metodología para atender a los emprendedores; se les enseñan los costos básicos, la administración de personal, operaciones y trámites empresariales,

desde permisos jurídicos, hasta operaciones tributarias. Todo esto gracias a la Política Nacional de Emprendimiento, aprobada en agosto de 2014, de la que esta institución puede hacer uso para apoyar a las personas que inicien un negocio propio.

Ideas que se convierten en empresas

Las razones para emprender negocio se engloban en dos condiciones: oportunidad y necesidad. La primera se inspira en las condiciones del entorno para conseguir metas favorables en capital semilla, locación, logística, personal capacitado para colaborar en la empresa y que todas las anteriores se

hagan sostenibles a largo plazo. La segunda surge por la necesidad de tener ingresos inmediatos, y en muchos casos sin las condiciones y estrategias adecuadas. Por lo general, el emprendimiento por necesidad no es sostenible y se convierte en un negocio informal. De ahí la necesidad de impulsar los emprendimientos por oportunidad o también llamados *de alto impacto* que se convierten posteriormente en micros, pequeñas y medianas empresas (Mipymes).

En El Salvador, las Mipymes representan la mayoría de empresarios, siendo estos quienes ayudan a impulsar el crecimiento económico. Según datos de Conamype, la Mype genera aproximadamente 700 mil empleos directos, aportando alrededor del 25 % al Producto Interno Bruto, y en conjunto consumen más insumos y servicios que todas las grandes empresas. Pese a esto, de acuerdo con Conamype, la mayoría de propietarios de Mypes viven por debajo de los niveles de pobreza y expuestos a la quiebra o el estancamiento.

Datos proporcionados por el Centro Regional de Promoción de la Micro y Pequeña Empresa (Cenpromype), indican que un 37,7 % de los salvadoreños trabajan por cuenta propia o en un negocio familiar. Un dato importante es que el 49 % de las pequeñas empresas en el país son lideradas por mujeres. Sin embargo, estas son las que tienen mayores restricciones por cuestiones culturales y sociales a las que se enfrentan.

El representante en El Salvador del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Marco Nicola, cree que para lograr una mejor productividad se necesita dinamizar el sector



Un 37,7 % de los salvadoreños trabajan por cuenta propia o en un negocio familiar. Un 49 % de las pequeñas empresas son lideradas por mujeres.

Mipyme, con el objetivo de generar un crecimiento económico más alto en el país.

El BID se especializa en el financiamiento de proyectos viables de desarrollo económico, social e institucional en la región de Latinoamérica y el Caribe; así, también se encarga de

promover la integración comercial regional del área. A través de esto busca reducir la pobreza en el continente y fomentar un crecimiento sostenible y duradero. Actualmente es el banco regional de desarrollo más grande a escala mundial y ha servido como modelo para otras instituciones similares.

La multilateral trabaja diferentes proyectos en los que su participación directa hacia la población Mipyme la hace a través del Banco Salvadoreño de Desarrollo, con diferentes inversiones que pueden ascender a 100 millones de dólares, según el propósito del proyecto. La supervisión y la operación de los recursos se distribuyen a través de instituciones clave como Conamype; instituciones bancarias privadas que gestionan préstamos a menor escala y coordinan el reglamento de pagos —según Nicola.

De acuerdo con el organismo bancario, las previsiones de crecimiento de las Mipymes son favorables en la región centroamericana. Marco Nicola explica que dentro de diez años la región puede crecer, a nivel de Mipyme, un 24 %; y eso sin mencionar el flujo de empresas que entren a la fase de internacionalización de mercados.





De estudiantes a empresarios

Algunas instituciones educativas están promoviendo acciones que conduzcan a la transformación del sistema educativo tradicional para dar paso a iniciativas que permitan a los alumnos poner en práctica sus propias ideas empresariales.

Edgardo Arias

Redacción *enlaces*

Estudiante Comunicaciones Utec

“Pienso que los jóvenes tienen el poder de solucionar los problemas, cambiar los problemas en el mundo; también pueden hacer crecer la economía y ser felices a nivel personal”, opina Heatherjean MacNeil, directora asociada de programas de Babson College, institución número uno

en Estados Unidos en fomento al espíritu emprendedor por la revista *US News & World Report*.

MacNeil comenta que Babson College cuenta con el Center for Women’s Entrepreneurial Leadership (CWEL), que educa, inspira y empodera a las mujeres líderes empresariales para alcanzar su pleno potencial de crear valor económico y social para sí mismas, sus organizaciones y la sociedad.

Además, CWEL hace esto a través de programas educativos innovadores, eventos y mediante el apoyo y la amplia difusión de la investigación acerca de las habilidades y experiencias de las mujeres líderes empresariales; también apoya y promueve la igualdad de género como estrategia de crecimiento, tanto para los individuos como para las organizaciones de todos los tamaños, en todas partes del mundo.

MacNeil explica que es importante tener ideas; pero lo que identifica a un emprendedor es que transforma esas ideas en acciones; necesitan pasión, algunas habilidades —que pueden ser aprendidas— y perspectivas; pero es más importante el compromiso que tenga el estudiante.

“El esquema tradicional, donde el estudiante sacaba buenas notas, se graduaba, hacía alguna maestría y eso le garantizaba la probabilidad de conseguir trabajo... Eso ya no existe.

Se tiene que cambiar el paradigma; pensar que al salir de la universidad voy a tener mi propio negocio”, expone Eugenio Reyes, docente de la Universidad Autónoma de Nuevo León,





México, y director de la Asociación Mexicana de Centros para el Desarrollo de la Pequeña Empresa.

Reyes añade que, para que el estudiante logre crear un negocio propio, debe tener una clara visión de futuro; entendimiento de quién es y dónde quiere ir; que no claudique y que tenga motor propio, lo que significa que el emprendedor debe hacer sus proyectos con pasión y decisión.

Centros educativos incentivando el emprendimiento

En el país se cuenta con instituciones educativas que incentivan al emprendimiento. Una de ellas es la Universidad Tecnológica de El Salvador (Utec). “El emprendimiento universitario es un mecanismo a través del cual los jóvenes pueden plantear una idea de negocios que a ellos les gustaría ejecutar, tal vez no en el momento en el que están estudiando, sino cuando hayan egresado”, comenta Lissette Canales de Ramírez, decana de la Facultad de Ciencias Empresariales.

Canales agrega que la Utec cuenta con un programa de liderazgo de fomento emprendedor, que inició en una alianza con la Fundación para el Desarrollo Sostenible, la que llevó a la universidad una incubadora

de negocios donde se atiende a las personas que tienen una idea de empresarial y desean desarrollarla.

La Utec también tiene la feria de emprendedores CREA-Utec, que se realiza dos veces al año con el objetivo de incentivar a los jóvenes, para que creen nuevos productos y/o servicios. Esta feria se da gracias a la materia Creación de Empresas, que es impartida a todos los estudiantes de la universidad.

El Centro de Desarrollo de Micro y Pequeñas Empresas (CDMYPE) funciona gracias a la alianza público-privada entre la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (Conamype) con las universidades, ONG y asociaciones de municipios. Los CDMYPE tienen 20 puntos de atención; ocho de ellos

son administrados por universidades. Entre estas está la Universidad *Dr. José Matías Delgado*, que atiende a 22 municipios del departamento de La Libertad.

“Participar en esta alianza con el Gobierno nos permite vincular a la academia con la realidad empresarial. Usualmente en la docencia se utiliza mucha bibliografía extranjera y no se conoce el perfil de los empresarios salvadoreños. También es una manera de vincular a los estudiantes con el mercado laboral”, comenta Sandra de Barraza, directora del CDMYPE “Matías”.

El Centro cuenta con los servicios de asesoría empresarial; en el uso de las tecnologías de información y comunicación; en empresarialidad femenina; y financiera; y asistencia técnica y capacitaciones.

De igual manera, la Escuela Superior de Economía y Negocios (Esen) cuenta con el Centro Emprendedor, el cual apoya y promueve el espíritu emprendedor en los estudiantes y graduados de la escuela. Tiene como objetivo fundamental crear, en la sociedad salvadoreña, una cultura emprendedora que permita desarrollar habilidades empresariales y, de esta manera, contribuir al desarrollo económico del país.

“El Centro Emprendedor está encargado de promover el espíritu emprendedor en la comunidad Esen; se hace de dos maneras particulares. La primera es sembrando el espíritu emprendedor a través de todas las carreras; la segunda, con diferentes herramientas para promoverlo; entre ellas, el Congreso Internacional Emprendedores”, explica Ramón Candel, coordinador general del Centro.

Candel comenta que en su experiencia ha encontrado muchos estudiantes que desean emprender, o lo están haciendo, en las áreas de la tecnología y de los servicios. En esta escuela todos los estudiantes reciben cátedra sobre emprendimiento, capacitaciones, educación financiera, entre otras. El Centro funciona desde 1997 y fue el primero de este tipo en El Salvador, según registros de la institución.

“ Pienso que los jóvenes tienen el poder de solucionar los problemas, cambiar los problemas en el mundo; también pueden hacer crecer la economía y ser felices a nivel personal. ”

Heatherjean MacNeil, directora asociada de programas de Babson College.



Emprendimientos para mejorar el entorno social

Cuando una organización realiza un salto cualitativo al momento de pasar de la generación de oportunidades, para individuos, a la creación de espacios colectivos de desarrollo, se puede decir que estamos frente al emprendimiento social. La mejora de la calidad de vida de las personas es la razón de ser de esta variable emprendedora, llevada al alza en los últimos años en El Salvador gracias a iniciativas de ONG que brindan su tiempo y recursos humanos al apoyo de diferentes iniciativas de desarrollo.

Josué Navarrete

Redacción *enlaces*

Estudiante Comunicaciones Utec

La juventud también es capaz

La Fundación Salvador del Mundo (Fusalmo) es una entidad que desde 2003 promueve la apertura de espacios a jóvenes, que se manejan en grandes proyectos; que tienen en común una mejora del espacio de desarrollo de las personas, con el único requisito de que los futuros beneficiarios permitan el trabajo de la organización.

“Fusalmo nace como una obra salesiana, pero en atención a programas recreativos formativos; un concepto más amplio de lo que Don Bosco llamaba el *oratorio*. La misión de todos los salesianos es apoyar a la población más desprotegida. Se escoge Soyapango porque hay una gran cantidad de jóvenes en un municipio con problemas”, dice la Licda. Elizabeth Alfaro, gerenta sociolaboral de la entidad.

Desde las instalaciones del Polideportivo España, en Soyapango, se generan las ideas que han llevado a la acción cerca de cien proyectos comunitarios, que van desde adoquinado de calles; cursos de bisutería, guitarra, inglés; mejoras de zonas verdes, entre otros. “El emprendimiento social es para un objetivo común. Su actividad va hacia la comunidad; no es un objetivo personal, como el emprendimiento económico” —explica.

El grado de integración de la organización con la juventud ha sido clave para la puesta en marcha de las ideas, que, si son aprobadas,

cuentan con el respaldo económico y el seguimiento de técnicos en emprendimiento social de Fusalmo en toda la realización del proyecto. Los recursos que llegan a la entidad salesiana son provenientes de la cooperación nacional e internacional.

En el ámbito de éxitos logrados en las iniciativas sociales de emprendimiento, se destaca el movimiento de algunos jóvenes a los

programas de intermediación laboral, lo que les ha permitido realizar formación profesional para obtener trabajo en empresas de todos los niveles, cerrando así un círculo virtuoso en las comunidades. “El emprendimiento es aquello que mueve a llegar al punto donde uno se fija. Las oportunidades deben estar un poco más cerca; estamos donde se necesita el apoyo” —finaliza Alfaro.



Jóvenes de la Fundación Salvador del Mundo trabajando en proyectos comunitarios.

Jóvenes con iniciativas emprendedoras

Plan El Salvador realiza, además de su campaña insignia “Por ser niña”, trabajo de emprendimiento social en cinco departamentos del país. La idea es generar un ingreso equivalente a un salario mínimo de forma permanente en los jóvenes, todo ello con la realización de un esfuerzo por parte de las comunidades y la institución, que tiene cerca de 35 años de trabajo en El Salvador.



El proceso de emprendimiento —que es parte del componente de empoderamiento económico de la organización— abarca los departamentos de San Salvador, La Libertad, Chalatenango, Cuscatlán y Cabañas. “Hay un trabajo desde los facilitadores de desarrollo comunitario, quienes establecen el primer contacto; pero también se trabaja con socios estratégicos. A través de ellos llegamos a la

población meta, que son jóvenes”, explica José Luis Anaya, técnico de Plan.

La formación que se hace como parte del apoyo a las ideas juveniles se da en el plano asociativo, fomentando de esta manera el trabajo en conjunto. Anaya explica que el municipio de Ilobasco, en Cabañas, es el mejor referente del emprendimiento social que realiza esta ONG, dado que fue el primer lugar donde se trabajó en el país.

Posterior a la formación —si la idea de negocio logra madurar—, Plan brinda apoyo en capital semilla. Aunque la voluntad y algunas limitantes crediticias son los desafíos más notables que se dan en el día a día de estos programas, según el técnico. Además de este apoyo en efectivo, se realiza un seguimiento hasta que la empresa conformada logra su autosuficiencia.

“Hay ya cooperativas que incluso están preparando condiciones para exportar. Tal es el caso de Adejac y otras iniciativas en Ilobasco, formadas solo por jóvenes que comenzaron con capacitaciones. En Chalatenango hay otra cooperativa de corte agroindustrial. Hay varias iniciativas asociativas que están con productos en el mercado” —menciona Anaya.

Ecología como forma de emprendimiento

La Universidad Tecnológica de El Salvador (Utec) también participa del emprendimiento social desde su plataforma *Utec Verde*, que es parte de la línea de medio ambiente; que forma uno de los ejes de acción de la proyección social universitaria.

Esta iniciativa de corte social y ecologista se basa en ISO 26000, una norma internacional de responsabilidad social empresarial; y plantea su misión hacia la educación, concientización y promoción del desarrollo sostenible, para el medio ambiente del país.

Sus campos de acción son la prevención de la contaminación, la protección del medio ambiente y la sostenibilidad, el uso sostenible de recursos, además de la mitigación y adaptación al cambio climático.

Con base en estos campos de acción, desde hace algunos años, *Utec Verde* ha realizado muchos eventos, como campañas de limpieza en los entornos del alma máter; reforestación en zonas naturales del país; el lanzamiento de un estudio de sostenibilidad del medio ambiente, entre otras iniciativas donde están involucrados los estudiantes de las diferentes carreras.

El emprendimiento social tiene como misión el desarrollo integral de los territorios donde es aplicado. Indistintamente de los recursos que se empleen para llevar a la acción las diferentes ideas emprendedoras, la voluntad de las personas y las oportu-

nidades de aplicarlas son la llave que abre la opción de dar algo más desde el interior, construyendo enlaces de alto valor social para fomentar tanto el crecimiento personal como el colectivo de nuestras sociedades.



Estudiantes colaborando con el programa Utec Verde.



Emprendimiento y desarrollo local

Contribuir a la mejora de las capacidades humanas y técnicas de muchas familias salvadoreñas, que por diferentes motivos no cuentan con un salario fijo, es el objetivo de instituciones nacionales e internacionales, privadas y públicas, que buscan impulsar un desarrollo sostenible a través de los trabajos que se realizan en cada localidad.

Emeli Santamaría
Redacción *enlaces*
Estudiante Comunicaciones Utec

El desarrollo territorial debe ser integral, multidimensional y holístico, en el sentido que integra todos los aspectos dentro del territorio, según Ismael Merlos, director del Programa de Desarrollo Territorial de la Fundación Nacional para el Desarrollo (Funde). Y agrega que dicho desarrollo es endógeno, porque es un esfuerzo que debe hacerse en y para el territorio, con

el propósito de generar transformaciones sociales, económicas, culturales, ambientales y político-institucionales a partir de un mejor aprovechamiento de los recursos y capacidades existentes en los territorios, y de las oportunidades que presentan las políticas públicas nacionales.

El fin último del desarrollo territorial es generar procesos de desarrollo inclusivos,

equitativos y sostenibles, que generen ambientes propicios para mejorar las condiciones de vida de los habitantes de las áreas en cuestión. A través de este enfoque de desarrollo territorial se privilegia la integración de los actores públicos y privados de los territorios, así como la conformación de socios y alianzas de aquellos con instituciones públicas y privadas.



De esta forma los actores locales/ territoriales fortalecen sus capacidades para viabilizar, liderar y dinamizar su propio desarrollo, articulados a las instituciones públicas nacionales desde una visión de desarrollo integral, sostenible y ascendente a largo plazo.

Siguiendo este concepto, Funde facilita la realización de acciones de desarrollo en diferentes municipios de El Salvador. Desde el año 2011, a través del Área Desarrollo Territorial, ha venido implantando el Programa Jóvenes Emprendedores Sociales en el Valle de Jiboa, el cual busca que la juventud desarrolle su liderazgo y construya soluciones a sus demandas educativas, sociales, económicas, culturales y laborales, e incida en la creación de cambios en sus comunidades para mejorar la gobernanza en el territorio y avanzar en el desarrollo de El Salvador.

A partir de esto se han desarrollado diplomados y procesos de formación de capacidades, impulsando emprendimientos económicos dirigidos a proporcionar mejores condiciones de vida en las comunidades, los cuales se han centrado en rubros como el procesamiento del café, la producción de hortalizas, el turismo, la panadería, manufactura artesanal y bisutería.

También dentro del desarrollo territorial está potenciar la cultura, identidad y creatividad. Para eso, la Red Juvenil del Valle de Jiboa, a través de la organización, gestión y articulación, logró el apoyo en

emprendimientos focalizados en la música, teatro, danza, pintura, escultura, batucada, acrobacia en tela, y otros, con el fin de mantener la tradición artística y cultural, expresada sobre todo en la música y la pintura dentro y fuera del territorio.

Todos estos proyectos fueron propuestos y elegidos por los mismos jóvenes dentro del territorio, desarrollados con el apoyo de instituciones locales, nacionales e internacionales, como los alcaldes integrados en la Asociación Intermunicipal del Valle del Jiboa (Mijiboa), Ashoka Avancemos, la Universidad de El Salvador, el Gobierno de El Salvador; y fue coordinado por Funde, con fondos de la Fundación Ford, de Nueva York, Estados Unidos.

El Valle de Jiboa está integrado por 14 municipios que son: San Vicente, Apastepeque, San Esteban Catarina, Santa Clara, San Lorenzo, Verapaz, Guadalupe, San Cayetano Istepeque, Tepetitán, San Sebastián, San Ildefonso y Santo Domingo, del departamento de San Vicente; así como los municipios de Jerusalén y Mercedes La Ceiba, del departamento de La Paz.

El papel de las instituciones de gobierno

Según Ileana Rogel, directora ejecutiva de la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa, las alcaldías y los concejos municipales son claves para generar más emprendimiento y, por ende, desarrollo local. “Si el alcalde lo retoma (el

emprendimiento) como política propia de cada territorio, en cuestión de dos o tres años tendremos un buen contingente de nuevas empresas en el país” —afirma.

La institución de gobierno encargada de promover el desarrollo sostenible es el Fondo de Inversión Social para el Desarrollo Local (FISDL), cuya misión es mejorar la calidad de vida de las personas en condición de pobreza y vulnerabilidad, impulsando procesos de desarrollo local sostenible.

El FISDL cuenta con diversos programas en beneficio del desarrollo. Uno de ellos es el Proyecto para el Fortalecimiento de Gobiernos Locales, que tiene como objetivo mejorar los procesos y sistemas administrativos, financieros y técnicos de los gobiernos locales, así como su capacidad para prestar servicios básicos priorizados por las comunidades locales y el desarrollo de procesos sostenibles, en el mediano y largo plazo, según la institución.

Otro es el Programa de Apoyo Temporal al Ingreso (Pati), que busca, según el Fondo, atender temporalmente las demandas de ingreso de la población vulnerable de áreas urbanas en el país, cuya situación es de desventaja y precariedad.

La dinámica del Pati implica que los participantes reciban un apoyo a su ingreso, participen en actividades comunitarias y se capaciten para mejorar su potencial laboral o de auto-emprendimiento productivo. Cada fase tiene una duración de seis meses, durante los cuales reciben un apoyo económico de 100 dólares cada mes. También se convierte en una fuente importante para el apoyo a las municipalidades —afirman—, ya que los proyectos comunitarios son diseñados por los mismos gobiernos locales, quienes han aprovechado los talentos de los participantes Pati para dinamizar sus territorios en los ámbitos económico, cultural, social y ambiental.

El emprendimiento favorece al desarrollo local. Un dato importante de la última encuesta de Global Entrepreneurship Monitor en El Salvador, es que las áreas rurales y ciudades pequeñas muestran mayor porcentaje de emprendimientos por oportunidad, que las grandes ciudades, como San Salvador, donde la mayor parte de emprendimientos es por necesidad. Habría que enfocar esfuerzos, entonces, en estos sectores para potenciar más el emprendimiento, pues genera un impacto positivo en la economía.



Redes sociales impulsando el emprendimiento

Internet influencia día a día a más personas que no solo aprovechan las bondades de redes sociales como Facebook y Twitter para comunicarse, sino también las utilizan para dar a conocer su marca y vender los productos y servicios que ofrecen. Los emprendedores son una muestra de ello.

Edgardo Arias

Redacción *enlaces*

Estudiante Comunicaciones Utec

Las microempresas, por su naturaleza, no cuentan con un presupuesto asignado a *marketing*, por lo que sus acciones publicitarias son muy reducidas y de bajo costo. Ahí es donde las redes sociales pueden jugar un papel clave si son bien utilizadas, claro está”, comenta Alejandro Navarro, profesional con experiencia en *marketing online*, diseño gráfico-web y *marketing* tradicional, de la empresa Ide@Works.

Según el especialista, las redes sociales más utilizadas para dar a conocer los servicios y productos son, en primer lugar, Facebook;

le sigue Twitter; después está YouTube; y en cuarto lugar Instagram. Esta última creciendo a mucha velocidad.

Sin embargo, recomienda que seleccionar la aplicación en la red para dar a conocer mejor los productos y servicios dependerá de evaluar dónde se encuentra el público objetivo; y después con qué presupuesto y recursos se cuenta para poder tener una presencia efectiva, allí donde se encuentre el *target*.

“Construir su imagen de marca, generar comunidad, inicialmente a partir de familiares

y amigos, para poco a poco hacer crecer la comunidad siempre con *fans* de calidad. Aquí, menos es más”, añade Navarro, refiriéndose a logros que puede tener un emprendedor que se abre paso mediante las redes sociales.

Además, invita a conocer al público y a generar contenidos de calidad, sin avasallar con publicidad (descuentos, promociones, etc.) Para eso —informa— hay otros canales digitales más adecuados, siendo conscientes del entorno, de la categoría en la que se está y de cómo es el consumidor.

De igual manera, aconseja dar mantenimiento a las páginas dependiendo de



cada red y de la interacción que demanden los *fans*. Para el caso de Facebook, no requiere tantas publicaciones, solo de dos a tres como máximo al día. Por otra parte, Twitter, por sus características de inmediatez y brevedad, requiere de muchas más publicaciones diarias —asegura Navarro.

Ventajas y desventajas del uso de las redes sociales para las ventas

Ventajas

- Las redes sociales ocupan un lugar destacado en el camino a la compra.
- Se pueden dar a conocer productos y servicios de manera gratuita.
- Ayudan al famoso “boca oreja”, solo que en este caso es digital.

Desventajas

- Es necesario contar con conocimientos de *community management*; y para ello hay que capacitarse en esa disciplina.
- Se necesitan recursos como pagos con tarjeta de crédito y servicios de envío de los productos que el cliente adquiera.
- La compra puede no ser inmediata.

“Existen herramientas que permiten monitorear y gestionar la actividad en redes sociales; las hay gratuitas, algunas de ellas las aporta la propia red, como Facebook Insights o Twitter Analytics. También se pueden encontrar de pago, entre ellas, por mencionar alguna, FanPage Karma. Este tipo de herramientas ofrece un grado mucho más grande en profundidad de data, y permite analizar cualquier *fan page*, sea nuestra o no” —agrega el experto.

Del mismo modo, él sugiere que la persona encargada de las redes sociales debe ser una que sea empática, buena comunicadora; que sepa conceptualizar ideas; que sea creativa; que tenga una excelente ortografía y gramática; que posea conocimientos de diseño y sepa trabajar con programas de diseño tipo *Photoshop* e *Illustrator* y, además de todo esto, con capacidad analítica para interpretar los datos de las herramientas de análisis que sirven para monitorear las redes sociales.

Las redes sociales son herramientas de *marketing* que, aún con un bajo presupuesto, pueden ofrecer un gran alcance e impacto, lo que las hace idóneas para los emprendedores. “Eso sí, deben trabajarse de manera adecuada para evitar sorpresas desagradables y para poder explotar todas sus posibilidades de fidelización y consideración al máximo” —concluye Navarro.

Casos de éxito de emprendedores en redes sociales



Geoturismo

Esta es una *tour* operadora que realiza viajes tanto en el interior del país como a sitios de Centroamérica. Utiliza las redes sociales desde el 2010.

“Nos dimos cuenta de que el periódico (anunciarse) ya no resultaba tan imprescindible; y los turistas tenían sus redes sociales, y (que por ese medio) era más fácil tener el contacto con ellos”, comenta César Méndez, propietario de Geoturismo.

Méndez agrega que han logrado conseguir un buen número de seguidores —más de 4 mil—, pues los turistas publican las fotografías de los viajes realizados, sus amigos las ven, les llama la atención y los siguen en Facebook. De igual manera, en cada paseo les recomiendan que los sigan en su página, Geoturismo El Salvador.

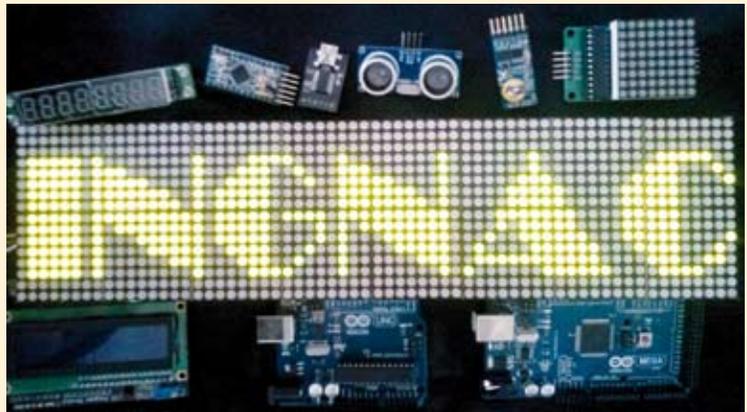
Ingnac

Ingeniería Nacional (Ingnac) es una tienda en línea que ofrece productos Arduino y componentes electrónicos para proyectos y servicios de seminarios de robótica. Utilizan las redes sociales desde el 2013.

“En el 2012 traje unos artículos del exterior, los propuse y los compraron; y dije: ¡Bueno, esto funciona! Y abrí el sitio. Y mi sorpresa fue que en la primera semana ya me había contactado alguien”, explica Germán Castellanos, propietario de Ingnac y estudiante de la Universidad Tecnológica de El Salvador.

Castellanos comenta que, para que la gente se interese en sus productos, siempre trae cosas novedosas, visita páginas internacionales, universidades u otras instituciones en el exterior y observa las ideas y dispositivos con los que cuentan. Luego hace referencia a eso. De igual manera, evalúa que localmente no se están comercializando.

Por otra parte, invita a las personas a hacer uso de las redes sociales, “puesto que son gratis y no se pierde nada con intentarlo” —opina.





Mujeres liderando el desarrollo sostenible

Las mujeres han incrementado sustancialmente su participación en los diferentes ámbitos de la sociedad salvadoreña, como parte activa del desarrollo desde sus diferentes ámbitos. Por tanto, hay sectores de emprendimiento que están enfocados en ellas o en donde ellas son las protagonistas.

Josué Navarrete

Redacción *enlaces*

Estudiante Comunicaciones Utec

Como parte de la Política Nacional de Emprendimiento, la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (Conamype), desempeña, desde el año 2009, el eje inclusivo de la mujer salvadoreña. El Programa Nacional de Empresariedad Femenina, se amplió, a finales de 2014, a los 28 puntos de atención que posee la mencionada institución, incluyendo Ciudad Mujer.

Teniendo de base teórica el manual *Mujer Emprende*, Idalia de Hasbún, coordinadora de la ventanilla de empresariedad femenina, explica que el programa cuenta con una “metodología muy buena, porque es aprender haciendo; es tanto para mujeres que tienen un alto grado de escolaridad, como para mujeres que no saben escribir”. Este manual se realiza en cuatro horas, para una mejor comprensión de las participantes.

El programa está abierto a todas las mujeres que tengan ideas de negocio y que cuenten con la disposición de participar en capacitaciones en diversos sectores de acción, entre ellas, textiles y confección, panadería, gestión empresarial. Todo ello con el fin de llevar las ideas a la acción con el apoyo de la banca gubernamental en aspectos de capital semilla.

Guiando a la mujer hacia el empoderamiento

Voces Vitales es una organización orientada al crecimiento profesional y personal de mujeres, fue fundada en 1997 gracias a Hillary Clinton y Madeleine Albright. A El Salvador llegó en 2008.



Graduadas del taller “Mujer emprendedora” de AES y Fundemas.

La función de esta ONG es buscar el empoderamiento político y económico de las mujeres que son parte de este programa en El Salvador. El emprendimiento femenino dentro de Voces Vitales se ubica en una Red de Mujeres de Negocios, que está compuesta por emprendedoras y empresarias en ascenso, que reciben capacitaciones y asesorías técnicas para hacer más efectivo su plan de negocios.

Entre los componentes que se dan en la red está la asesoría, un acompañamiento por parte de mujeres de éxito en la conjugación de la idea de negocio en pequeñas y medianas empresas que están siendo impulsadas por féminas, según afirma Sandra Morales, directora ejecutiva de la institución, “Las personas que realizan cambios en los hogares son las mujeres; una mujer empoderada transmite mejores valores; transmite confianza en sí misma” —dice.

Incorporando a la mujer desde el trabajo conyugal

Corporación AES El Salvador tiene, desde su componente educativo, el programa AES

Mujer, que complementa la responsabilidad social empresarial (RSE) con un eje dirigido a la atención de mujeres relacionadas con la compañía por medio de los trabajos de sus esposos o padres. La entidad trabaja este tema de la mano con la Fundación Empresarial para la Acción Social (Fundemas).

Su programa estelar, según Claudia Soriano, coordinadora de RSE, es el taller “Mujer emprendedora”, que durante cinco días une a las esposas o hijas de los empleados de las compañías eléctricas que son parte de la institución en capacitaciones que brindan las herramientas y conocimientos que necesitan para llevar a cabo sus proyectos, en los que tienen el respaldo de Fundemas.

Con dos grupos de graduadas, 47 mujeres han salido beneficiadas gracias a la formación que se da en ese espacio de tiempo. Dependiendo del producto que realizan, gracias a los talleres, la corporación les da empleo, que termina reflejándose en ingresos económicos para sus familias, además de fomentar la autonomía y la confianza de las participantes de dicho programa.



NOSOTRAS PODEMOS

A ti que nunca te das por vencida
y que todos los días luchas por
realizar tus sueños, creamos



G&TMUJER

la primera línea de crédito para
que hagas de pequeños
proyectos, grandes historias.

*Aída del Carmen Vásquez
es una Mujer Empresaria,
dueña de VASMAR S.A.
de C.V., que con el apoyo de
G&TMUJER, hizo de su
pequeño negocio una
mediana empresa.*

Acércate y descubre porque nos encanta decir **SE PUEDE**



**BANCO
G&T CONTINENTAL**



Proyectos ambientales que generan sostenibilidad

Son muchos los casos de emprendimientos amigables con el medio ambiente que ponen en alto el nombre de El Salvador a escala internacional; iniciativas que nacieron con el sueño de ver crecer de forma diferente a un país capaz de salir adelante utilizando sus recursos naturales de la mejor manera.

Emeli Santamaría

Redacción *enlaces*

Estudiante Comunicaciones Utec

En los últimos años hemos escuchado con más frecuencia palabras como *emprendimiento*, *sustentabilidad* o *sostenibilidad*, que hacen referencia a iniciativas que nacen con el fin de crear negocios con el propósito de generar mayor proyección económica en la vida de cientos de familias salvadoreñas que, por lo general, no poseen un trabajo estable; y a la vez proteger los recursos naturales.

Estos proyectos empresariales se enfocan en proteger el medio ambiente, utilizando como materia prima lo que para otros es basura: desechos sólidos, como bolsas de golosinas; botellas plásticas y de vidrio, que pueden tardar cientos de años en desintegrarse o inclusive toda la vida si no reciben un tratamiento adecuado.

Green Glass es uno de estos proyectos amigables con el medio ambiente, dedicado a la fabricación de productos a base de vidrio reciclado. Trabajan unos treinta prototipos de productos derivados de botellas de vidrio, como azucareras, servilleteros, vasos tequileros, ceniceros, queseras, dijes, anillos, maceteros, vasos y lámparas, entre otros.

La vida de Rosa María Araujo —una de las propietarias de Green Glass— cambió de forma positiva al tener mayores ingresos, formando otro tipo de cultura a través del reciclado de vidrio y madera, que en combinación con la bisutería se convierten en un arte atractivo; y que por su calidad genera mucha aceptación.



Siguiendo este mismo concepto se fundó la Asociación Ecoprocesos, que se dedica a la recolección y separación de materia prima reciclable, para después comercializarla en empresas que se dedican al tratamiento de desechos sólidos o que trabajan en alianza con Green Glass.

Estas dos empresas forman parte de las iniciativas de emprendimientos en armonía con la naturaleza, que nacen de la decisión de personas, empresarios y vecinos de la zona de la colonia La Escalón, apoyados por

instituciones nacionales e internacionales, que tienen por objetivo la creación de empleos en las catorce comunidades pertenecientes a dicha zona.

Estos proyectos son ejecutados a través del programa “Comunidades sostenibles: empresarialidad y generación de empleo” de la Fundación Empresarial para la Acción Social, en acompañamiento de asociaciones como La Escalón; las fundaciones Meza Ayau y Gloria de Kriete; la Sociedad para la Cooperación Internacional (GIZ, por sus siglas en alemán); la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (Usaid, por sus siglas en inglés) y el Fondo de Canadá para Iniciativas Locales.

Un emprendimiento con mucho “coco” a escala internacional

No solo el vidrio, o el plástico, son un problema para el medio ambiente. También existen desechos orgánicos que pueden tardar mucho tiempo en desintegrarse y que ocasionan dificultades para eliminarlos por su inadecuado tratamiento; y al final también contaminan al aire.

Motivada por esta situación nació Ecoambientes de El Salvador, una empresa que decidió hacer de la estopa de coco su materia principal para trabajar, produciendo revestimientos para macetas y sustrato de coco, que al ser preparado con una tierra pura, es ideal para el cultivo de hortalizas



y plantas ornamentales en ámbitos de invernadero, logrando así la exportación a diferentes productores en Centroamérica; y son comercializados hasta en ferreterías de prestigio que cuentan con una área de jardinería.

Según Walberto Martínez —propietario de la empresa—, este proyecto ha generado un gran impacto a escala internacional por la calidad de su producto, que es totalmente natural. Y lo mejor es que genera ingresos a las familias de la isla El Espíritu Santo, del departamento de La Paz, lugar en donde se encuentra la planta productora.

Reciclar no es suficiente; también es importante consumir menos

Para Carolina Baiza —propietaria del primer hotel eco-ambiental en El Salvador, denominado Árbol de Fuego—, reducir el consumo de productos es el paso fundamental para crear una cultura amigable con el medio ambiente, siguiendo las prácticas de la vida verde a través de un plan de ecoeficiencia, que consiste en producir más con menos recursos y generar menos contaminación. En pocas palabras: hacer más con menos.

Un emprendedor desde el inicio debe definir un concepto y hacer que todo su trabajo gire en torno a este para alcanzar el éxito. “Nosotros, desde el 2001 que nació este proyecto, nos hicimos el concepto de ser un hotel con verdes jardines y ambiente tropical que brinde descanso través de la naturaleza, rodeado de árboles y plantas para que los turistas sientan que el hotel es acogedor” —explica Baiza.

Para lograr un entorno ideal con el medio ambiente es importante trabajar con la

comunidad donde está alojado el negocio. En eso consiste la sostenibilidad que involucra la economía, el medio ambiente y

el aspecto social, que también es parte del concepto de Árbol de Fuego. Debido a estas prácticas, el hotel ha sido considerado como un caso de éxito en el tema de ecoeficiencia a escala internacional y ha sido invitado por INCAE Business School como panelista en el Programa Gerencia de la Sostenibilidad en Costa Rica.

En 2014 Árbol de Fuego ganó el primer lugar en tres categorías del Premio Nacional de Eficiencia Energética del Programa El Salvador Ahorra Energía. Uno de los proyectos consistió en cambiar los dieciséis acondicionadores de aire del hotel por otros con tecnología *Inverter*, que gastan entre 40 y 50 % menos que los normales; ampliar el tendero solar y hacer un techo verde. Se trata de pequeñas acciones con gran impacto en el consumo energético y la sostenibilidad ambiental coinciden los “emprendedores verdes”.

“Nosotros, desde el 2001 que nació este proyecto, nos hicimos el concepto de ser un hotel con verdes jardines y ambiente tropical que brinde descanso través de la naturaleza, rodeado de árboles y plantas para que los turistas sientan que el hotel es acogedor.”

Carolina Baiza, propietaria del hotel eco-ambiental Árbol de Fuego.



Hotel Árbol de Fuego.



Emprendimientos turísticos y culturales

El Salvador, en los últimos años, ha crecido en turismo. Según las estimaciones del Ministerio de Turismo (Mitur), el 2014 cerraría con un incremento del 4,3 % en visitas en relación con 2013, con una proyección de 1.9 millones de visitantes; y el turismo interno dejaría al país 109.33 millones de dólares. Los emprendedores han aprovechado esta oportunidad para instalar negocios, generando así empleo y desarrollo local.

Oneyda Aguilar

Redacción *enlaces*

Estudiante Comunicaciones Utec

El Salvador cuenta con una extensión territorial de 21.040 km². Tiene una población de 5.744.113 habitantes, según el último censo de población en el 2007. A pesar de que es un país pequeño y con bastante población, tiene una vasta riqueza en artesanías, textiles, tradiciones y gastronomía.

Apoyo al desarrollo de emprendimientos turísticos

El país tiene 321 kilómetros de costa en el océano Pacífico. Desde occidente hasta oriente existen más de 45 playas, con cinco cadenas montañosas y 25 volcanes. Muchos salvadoreños aprovechan la demanda turística de los extranjeros y nacionales, ofreciéndoles sus productos como artesanías y ropa; y sin faltar las comidas típicas que a cada pueblo caracteriza, para que los turistas las degusten.

Con el turismo, en las tierras cuzcatlecas, nacen muchos emprendedores que comienzan con un negocio pequeño, que poco a poco va creciendo, generando empleos e ingresos en el sector turístico. Es así como el Mitur ha comenzado a apoyar diferentes programas que benefician tanto al emprendedor como el desarrollo turístico.

El Mitur, en conjunto con la Corporación Salvadoreña de Turismo, el Instituto Salvadoreño de Turismo y otras instituciones de Gobierno, realizó la gestión de los fondos

para financiar el Programa de Desarrollo Turístico de la Franja Costero Marina. El Banco Interamericano de Desarrollo (BID) concretó la aprobación del crédito en agosto de 2013.

El objetivo general del programa es ayudar a poner en valor los atractivos turísticos con que cuenta El Salvador, a través de la construcción de importantes obras de infraestructura turística; además desarrollará una serie de actividades encaminadas a promover la generación de empleos e ingresos en el

sector turístico a través del fomento a los emprendimientos locales y al fortalecimiento de las entidades que apoyan el desarrollo de la actividad turística.

El programa es financiado por el BID, por un total de 25 millones de dólares, con los cuales se beneficiará a 268.126 personas; se espera que genere 3.053 empleos formales y directos en turismo y 876 empresas turísticas en once municipios de los departamentos de La Libertad (Chiltiupán, Comasagua, Jayaque,



Ruinas Arqueológicas de San Andrés, fotografía cortesía de www.elsalvadorahora.com.

La Libertad, Tamanique) y Usulután (Alegría, Berlín, Jiquilisco, Puerto El Triunfo, San Dionisio, Usulután).

Según el Mitur, el programa se divide en cuatro grandes componentes. El primero consiste en la puesta en valor de atractivos turísticos, el cual está dirigido a potenciar los principales atractivos turísticos que son bienes públicos, a fin de crear las condiciones favorables para incrementar la estadia y el gasto de los turistas, con un valor de 11.62 millones de dólares.

El segundo componente está orientado al emprendimiento local, con un monto asignado de 1.9 millones de dólares, con lo cual se desarrollarán cuatro acciones: 1) recursos de cofinanciamiento a micro y pequeños emprendimientos; 2) asistencia técnica y capacitación a Mipymes para mejorar la calidad de servicio; 3) capacitación en turismo de recursos humanos en los destinos, y 4) concientización turística de la población, campañas de difusión del programa y su componente dos.

El tercer componente es sobre gobernanza turística, con un monto asignado de 3.18 millones de dólares, el cual se divide en cuatro acciones: 1) sistema de información y estadísticas turísticas; 2) capacitación y equipamiento de movilidad y comunicación a la Policía de Turismo; 3) sistema de registro nacional de turismo (censo, categorización e inspección), y 4) diagnóstico y plan de fortalecimiento de seis municipios prioritarios en gobernanza turística.

Por último, el cuarto componente se centra en la gestión ambiental, y cuenta con 6.53 millones de dólares asignados. Las cuatro acciones de este componente son: 1) plantas de saneamiento de aguas residuales y conexiones de alcantarillado en la Playa El Tunco; 2) planta de saneamiento de aguas residuales y conexiones de alcantarillado en Jiquilisco y Puerto El Triunfo; 3) planta de saneamiento de aguas residuales y conexiones de alcantarillado en Alegria, Usulután, y 4) plan de monitoreo de calidad ambiental en áreas turísticas prioritarias de la costa del Bálsamo y la bahía de Jiquilisco.

La cultura como atractivo y fuente de emprendimiento

En el 2009 se creó la estrategia turística "Pueblos Vivos", en la que se dio a conocer la cultura y las diferentes costumbres de los pueblos pintorescos de El Salvador; igualmente la "Ruta Maya" o "Mundo Maya", que se realizó por un convenio entre la Secretaría de Cultura de la Presidencia y el Mitur para promocionar el patrimonio cultural y así obtener mayor desarrollo en dichos lugares.

En el paso por los "Pueblos Vivos" se encuentran: la "Ruta de la Flores" (Nahuizalco, Salcoatitán Juayúa, Apaneca y Concepción de Ataco); la "Ruta de los Nonualcos" (San Pedro Nonualco, San Juan Nonualco, Santiago Nonualco); y la "Ruta Artesanal" (Ilobasco, San Sebastián, La Palma y Suchitoto).

En el departamento de Ahuachapán, la zona de mayor potencial incluye Apaneca,

ciudad en la que se realizan actividades de aventura extrema; y Concepción de Ataco, que ha experimentado el mayor crecimiento de servicios turísticos; en la que se puede disfrutar del proceso del café, de la textilera, de una variedad de tiendas de artesanías y de las "noches bohemias".

Los festivales gastronómicos en Ataco y Juayúa son parte del atractivo turístico del lugar, pues los visitantes pueden degustar la variedad de platillos que cocinan los lugareños, quienes a la vez logran ingresos económicos. "La feria gastronómica la hacemos los sábados y domingos, en fechas ferriadas, trabajamos toda la semana. Por ejemplo, en Semana Santa, semana de agosto y para Navidad", menciona Angélica Álvarez de Jiménez, propietaria de un puesto de comida en la feria gastronómica de Ataco.

En la "Ruta Maya" se encuentran las cuevas de Corinto (que tienen figuras rupestres), y los sitios arqueológicos Cihuatán, San Andrés, Joya de Cerén, Tazumal, Casa Blanca, además de toda la red de museos nacionales.

En todos estos lugares, ricos en cultura, los emprendedores han encontrado una manera de salir adelante, creando nuevas ideas de negocios para atraer a los visitantes. Cuando se habla de turismo, las personas piensan en diversión, aventura y conocer nuevos lugares. Sin embargo, una persona emprendedora piensa en una oportunidad de tener un negocio que permita la generación de empleo, beneficiando así a la comunidad y obteniendo desarrollo económico.

Componente 1

Puesta en valor de atractivos turísticos	
Atractivo turístico	Monto
Construcción de la plaza marinera en el complejo turístico del puerto de La Libertad.	\$3.600.000
Mejora del muelle turístico del puerto de La Libertad.	\$1.000.000
Transformación del parque Walter Thilo Deininger.	\$2.720.000
Acondicionamiento de la playa La Paz (Punta Roca), uno de los mejores puntos para practicar <i>surf</i> en El Salvador.	\$500.000
Acondicionamiento del Puerto El Triunfo.	\$1.400.000
Bulevar de acceso y mejora de embarcadero turístico de Puerto Parada	\$1.100.000
Otras inversiones contempladas dentro del componente 1: - Acondicionamiento en la playa El Tunco (Tamanique). - Pequeños embarcaderos para paseos en la bahía de Jiquilisco. - Centro de Interpretación de la Geología, Vulcanología y Aprovechamiento Geotérmico (Berlín). - Mejoras turísticas en Berlín y Alegria. - Estudios de impacto ambiental de las obras físicas.	\$1.300.000
Total	\$11.620.000

Departamento	Municipio
La Libertad	Chiltiupán
	Comasagua
	Jayaque
	La Libertad
	Tamanique
Usulután	Alegria
	Berlín
	Jiquilisco
	Puerto El Triunfo
	San Dionisio
	Usulután

Las inversiones contempladas en el Programa de Desarrollo Turístico de la Franja Costero Marina se llevarán a cabo en once municipios, distribuidos en dos departamentos, como se muestra en el cuadro.



Emprendimientos tecnológicos

La tecnología ha cobrado gran importancia en los últimos años. El emprendimiento también está en auge, por lo que la suma: tecnología + emprendimiento es una combinación de éxito. Por ello, diversas instituciones en el país están trabajando por impulsar empresas que le apuesten a la innovación.



Ever Hernández
Redacción *enlaces*
Estudiante Comunicaciones Utec

Según Guillermo Gutiérrez, autor del libro *Emprendimiento y desarrollo económico: El Salvador 2010-2012*, hay muchas opciones y oportunidades para generar emprendimiento de tipo tecnológico. “La innovación es clave para hacer que un emprendimiento sea exitoso. Pero es más importante en aquellos emprendimientos tecnológicos, en donde, constantemente, el mundo de la tecnología se renueva, cambia y modifica”—señala.

Ileana Rogel, directora ejecutiva de la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña

Empresa, (Conamype), asegura: “Queremos dar un giro al tema tecnológico, porque hay creatividad, pero no lo hemos estado atendiendo ni colocando como una potencialidad de país”. De ahí la necesidad de apostar a este tipo de emprendimientos que son sinónimo de desarrollo.

El Ministerio de Economía (Minec), a través de la Dirección de Innovación y Calidad (Dica), impulsa el desarrollo de emprendimientos tecnológicos. Según Juan Diego Portillo, técnico en innovación y calidad de esta entidad, este tipo de emprendimiento es la creación de

empresas cuya base es la tecnología. Para él, los emprendedores son facilitadores de proyectos de rápido crecimiento y sostenibilidad.

Esta institución tiene una serie de premios para apoyar de forma económica a los emprendedores. Uno de ellos es la entrega de los Premios Pixels, certamen que reconoce las mejores producciones de animación digital, audiovisuales y videojuegos.

El 2014 fue la primera vez que la Dica premió a la producción audiovisual en una categoría llamada PRO; adicionalmente el Consejo Directivo del Fondo de Desarrollo Productivo

(Fondepro) otorgó un recurso adicional de 135 mil dólares para apoyar dos piezas más en el área de animación y dos más en la audiovisual, logrando un total de 525 mil dólares en apoyo a emprendedores.

Innovatips es otro concurso que fomenta la creación de tecnologías de la información, como *software* para apoyar empresas y generar soluciones a micros, pequeñas y medianas empresas (Mipymes). Otro de los concursos que se promoverá este año es Novus, que está orientado al desarrollo de tecnologías, como maquinarias que sean soluciones para las Mipymes.

En todos estos concursos, los emprendedores presentan sus proyectos y Fondepro los apoya haciendo las contrataciones del personal necesario para generar sus productos y servicios. También aportan para los gastos de registro de propiedad intelectual. “La industria (tecnológica) está creciendo. Hay más gente interesada. Vemos más jóvenes involucrados cada año en los concursos; y también están teniendo proyección internacional”, informa Claudia Sequeira, directora de Fondepro.

Algunos de los casos que han logrado éxito están en el rubro de las aplicaciones móviles. Una



de ella es Yupi, que sirve para pedir servicio de taxi desde cualquier lugar. Cabe mencionar que esta innovación ya se lanzó al mercado; y también Eco-manda, una interacción entre el mesero y la cocina. Funciona a través de un dispositivo

móvil. El mesero envía las órdenes directamente a la cocina; y así ahorran tiempo y esfuerzo.

“El empleo es primero. Pixels ha logrado generar alrededor de 140 empleos en las industrias de animación y videojuegos. Es un semillero de empleos para la juventud salvadoreña”, expresa Merlin Barrera, viceministra de Comercio e Industria.

Otra dependencia del Minec que trabaja en el fortalecimiento de los emprendimientos tecnológicos es, precisamente, Fondepro, pues a través de su fondo de inversión tiene una línea de apoyo a la innovación y tecnología con la que se busca potenciar la adquisición de maquinaria o algún tipo de innovación que mejore los procesos de las empresas. Estos fondos son no reembolsables y funcionan en cofinanciamiento, es decir, que Fondepro aporta el 50 o hasta el 75 % de la inversión.

“Existe en este momento una gran debilidad en temas de tecnologías que permitan a las empresas ser más competitivas” —expresa Sequeira—, por lo cual se le está apostando a la inversión tecnológica. Además sostiene que la tecnología es una necesidad por demanda; esto es, que los empresarios necesitan hacer inversión en tecnología para ofrecer productos de mejor calidad y mantenerse en el mercado.

Algunos de los proyectos que tiene planteado Fondepro para 2015 es la territorialización de los concursos, esto con el apoyo de Conamype y su estrategia “Un pueblo, un producto”, con la que, al igual que en los concursos existentes, brindarán fondos para inversión. Próximamente se lanzará el concurso Inno-vaemprende, que está dirigido a aquellos emprendedores que aún no se han dado a conocer con sus productos o servicios y que desean o necesitan obtener fondos.

La experiencia Campus Party

Campus Party, que se realizó por primera vez en El Salvador en 2014, es un evento que a escala internacional apoya los emprendimientos tecnológicos. Según Renato Salazar, director de comunicaciones, este es el encuentro de tecnología y emprendimiento más grande del mundo.

En Campus Party se congrega talento local e internacional, y en el cual muchos jóvenes exponen sus proyectos emprendedores. Uno de los objetivos es ayudar a *startups* digitales y *makers* de *hardware* a encontrar financiación, talento tecnológico y difusión mediática. Asisten personalidades y empresarios que cuentan su historia de crecimiento y desarrollo, sirviendo como ejemplo para los demás. En el evento de 2014 hubo varios ponentes, como John Maddog Hall, presidente de la Fundación Linux; Patrick Osborne, director de animación de Disney Pixar; Andrés Barreto, fundador de Grooveshark; Kenji Yanobe, experto en robótica industrial; y Yasu Suzuka, un fotógrafo que utiliza la técnica estenopéica.

“En el país hay potencial para crecer en el emprendimiento. Hay que hacer que surjan más emprendedores. Simplemente necesitamos apoyo”, expresa Carlos Moreno, quien forma parte de esta organización.



Feria Campus Party 2014, fotografía cortesía de *El Diario de Hoy*.



Financiamiento para emprendedores

Los empresarios muchas veces ven truncados sus emprendimientos por falta de recursos financieros. Sin embargo, existen bancos, nacionales y extranjeros, e instituciones que apoyan a los emprendedores en sus diferentes etapas de negocio, esto con el objetivo de generar inversión para el desarrollo económico en El Salvador.

Oneyda Aguilar

Redacción *enlaces*

Estudiante Comunicaciones Utec

Los bancos son las principales fuentes de financiamiento en el país, pues poseen diferentes líneas de crédito para otorgar a las micros, pequeñas y medianas empresas (Mipymes). También existen líneas de apoyo para emprendedores nacientes, lo que es conocido como *capital semilla*.

Uno de los bancos que brinda financiamiento es el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), que fue fundado en 1959 y tiene

como objetivo lograr el desarrollo de manera sostenible, protegiendo medio ambiente, apoyando los esfuerzos de Latinoamérica y el Caribe para reducir la pobreza y la desigualdad. Actualmente cuenta con una base de accionistas conformada por 48 países, entre los que se encuentran 26 prestatarios latinoamericanos y del Caribe, entre ellos El Salvador.

El BID concede préstamos a gobiernos nacionales, provinciales y municipales; también a empresas privadas. “El sector

público es nuestro mayor cliente; y ni siquiera le llamaría cliente, sino socio, ya que la mayoría de cosas que hagamos va a beneficio de la población, como una carretera, un camino, una escuela o un hospital. Pero también tenemos operaciones directas con el sector privado, pero son menores a lo que hacemos en el sector público”, explica Marco Nicola, representante del BID en el país.

El apoyo a los emprendedores por parte del BID es a través de ventanillas privadas



que tiene el banco. Una es por parte del Fondo Multilateral de Inversiones (Fomin), que es el capital de inversión más importante en microfinanzas y fondos de capital emprendedor para pequeñas empresas.

El Fomin trabaja con socios locales, principalmente privados, para ayudar a financiar y ejecutar proyectos. Otorga subsidios, préstamos, garantías, inversiones de capital, así como servicios de consultoría a asociaciones comerciales, organizaciones no gubernamentales, fundaciones, agencias del sector público e instituciones financieras, y en algunos casos a empresas del sector privado para apoyar proyectos que beneficien a la población de bajos recursos (negocios, granjas y viviendas).

Otra ventanilla privada donde brinda apoyo el BID se denomina "Oportunidad para las Mayorías", con la que se ha tenido mucho impacto en el país. "Hemos sido muy activos en El Salvador; y hemos sido muy activos en varios sectores. En la cartera de préstamos, en el 2010, se han aprobado 212 préstamos, para proyectos; y sobre estos se han concretado en apoyar el sector financiero local. Son préstamos a los bancos G&T Continental, Agrícola, Hipotecario, etc., para que apoyen el acceso a las pequeñas y medianas empresas. Como no podemos llegar a ellas directamente, lo hacemos a través de los bancos y los bancos lo prestan a la Pymes", enfatiza Nicola.

En el país, la institución bancaria estatal que impulsa este tipo de empresa es el Banco de Desarrollo de El Salvador (Bandesal), que fue creado en octubre de 2011; e inició operaciones en enero de 2012 para apoyar a las Mipymes, ya que estas son los motores del tejido productivo de la economía nacional.

Bandesal apoya a los sectores productivos, como agricultura, avicultura, textiles y manufactura. "No estamos orientados a la economía de consumo, sino a la producción y reactivación de la producción territorial. Nosotros calificamos la innovación de los productos, y así que sean exportados. También apoyamos esto para generar empleos", indica Mérida Mancía, presidenta de Bandesal.

El monto de préstamo que el banco ofrece es desde 500 hasta 75 mil dólares, con una



tasa del 7 % y una aprobación en quince días. Cuando Bandesal brinda apoyo al emprendedor, los beneficios que este tiene son que el banco le sirve de fiador; igualmente le da capacitaciones, asistencia técnica a través de los centros de formación empresarial del banco.

Recientemente el banco estatal lanzó el programa "Banca EmprendES", el que va orientado al emprendimiento de oportunidades, y en el que el emprendedor ha llevado un proceso de sensibilización, ubicación de la idea y determinación de plan de negocios. A este tipo de crédito pueden aplicar Mipymes que cuenten con una certificación de formación en emprendimiento y que presenten un plan de negocios.

En El Salvador —según informes del estudio Global Entrepreneurship Monitor—, de las mujeres que participan en el mercado laboral, 41 % son emprendedoras, por lo que el Banco G&T Continental vio esta oportunidad para el crecimiento empresarial de las mujeres, y es por ello que lanzó el programa "G&T Mujer", que brinda apoyo integral a las Pymes, con el fin de satisfacer las necesidades de desarrollo y crecimiento empresarial. El banco otorga créditos a la medida del negocio; en el área técnica, brinda asesoría por medio de capacitaciones impartidas por consultores

nacionales e internacionales, esto con el apoyo de instituciones como el BID y Fomin.

"Tenemos una cartera de 65 mujeres empresarias con \$22.8 millones y más de 200 créditos en un año, por lo que antes solo teníamos el 0,1 % en nuestra cartera", comparte Flor de Erazo, directora de Banca Empresarial del banco G&T Continental.

El Fondo de Desarrollo Productivo (Fondepro), es una dependencia del Ministerio de Economía, que brinda fondos para la inversión a las Mipymes. Claudia Sequeira, directora de Fondepro, comenta que poseen dos modalidades de acceso a los fondos: *fast track* y proyectos. Poseen cinco líneas de apoyo: cadenas productivas y asociativas, innovación y tecnología, desarrollo de mercados, producción más limpia y calidad y productividad.

Los fondos a los cuales las Mipymes pueden acceder dependen del monto de la inversión, con un máximo individual —una empresa— de hasta 100 mil dólares; y asociativo, es decir, tres o más empresas, hasta 200 mil dólares. Estos fondos se brindan en cofinanciamiento, Fondepro aporta el 60 % del valor de la iniciativa para empresas dentro del área metropolitana de San Salvador y 75 % para las empresas ubicadas fuera de esta, y 90 % para proyectos de emprendimiento dinámico. Estos fondos son no reembolsables, lo que significa que el dinero recibido no debe ser retornado en efectivo.

Fondepro también apoya a los emprendedores incipientes a través de concursos como Pixels, Innovatips, Novus e Innovaemprende, este último próximo a ser lanzado. Cada año, a los ganadores de estos concursos se les brinda capital semilla para que puedan desarrollar sus ideas de negocio y convertirse en Mipymes en el corto plazo.

Fondepro aporta el 60 % del valor de la iniciativa para empresas dentro del área metropolitana de San Salvador y 75 % para las empresas ubicadas fuera de esta. Estos fondos son no reembolsables.

Aspectos comerciales y legales para constituir una empresa



Además de una idea innovadora, el emprendedor necesita realizar una serie de pasos que le darán mayores oportunidades de éxito. El primero debería ser la realización de un plan de negocios, que es formar la empresa desde una base teórica, pero con una visión práctica, según lo expresa Cecilia Ponce, catedrática de emprendimiento de la Universidad Tecnológica de El Salvador (Utec). El segundo es constituir legalmente la idea de negocio.

Emeli Santamaría / Josué Navarrete

Redacción *enlaces*

Estudiante Comunicaciones Utec

Plan de negocios

La primera parte del plan de negocios la conforma el planteamiento de la empresa, que es básicamente determinar qué, dónde y cómo se realizará el emprendimiento. Posteriormente se hace un Foda, que es colocar en un cuadro las *fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas* de la empresa.

La importancia de hacer este ejercicio es valiosa, para la experta, porque de él depende el impacto de la idea de negocio. “Cuando realmente no nos ponemos a observar qué es lo que los demás están haciendo, cómo lo están vendiendo, cuáles son las ventajas competitivas, las desventajas, no se detienen a pensar todos esos detalles, porque no tienen idea de dónde van a vender los productos” —manifiesta.

Desde la visión de Ponce, la conformación del plan de negocios se puede realizar con la orientación de un experto; pero se debe aprovechar todo el conocimiento que este brinde para no depender de él en el futuro, y que esto no lleve al fracaso de la empresa.

Un punto importante para la catedrática es la diferencia entre *empresario* y *emprendedor*. “No necesariamente un empresario será un

emprendedor. El empresario generalmente pudo haber heredado su negocio, mientras que el emprendedor parte desde que nace la idea, la desarrolla, crea la empresa y la legaliza. Un empresario a veces es empresario, porque heredó o compró la empresa”—explica.

La Utec realiza capacitaciones sobre la conformación de ideas de negocios desde la materia Desarrollo de Emprendedores y el eje de proyección social. Allí se trabaja con las comunidades que buscan a la universidad para que se realicen proyectos de capacitación en jóvenes y mujeres adultas con deseos de emprender.

Una tendencia que está tomando auge en El Salvador, en los últimos años, es la creación de emprendimientos que al momento de ser exitosos son vendidos a otras empresas por diferentes motivos —según Ponce—. Entre las causas comunes está la necesidad de que su negocio dé un paso de calidad, pero no se poseen los recursos para realizarlo. En esos casos aparece un inversor que compra la empresa y potencializa sus capacidades, siempre con algún beneficio para el creador de la idea.

Legalización

En cuanto a los requisitos básicos para crear una empresa está el tener más de 18 años, para ser aceptado por el Código de Comercio como persona mayor de edad y en capacidad de emprender. El segundo punto es conformar una empresa mercantil, según el artículo 553 del Código de Comercio: “La empresa mercantil está constituida por un conjunto coordinado de trabajo, de elementos materiales y de valores incorpóreos, con objeto de ofrecer al público, con propósito de lucro y de manera sistemática, bienes o servicios”.

El abogado y asesor legal empresarial Worland Rivera explica que, al momento de configurar la empresa, se necesita determinar qué tipo de empresa es, específicamente en las áreas de micro, pequeña o mediana empresa. También se puede optar por fundar una sociedad anónima de capital variable, algo que será determinado por el capital inicial y por el número de empleados con que se contaría para conformarla.

Para definirla como micro o pequeña empresa, la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (Conamype), da ambas definiciones. *Microempresa* se refiere a sociedades hasta con 10 empleados y ventas de hasta 482 salarios mínimos de mayor cuantía (\$251.70) mensuales. El término *pequeña empresa* se refiere a empresas que poseen hasta 50 trabajadores y que sus ventas anuales son mayores que 482 y hasta 4 817 salarios mínimos de mayor cuantía mensuales.

“ No necesariamente un empresario será un emprendedor. El empresario generalmente pudo haber heredado su negocio, mientras que el emprendedor parte desde que nace la idea, la desarrolla, crea la empresa y la legaliza. ”

Cecilia Ponce, catedrática de emprendimiento de la Utec.

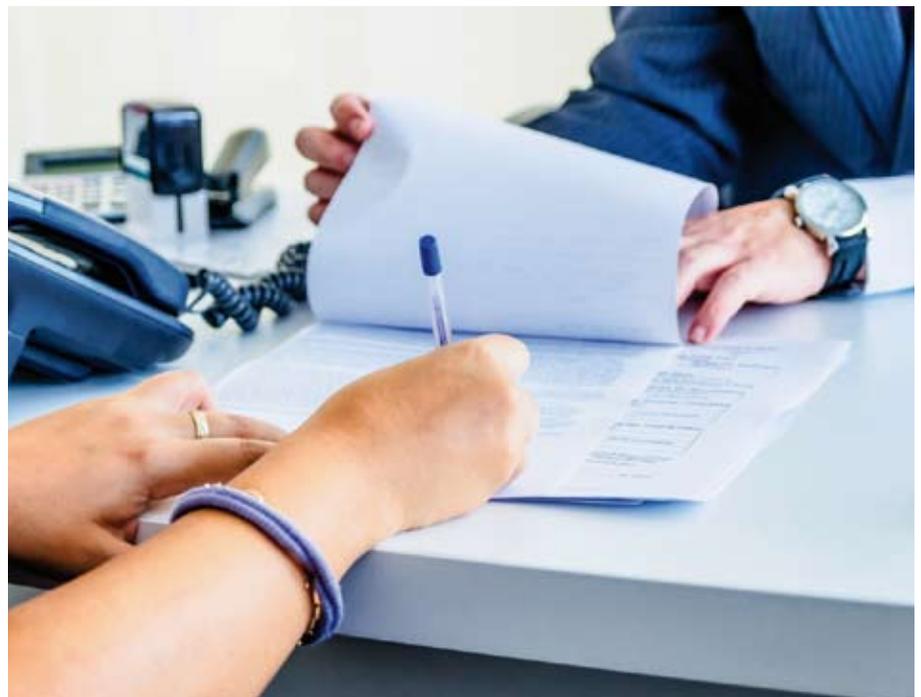
El siguiente paso es definir las obligaciones profesionales de los comerciantes, factor que es determinado por los activos iniciales. Si son mayores que 12 mil dólares, el Código de Comercio, en su artículo 411, obliga a las empresas a lo siguiente.

- Matricular su empresa mercantil y registrar sus respectivos locales, agencias o sucursales.
- Llevar la contabilidad y la correspondencia de manera formal.
- Depositar anualmente en el Registro de Comercio el balance general de su empresa, los estados de resultados y de cambio en el patrimonio, acompañados del dictamen del auditor.
- Realizar su actividad dentro de los límites de la libre competencia, absteniéndose de toda competencia desleal.

Si se posee un capital inferior a los 12 mil dólares, pero se quiere establecer una sociedad anónima de capital variable, se debe tener un capital base de 2 mil dólares. Esta situación obliga a cumplir las obligaciones expresadas anteriormente. Pero también permite la salvedad de que, de esa cantidad inicial, se puede pagar el 5 % al inicio.

En el caso de personas naturales con capitales menores que 2 mil dólares, pueden realizar su emprendimiento siempre y cuando se respete la libre competencia, expresó también Rivera.

Para resolver dudas y solicitar asistencia legal, la Conamype brinda asesoría legal gratuita en las oficinas ubicadas en 25.^a Ave. Norte y 25.^a Calle Pte., San Salvador. También puede obtener más información llamando al teléfono 2592-9000 o escribiendo a conamype@conamype.gob.sv.





Emprendimiento con sabor a chocolate

Cierto día, Cecilia, Ivon y Yurico salían de su clase de Logística cuando vieron un cartel que invitaba a participar en “Emprendedores del Futuro”, competencia nacional organizada por la Utec y la Embajada de Estados Unidos. Era el último día de inscripción. Necesitaban urgentemente una idea de negocio. Desde ese momento se embarcarían en un mar de emprendimiento y perseverancia.

Inés Ramírez de Clará
Jefa de Publicaciones

“Necesitábamos una idea que nos hiciera quedar dentro de la competencia. Pasamos todo el día en la biblioteca de la Utec pensando qué queríamos hacer, cómo transmitir la idea y presentar el producto. Fuimos, incluso, a pedir opiniones de docentes, para que nos ayudaran a escribir mejor la idea y transmitir lo que nosotros queríamos” —recuerda Yurico.

Ivon Clavel, Cecilia Mejía y Yurico Bermúdez son tres jóvenes que se sintieron impulsadas a emprender por la necesidad de practicar lo que habían aprendido en la Licenciatura en Mercadeo que estaban a punto de culminar. También porque pensaban que al egresar no iban a encontrar trabajo; además deseaban, en el futuro, ayudarles a otras personas que necesitaran empleo.

La idea surgió —al fin— gracias a que la abuelita de Yurico podía hacer chocolate de tablilla, como se conoce este producto artesanal. “Al principio, nos veían mal por la idea de hacer chocolate, decían que cualquiera podía hacerlo; pero nosotras creíamos en la idea. Nos pusimos la meta de mejorar el producto” —expresa Ivon—. Con esta posibilidad lograron ingresar a la competencia; y no solo eso, de 327 ideas de negocios que se inscribieron únicamente 60 pasaron a la segunda etapa, entre estas *Chocolat Gout* (del francés *gout*, “sabor”), como nombraron la marca con la que compitieron las emprendedoras. En las siguientes etapas lograron avanzar con éxito hasta llegar a la final.

“Una docente nos decía: ‘¿Y por qué no hacen chocolate en polvo? Yo lo quiero instantáneo’ —cuenta Yurico—. De ahí surgió la idea de buscar el apoyo de un químico farmacéutico, para que les ayudara a crear la nueva fórmula de su chocolate. Fueron varios intentos los que hicieron para encontrarle el punto al proceso del cacao, la mayoría fallidos; pero al final lo lograron. “Ya hay chocolate en polvo en el mercado, pero es totalmente químico o lleva colorante, saborizante; todo artificial. En cambio, el de nosotras es cien por ciento natural” —manifiestan—. Es por eso que caduca en mes y medio, y lo venden solo por encargo.

La innovación de *Chocolat Gout* también está en la presentación, pues se comercializa en variedad de formas; de corazón, por ejemplo. “Tenemos una línea de productos que es chocolate *gourmet*; la diferencia de este es que tiene menos azúcar”, comenta Cecilia; y agrega que también tienen una línea de chocolate para diabéticos.

Uno de los obstáculos que han tenido es poder vender su producto en los supermercados, ya que —según Cecilia— “piden como requisitos tener un código de barras y el registro de cuota sanitaria, que son cosas que aún no tenemos; y, además, cada código anda costando alrededor de los mil dólares”.

Por fin llegó el día de la premiación de “Emprendedores del Futuro”. Cecilia, Ivon y Yurico no estaban preparadas del todo para la ocasión. “Llevamos los peinados de siempre: un moño, una cola y poco de maquillaje. No creíamos que íbamos a ganar” —recuerda Ivon—. Pero, ¡sor-



Cecilia, Yurico e Ivon, fundadoras de *Chocolat Gout*

presa!, fueron las triunfadoras. La considerada mejor idea entre 327 fue *Chocolat Gout*. El capital semilla que recibieron las emprendedoras fue un cheque por 6 mil dólares, de manos de la embajadora estadounidense Mari Carmen Aponte y del rector de la Utec, Nelson Zárate; que han invertido en la compra de un molino, una plancha para cocinar y otros utensilios para la elaboración del chocolate.

En un futuro —ojalá muy cercano—, quieren hacer chocolate de barra. Ya están experimentando. Comentan, además, que una de las “políticas” que las ha mantenido unidas es que ninguna manda a la otra. Ivon concluye: “Ser emprendedor es lo mejor, porque uno inicia desde cero. No quita su vista del objetivo adonde quiere llegar. Y va a llegar... Y va a ver cosas grandes”.

Contactos: Cel.: 7236-7660
Correo: chocolat.gout@gmail.com

José Bidegain: “Es extraño decir: Yo me dedico a hacer videojuegos”

ArtCode es la primera academia de videojuegos del país; la primera institución que ofreció cursos en desarrollo de videojuegos, modelado y animación. “ArtCode nació por la ganas de querer hacer videojuegos, pero nos dimos cuenta de que no habían lugares donde poder trabajar en ello. Por lo tanto, decidimos hacer nuestra empresa”, afirma José Bidegain, gerente general de ArtCode.

Inés Ramírez de Clará
Jefa de Publicaciones

“Una de las cosas más importantes que debe tomar un emprendedor como decisión es dedicarse cien por ciento a su empresa. No puede estar como empleado y atender la empresa cuando está desarrollándose”, sostiene Balbino Aylagas, gerente de informática de ArtCode, quien tuvo que tomar la decisión de renunciar a un trabajo estable en una empresa regional para seguir su sueño de tener una empresa propia.

Bidegain y Aylagas son los fundadores de ArtCode. Aún recuerdan cuando se reunían en el café de algún centro comercial de la capital para trabajar en su idea de negocio, pues no tenían oficina. Están enfocados en un mercado global; sus competidores están en países como Estados Unidos y Canadá. Llevan ya dos años operando, incluso tienen tres empleados que se graduaron en la academia.

“Algo bien difícil que uno tiene que aprender, de ser emprendedor, es que actualmente, como está la economía, no hay mucho apoyo para lo que uno quiere hacer” —dice Balbino—; y José agrega que en especial en su rubro, la tecnología, las personas no entienden ni ven el potencial de los proyectos que los emprendedores desean desarrollar.

Según Aylagas, una de las barreras que han tenido es que muchas personas piensan que los videojuegos son solo para niños. Uno de sus objetivos es cambiar esta percepción, para lo cual desarrollan conferencias y exposiciones. También los eventos de graduación de sus estudiantes han servido para que los padres conozcan

la importancia de lo que han aprendido sus hijos.

“Es extraño decir: Yo me dedico a hacer videojuegos. Me gusta lo que hago” —expresa Bidegain—. Para Balbino, ArtCode le ha cumplido uno de sus “más grandes sueños”, que era convertirse en docente. En ese sentido, la Universidad Tecnológica de El Salvador le ayudó, pues, mientras estudiaba la Licenciatura en Informática, se desempeñaba como instructor. “Las cosas que aprendí dando instructorías en la Utec son las que hoy aplico en ArtCode”, —cuenta.

Una de las experiencias más gratificantes que los emprendedores han tenido fue participar en el Comic-On El Salvador en 2013. A partir de ahí se dieron a conocer. “Habíamos logrado un espacio grande dentro del evento; y nosotros solo teníamos una mesa, una computadora, un par de banners... Y las demás empresas con toda una estación montada” —recuerda entre risas Balbino. Pero la gente confió en su proyecto y les comenzó a pedir información.

Bidegain asegura que aún no han llegado al nivel que desean, aún están planeando cosas. Los cursos que ofrecen en la actualidad son: Desarrollo de videojuegos en 3D, Diseño de personajes, Modelado 3D para arquitectos, Diseño de modelado en 3D para videojuegos; y los técnicos: Programación de aplicaciones web en Java, Módulos de programación, entre otros que esperan ofrecer próximamente. Puede inscribirse cualquier persona que esté interesada en aprender sobre estas áreas.



José y Balbino, fundadores de ArtCode.

Todos los cursos comienzan desde cero y tienen una duración de seis meses.

ArtCode tiene de la acreditación de Unreal Engine, lo que la convierte en la primera empresa centroamericana autorizada para desarrollar estos cursos. Además, están en busca de la acreditación del Ministerio de Educación para certificar sus diplomas; y tienen planeado próximamente crear sus propios videojuegos. “Los emprendimientos no se hacen de la noche a la mañana. Puedo asegurar que trabajo más aquí que cuando estaba empleado, pero las satisfacciones son mucho más grandes” —concluye Balbino.

Contactos: Tel.: 2264-9480,
Cels.: 7743-7700 y 7841-3430
Correos: jose_bidegain@artcode.la y
balbino_aylagas@artcode.la
Página web: www.artcode.la

Emilio Torres: “Siento una gran emoción cuando veo a alguien con una de nuestras bolsas”

Bag Media es una empresa que se dedica a la promoción de marcas combinada con una labor ecológica. Esta idea nació por el potencial que tenían las bolsas que los comercios entregan con productos a sus clientes para ser usadas como medio publicitario impreso; pero no podían ser convencionales, de plástico, sino ecológicas.

Inés Ramírez de Clará
Jefa de Publicaciones

Para poder concretizar la idea, Gerardo Rivera y Emilio Torres —fundadores de Bag Media—, hicieron prototipos del producto que querían crear. “Lo más difícil fue la distribución. ¿Cómo íbamos a hacer que una empresa como Go Green, por ejemplo, aceptaran otras marcas en la misma bolsa? Teníamos que validar eso. Lo hicimos a través de entrevistas; y al final, resultó” —cuenta Gerardo.

La dinámica de Bag Media consiste, según sus fundadores, en un tiraje y distribución mensual de 30 mil bolsas repartidas en comercios seleccionados. Estas son hechas de papel reciclado biodegradable, y en cada una de ellas se imprimen los anuncios de las empresas que contratan el servicio.

La empresa nació en febrero de 2014. “Al principio uno hace de todo; de mensajero, administrador, cobrador. Pero la satisfacción de ver funcionando tu idea es incomparable”, cuenta Emilio, quien conoció a Gerardo en una clase de Administración cuando los dos estudiaban en la Universidad Tecnológica de El Salvador. “Al principio hacíamos números en el aire de cuánto ganaríamos si vendiéramos un anuncio” —recuerda, emocionado, Gerardo.

Estos dos emprendedores sabían desde un inicio lo que querían. Por eso es que se vieron en la necesidad de renunciar a sus respectivos trabajos. No querían abandonar el impulso de hacer realidad su idea de negocio; y estaban convencidos de que debían dedicarle todo el tiempo posible. Iniciaron con fondos propios, pero también obtuvieron capital semilla de la Comisión Nacional de



Gerardo y Emilio, fundadores de Bag Media.

la Micro y Pequeña Empresa y del Centro Regional para la Promoción de la Micro y Pequeña Empresa en Centroamérica, gracias al concurso “Reto emprendedor El Salvador”, en el que fue uno de los equipos ganadores.

Emilio comenta que una de las dificultades que han tenido es que los clientes quieren que el impacto de la publicidad que anuncian en las bolsas sea inmediato. Sin embargo, ellos aclaran que su estrategia está más enfocada en el *branding*, que es el proceso de hacer y construir una marca. “Hay momentos malos; pero no nos vamos a rendir” —afirma.

Algo que nunca podrán olvidar fue cuando lograron hacer su primera venta. “Nos dijeron: ‘vengan a traer el cheque’; y nosotros no sabíamos ni cómo era el proceso” —relata Gerardo—; y entre risas Emilio agrega que hasta se equivocaron en la factura del nerviosismo y la alegría.

Con emoción comparten que fueron uno de los tres ganadores en la feria Campus Party que se realizó, por primera vez en El Salvador, en 2014. Otro de los momentos emocionantes fue cuando Go Green aceptó ser distribuidor de Bag Media.

En la actualidad cuarenta comercios distribuyen sus bolsas, entre ellos Sweets, Crepelovers, restaurantes La Campana y otros. “Siento una gran emoción cuando veo a alguien con una de nuestras bolsas” —expresa contento Emilio.

Al preguntarles si venderían su idea por 100 mil dólares, lo piensan un poco y dicen que tendrían que analizarlo; pero que lo más seguro es que solo venderían una parte, no todas las acciones. Consideran que uno de sus mayores éxitos es estar “vivos” en el mercado, pues sus competidores ya cerraron sus negocios y ellos siguen emprendiendo.

Una de las fórmulas que les ha permitido el éxito —expresa Gerardo— es “crear, medir y aprender”, pues consideran importante la idea, medir el impacto de esta y aprender de los resultados obtenidos. Entre sus proyectos, Gerardo y Emilio quieren tener una línea de bolsas más segmentada, como promociones ecológicas para empresas y sus clientes; una línea, en tiendas, que sea más exclusiva para estas; y ver la posibilidad de distribuir sus bolsas en los súper del país.

Contactos: Tel.: 2133-4644
Correo: info@bagmedia.com
Página web: www.ecopublicbolsa.com

CRECE CON NOSOTROS

Claró- pymes

El mejor aliado para el crecimiento de tu negocio.

Optimiza los recursos de tu empresa con soluciones de comunicación.



***PYME (*7963)** llamadas gratis desde líneas fijas y móviles Claro.



+ 503 2250-3311

www.claro.com.sv / claropymes@claro.com.sv

Para mayor información comunícate con tu ejecutivo de cuenta o comercializador autorizado.



Claro que sí

Progresar hacia un El Salvador mejor

La innovación en los proyectos que las empresas ejecutan, como parte de su responsabilidad social empresarial (RSE), tiene que ir a la vanguardia respondiendo a las necesidades que la sociedad demanda, así lo ha demostrado Industrias La Constancia con su programa “Prosperar”, que busca crear una vida más próspera y duradera a través de propuestas más amigables con el mundo.

Emeli Santamaría / Josué Navarrete

Redacción *enlaces*

Estudiante Comunicaciones Utec

Industrias La Constancia (ILC) lanzó, en octubre de 2014, un nuevo modelo de desarrollo sostenible como parte de una apuesta por la mejora en la calidad de vida de El Salvador. Este modelo, cuyo nombre es “Prosperar”, fue presentado en conjunto con el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) en el marco del foro “El rol de la empresa privada en el desarrollo humano”; y busca que el país sea, para el año 2050, un mejor lugar para vivir, partiendo de cinco ejes preferenciales llamados por el programa *Imperativos compartidos*.

Esta apuesta —que realiza SABMiller, compañía matriz de ILC, a escala mundial— se está ejecutando en las iniciativas que ya realiza ILC en aspectos de capacitación a tenderos y reducción de huella de carbono; esto con una proyección secuencial en el tiempo. De esta forma, la compañía cumple con un nuevo nivel de RSE.

En el último Reporte de desarrollo sostenible que la compañía presentó, como parte de su estrategia de RSE 2015-2020, se incluyen los cinco imperativos compartidos de “Prosperar”.

1. *Un mundo pujante*, que tiene como expectativa el crecimiento de los ingresos y la calidad de vida de miles de personas por medio de un apoyo más directo a medio millón de pequeñas

empresas, logrando su progreso de forma sostenida.

2. *Un mundo sociable*. SABMiller busca que las cervezas que producen las subsidiarias se consuman de manera responsable, para ello emplearán campañas de concienciación, permitiendo que la cerveza sea una salida natural para los consumidores de bebidas alcohólicas.

3. *Un mundo resiliente*. De esta forma, ILC espera asegurar el suministro de agua para sus plantas y su entorno, gracias a la realización de una meta de eficiencia hídrica de primera clase en el proceso de elaboración de sus productos.

4. *Un mundo limpio*. La meta que se espera alcanzar en el año 2020 es que ILC reduzca, en un 25 % de CO₂ por litro de cerveza, la





huella de dióxido de carbono que se produce actualmente en la cadena de valor de la compañía.

5. *Un mundo productivo.* Desde este imperativo, ILC promoverá principalmente el cultivo en suelo local de malta, cebada y trigo de manera específica hacia la producción de sus bebidas.

El reporte corporativo indica que los *imperativos* son denominados así porque “constituyen desafíos esenciales, urgentes y apremiantes para el desarrollo sostenible del mundo del que deseamos ser parte, en el cual la prosperidad es el objetivo central”. El resultado de esto será en conjunto con la compañía y las comunidades que están ubicadas dentro de su radio de acción.

Retos hacia el futuro

En el marco del lanzamiento del programa, el representante residente del PNUD en El Salvador, Robert Valent, resaltó que el cumplimiento de estas metas dependerá de los compromisos que tomen los sectores vivos del país. “La supe-

“ La superación de estos retos no es posible si todas las fuerzas vivas de la sociedad no emprendemos un viaje en el mismo barco y en el mismo sentido, que nos permita buscar el desarrollo poniendo al centro a las personas. ”

Robert Valent, representante residente del PNUD en El Salvador.

ración de estos retos no es posible si todas las fuerzas vivas de la sociedad no emprendemos un viaje en el mismo barco y en el mismo sentido, que nos permita buscar el desarrollo poniendo al centro a las personas” —indicó.

Desde ILC se maneja la idea de que el mundo seguirá creciendo, por tanto, requerirá de mejores esfuerzos para cumplir con la demanda. Por ello están pensando en algo más grande; y eso es parte del nuevo modelo inclusivo. La demanda va requiriendo más recursos

naturales. El planeta tendría que aumentar 2.5 veces para el año 2050 para cumplir con esa demanda. Por ello, SABMiller se ha puesto el 2020 como meta intermedia.

Las diez prioridades de desarrollo sostenible que ha venido desempeñando la compañía se comenzarán a redirigir hacia “Prosperar”, para que ILC contribuya a la Agenda Post 2015 que la Organización de Naciones Unidas realiza en pro del desarrollo humano de cada uno de los Estados miembros.

Marketing en las redes sociales

El marketing digital es la aplicación de las estrategias comerciales en la web. Con el surgimiento de las redes sociales virtuales, se ha convertido en una excelente herramienta. Gracias a su apogeo, las empresas han retomado esta tendencia para lograr una mayor interacción con los clientes existentes y los potenciales



Oneyda Aguilar

Redacción *enlaces*

Estudiante Comunicaciones Utec

En el pasado la comunicación a distancia se realizaba por cartas y telegramas. Luego llegó la innovación, que consistió en la comunicación por medio de señales acústicas, eléctricamente, mediante un aparato llamado *teléfono*. En la actualidad tenemos una nueva y extraordinaria manera de comunicarnos y de conocer personas.

La alta tecnología computarizada ahora ha hecho posible que las redes sociales —que siempre han existido en otros niveles de alcance— se hayan potencializado hasta

el infinito, convirtiéndolas en un canal de comunicación importantísimo. Las personas comparten sus emociones, pensamientos, fotografías, etc., de forma interactiva, en tiempo real y desde cualquier parte del mundo. Pero también instituciones de toda clase las utilizan para tratar cuestiones serias.

Esta modernizada herramienta de interacción ha sido retomada por los mercadólogos para mantener una comunicación con los clientes y, a la vez, un buen posicionamiento de imagen. Es así como surgió el *marketing* en

las redes sociales, que hoy es el centro de atención para muchas empresas.

El *marketing* digital es la aplicación de las estrategias de mercadeo en los medios digitales; de las 4P (producto, precio, plaza y promoción), del *marketing* clásico, pasa a las 4F (flujo, funcionalidad, *feedback* y fidelización). Del *marketing* digital se deriva el de las redes sociales. Su objetivo principal es llegar al cliente, o a sus futuros clientes, a través de Facebook, Twitter, YouTube, LinkedIn, etc., para mantener

una comunicación continua entre cliente y empresa.

Según MD *Marketing Media.com*, el *marketing* digital son todas las técnicas del mundo *off-line*; estas son imitadas y traducidas a un nuevo mundo: el *online*. Con esta tendencia se conocen dos instancias: la primera se basa en la web 1.0, que no difiere de la utilización de medios tradicionales. Su mayor característica es la imposibilidad de comunicación y exposición por parte de los usuarios; solamente la empresa tiene el control de aquello que se publica sobre sí misma; y con la segunda, la web 2.0, nace la posibilidad de compartir información fácilmente gracias a las redes sociales y a las nuevas tecnologías de la información, que permiten el intercambio, casi instantáneo, de piezas que antes eran imposibles, como vídeos, documentos, etc.

Se comienza a usar internet no solo como medio para buscar información, sino como una comunidad donde hay relaciones constantemente y *feedback* con los usuarios de diferentes partes del planeta.

“Las redes sociales, en el *marketing*, al final lo que buscan es poder conectar con el cliente o con el público objetivo y establecer cualquier tipo de comunicación o de táctica para poder llegar al cliente, y así satisfacer las necesidades o solventar algún problema”, explica Orlando Carranza, director de estrategia de *Ide@Works*.

Internet ha venido a facilitar el canal de comunicación, ya que anteriormente era unidireccional, pues las marcas se daban a conocer por medio de la publicidad tradicional, como vallas, *mupis*, periódicos, televisión, etc. En cambio, con internet la comunicación se vuelve bidireccional, pues se obtiene respuesta inmediata del público objetivo.

El *marketing* en las redes sociales nace por una necesidad de encontrar la audiencia y acortar la distancia comunicacional que antes había. Las nuevas generaciones manejan más y mejor este tipo de medio. “Internet vino a permitir que la gente comience a buscar más allá y empiece a estar menos pendiente de la radio, televisión y prensa; quiere consumir más información de manera más inmediata que la de los medios tradicionales. Es por ello que las empresas comienzan a crear sus estrategias adecuadas a estas redes”, recalca José Luis Barreto, CEO de *Wise Digital Media*.

Las redes sociales más utilizadas, según *WebEmpresa20.com*, en todo el mundo, son: en primer lugar está Facebook, con 1 100 millones de usuarios; seguida por YouTube, con 1 000 millones; Twitter, con 500 millones; y LinkedIn, con 260 millones. En el caso de El

“Internet vino a permitir que la gente comience a buscar más allá y empiece a estar menos pendiente de la radio, televisión y prensa; quiere consumir más información de manera más inmediata que la de los medios tradicionales.”

José Luis Barreto, CEO de *Wise Digital Media*.

Salvador, la red más utilizada es Facebook, con 2.4 millones de cuentas; seguida por Twitter, con 800 mil usuarios; y estos números aumentan día a día.

En el *marketing social media* —como también se conoce—, “la idea principal no es vender, es tener conversaciones con la gente; y a través de estas tener posicionamiento, recordación y fidelización de la marca” —señala Carranza.

Sin embargo, según los expertos, las empresas deben tener mucho cuidado a la hora de realizar sus estrategias, pues no deben “abrumar” a sus seguidores con mucha publicidad, puesto que las personas crearán que son *spams*. Es ahí donde nace un nuevo concepto: el *marketing de permiso*, que consiste en pedirle autorización al cliente objetivo para trasladarle información.

Barreto recalca que actualmente las empresas deben manejar otro concepto nuevo muy importante, que se denomina *Solomo* (social, local y móvil). ¿Por qué social? Porque es una fuerte tendencia en las nuevas generaciones, ya que comparten todas, o casi

todas, sus relaciones de amistad, de negocios o de otros tipos; *local*, porque es todo lo que está pasando afuera, aquí y ahora; y *móvil*, porque la mayoría de personas está accediendo a internet desde teléfonos móviles, *laptop* y tabletas; este concepto aplica si la marca quiere pensar en una estrategia integral.

La ventaja de esta modalidad es que en internet “absolutamente todo” es medible: cuántas personas visitan a diario la página, le dieron *like* o retuit, marcaron como favoritos, descargaron la fotografía, la compartieron... De todo eso y más se puede llevar control en la empresa.

Los productos, empresas o instituciones que deberían estar en las redes sociales son los restaurantes, ropa, banca, embajadas, venta de vehículos, por mencionar algunos. Todos tienen derecho de estar en la web, pero hay que tener en cuenta cuáles son sus alcances, es decir, se debe tener claro que para el cliente no es importante la cantidad de *fans* que tenga la página de la empresa, lo realmente importante es la calidad de lo que ofrece —según los expertos.



Realidad virtual: ¿por fin, real?



La serie de nuevos productos lanzados en los últimos tiempos es señal del éxito de la tecnología de realidad virtual, pero se trata de un sector que todavía está a la espera de un producto revolucionario que conquiste al consumidor.

Publicado con la autorización de **Universia Knowledge@Wharton**

wharton.universia.net

Tras varios productos nuevos en el campo emergente de la realidad virtual lanzados por empresas como Samsung, Sony, Canon y el proyecto Oculus Rift, de Facebook, Microsoft lanzó de forma reciente HoloLens, unos auriculares de realidad aumentada, y HoloStudio, un kit de desarrollo de *software* para el producto con la esperanza de mover un mercado que podría tener repercusión en las áreas de juegos, entretenimiento e incluso de colaboración y negocios.

La decisión de Microsoft de producir aplicaciones de realidad aumentada como

parte de una plataforma de *software* ubicuo, como el sistema operativo Windows 10 de la empresa, puede validar de forma significativa la tecnología. En general, la realidad virtual (RV) comprende una serie de tecnologías que pone al usuario en un ambiente tridimensional generado por ordenador. La realidad aumentada mezcla lo físico con lo virtual, disponiendo en capas a objetos e informaciones generados por ordenador en el mundo real.

“Cuando grandes inversores y empresas del Valle del Silicio apuestan por alguna cosa que consideran ‘la próxima gran innovación’, o

están muy acertados o muy equivocados”, dice Kevin Werbach, profesor de Estudios Jurídicos y de Ética en los negocios de Wharton. “La idea de que la RV y la realidad aumentada, al final, acabarán teniendo éxito porque agregan riqueza a nuestras interacciones es una idea que tiene sentido. Las preguntas fundamentales son cuándo y en qué medida se extenderá su uso.”

Microsoft está convencida de que el momento de la realidad aumentada ha llegado. En el evento del preestreno de Windows 10 en Seattle, el día 21 de enero, la empresa mostró una variedad de usos para

HoloLens, entre ellos un fontanero virtual que ayudaba con la ejecución de un proyecto del tipo "hágalo usted mismo" y una versión de realidad aumentada del ambiente de construcción ilimitada del mundo, Minecraft, que se incorporó a los dominios de Microsoft con la adquisición, en septiembre del año pasado, de la desarrolladora de videojuegos Mojang. HoloLens puede crear la ilusión de un personaje interactivo semejante a un holograma que recuerda la imagen de la princesa Lea proyectada por R2D2 en la primera "Guerra de las galaxias".

En el evento del preestreno de Windows 10, Satya Nadella, consejero delegado de Microsoft, dijo que el proyecto de HoloLens forma parte de aspiraciones más elevadas para Windows. "Queremos que las personas adopten Windows no porque lo necesitan, o porque es la elección apropiada, sino porque aman el producto", dijo Nadella, que también destacó de qué manera Microsoft y la NASA estaban colaborando con la tecnología de HoloLens para controlar las expediciones a Marte en julio.

Está claro que la realidad virtual aún necesita avanzar mucho para ser parte inseparable de la vida diaria. No se sabe si la realidad virtual se convertirá, de entrada, en una herramienta de negocios o un producto de interfaz directa con el consumidor. Está también la cuestión del *hardware*: los headsets de realidad virtual son grandes y voluminosos. Todavía está la cuestión de quién desarrollará el *software* y las aplicaciones para la realidad virtual. Además, existe la preocupación de que el énfasis en la



HoloLens es un visor a través del cual los usuarios podrán ver hologramas.

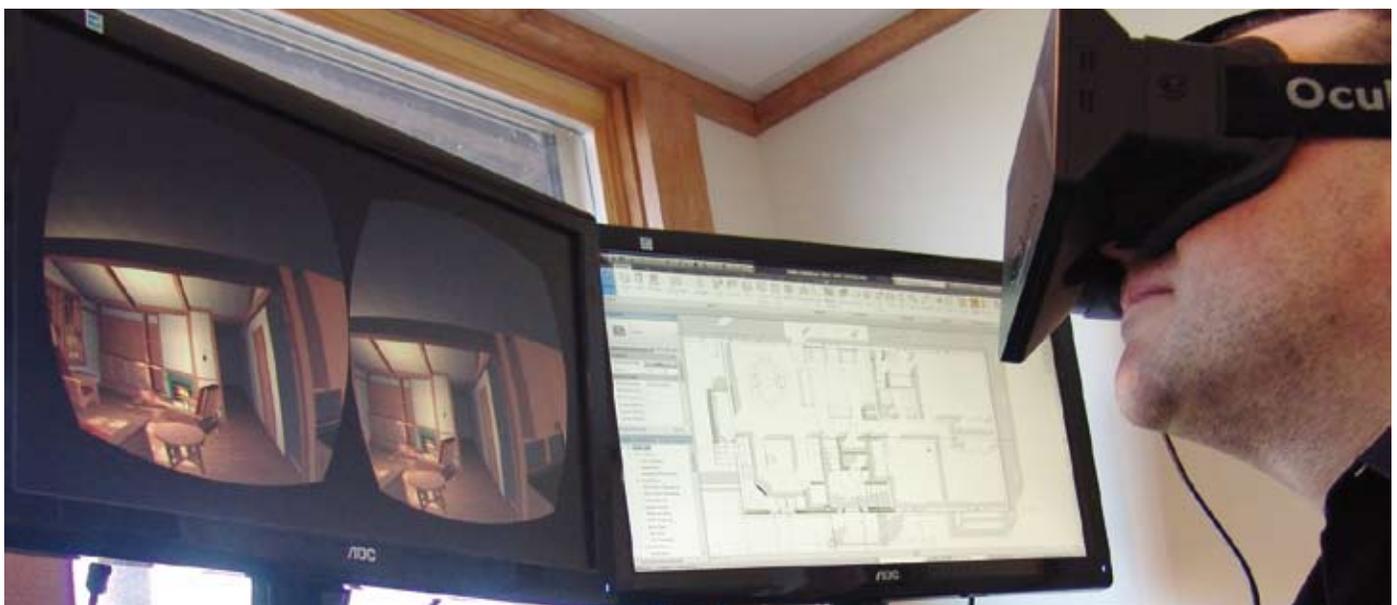
realidad virtual pueda acabar en el cubo de la basura de los productos sobrevalorados, como la televisión 3D y Google Glass, que fue abandonado de momento por la empresa.

"Veremos qué rumbo toman las cosas", dice Peter Fader, profesor de Marketing

de Wharton. "HoloLens y Oculus Rift son productos de un potencial increíble y pueden ser agentes de una gran transformación. Pero si se lanzaran de manera inadecuada, pueden acabar siendo una broma. Sería el retorno de Google Glass."

“ La idea de que la RV y la realidad aumentada, al final, acabarán teniendo éxito porque agregan riqueza a nuestras interacciones es una idea que tiene sentido. ”

Kevin Werbach, profesor de Estudios Jurídicos y de Ética en los negocios de Wharton.



Oculus Rift es un visor de realidad virtual desarrollado por Oculus.



Oficinas informales

En una oficina moderna todos son amigos. Hay una gran cantidad de “happy hours”, rápidas palmadas en el hombro y todos parecen ser camaradas. Más que cualquier otra cosa, ir a trabajar parece divertido si uno tiene la suerte de trabajar en una industria en la que todos en la oficina tengan más o menos la misma edad.

Guillermo S. Edelberg

Profesor emérito, INCAE Business School

Los nacidos entre 1980 y 2000 constituyen la mayoría de los 8.000 empleados de Facebook. Un estudio de fines de 2014 encontró que la edad promedio de sus trabajadores es de 28 años. Los trabajadores tienen una libertad poco habitual para elegir y cambiar de tareas, incluso fuera de sus especialidades. Llegar a la “gerencia” no es considerado un ascenso, sino más bien un recorrido profesional paralelo. “Te dan cero reconocimiento por tu título. Lo importante es la calidad del trabajo, la fortaleza de tus convicciones y la capacidad de influir en las personas.” Facebook puede desorientar a algunos empleados de más

edad que sienten que su experiencia y logros no son valorados. “Mucha gente talentosa simplemente no hubiera encajado en ese entorno” (R. Albergotti, “En Facebook ‘gerente’ es una mala palabra”. *The Wall Street Journal Americas*, 30 de diciembre de 2014.)

Los artículos recién mencionados podrían inscribirse en la lista de otros similares publicados en los últimos años referidos a empresas integradas por gente joven... o muy joven y por lo general de Silicon Valley. Las ilustraciones que suelen acompañarlos acostumbran mostrar a estos últimos, y con frecuencia a sus jefes, vestidos informalmente y haciendo uso de los modernos lugares de

trabajo, esparcimiento y descanso de sus respectivas organizaciones. Si bien la segunda cita describe algunas dificultades, la sensación que se obtiene de la lectura de este tipo de artículo es la de un “mundo feliz”: joven, innovador y tal vez precursor de oficinas del futuro.

North señaló —como dijimos en una ocasión anterior— que “estos mensajes ocultan una verdad mucho más dura. Hoy día muchos trabajadores trabajan más horas y toman menos vacaciones que en cualquier otra época reciente, sin ninguna certeza sobre si tendrán trabajo al día siguiente. Algo que raramente enfrentaban los empleados

de épocas anteriores que trabajaban en compañías con una jerarquía definida y con ejecutivos que usaban corbata". ("What Ties Say About Work Today". *International New York Times*, 17 de noviembre de 2014).

La autora recién mencionada agregó que la fuente de donde obtuvo esta información no fue la primera en plantear la inquietud acerca de si es cierto que las oficinas informales son tan amigables como parecerían serlo, e identificó "otras verdades más duras en este tipo de mensajes". A tal efecto, citó un texto de 2014 titulado "Inside the Mirrortocracy" que C. Bueno publicara en su blog y donde este enfatizó los peligros de una cultura empresaria definida por medio de reglas de las que lamentablemente no se habla. Escribió lo siguiente: "El problema es que Silicon

Valley se ha ido al otro extremo. Nos hemos convencido de que hemos creado un culto en torno a una meritocracia objetiva; esto es, un mito pseudocientífico para oscurecer y reforzar la creencia de que sólo vale la pena ocuparse de gente que se nos parezca y hable como nosotros. Luego de hacer un espectáculo de la quema de las antiguas y malas reglamentaciones del mundo de los negocios, las nuevas que hemos creado parecen ser bastante similares a las antiguas".

Bueno reforzó esta opinión mediante una cita de un fundador de PayPal, en la que este expresó que "la noción de que la diversidad es buena o importante para equipos organizados en épocas tempranas de las empresas está completamente equivocada. Un equipo temprano debe ser lo

menos diverso posible". (También citó a Mark Zuckerberg, quien en una charla que brindó cuando tenía 22 años, dijo lo siguiente: "Quiero enfatizar la importancia que tiene ser joven y con educación técnica. Simplemente dicho, los jóvenes son más inteligentes".)

El artículo de A. North también citó otro de K. Finley, publicado en la revista *Wired* en marzo de 2014, donde este se ocupó de la política de las organizaciones en las que se deja de lado toda jerarquía y donde citó un ensayo de Jo Freeman, una dirigente feminista, titulado "La tiranía ante la ausencia de estructura", en la que esta dijo lo siguiente: "Cuando la estructura de un grupo es informal, las reglas acerca de cómo se toman las decisiones son conocidas por pocas personas y saber quién o quiénes ejercen el poder se limita a aquellos pocos que conocen las reglas. Quienes no las conocen y no son elegidos para atravesar un 'proceso de iniciación' permanecerán confundidos o sufrirán de pensamientos paranoicos en relación a que algo está pasando sin que ellos se den cuenta. El problema con grupos que se supone carecen de estructura reside en el hecho de que las estructuras de poder son invisibles y, por lo tanto, no se las puede responsabilizar de lo que pasa, lo cual inevitablemente lleva a la disfunción y el abuso".

Quizás los interesados en ingresar a empresas tales como las descritas debieran consultar primero a un simbólogo como Robert Langdon (el personaje de Tom Hanks en la película "El Código Da Vinci").

“Hoy día muchos trabajadores trabajan más horas y toman menos vacaciones que en cualquier otra época reciente, sin ninguna certeza sobre si tendrán trabajo al día siguiente. Algo que raramente enfrentaban los empleados de épocas anteriores que trabajaban en compañías con una jerarquía definida y con ejecutivos que usaban corbata.”

"What Ties Say About Work Today". *International New York Times*, 17 de noviembre de 2014.





Preparación y evaluación de proyectos

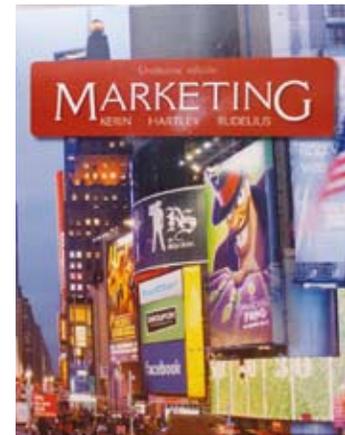
Nassir Sapag Chain, Reinaldo Sapag Chain, José Manuel Sapag P.

Este nuevo ejemplar profundiza en algunas materias claves para lograr una mejor estimación de la rentabilidad, incluye una optimización de diversos temas, entre ellos: la estimación del costo del capital, la importancia de los factores cualitativos y de las estrategias desde un nuevo enfoque sobre el análisis de riesgos, estudio de competidores y la importancia de la responsabilidad social empresarial en la preparación y evaluación de proyectos. Así mismo, incorpora un capítulo especial dedicado a explicar el origen de las oportunidades de negocios, abordándolo no solo mediante teoría financiera, sino también con la incorporación de ejemplos prácticos, permitiendo así identificar, clasificar y medir el riesgo de un proyecto de una manera clara y precisa.

Marketing

Roger A. Kerin, William Rudelius, Steven W. Hartley

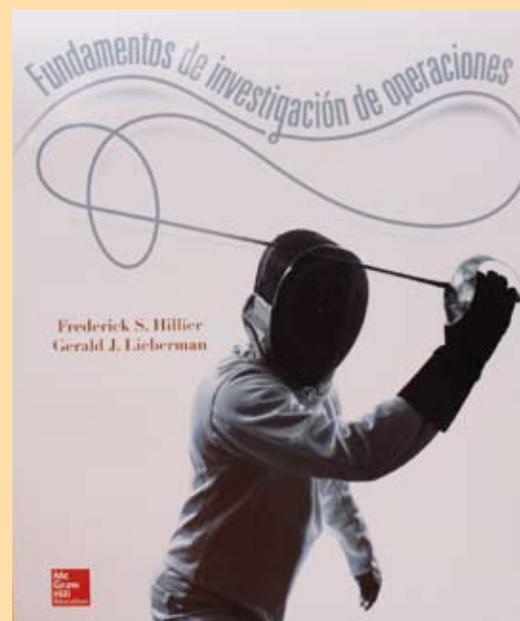
Con un estilo muy atractivo y empleando un singular e innovador enfoque pedagógico, mediante la integración de tres “puntos de diferenciación” competitivos. Así, en su undécima edición, *Marketing* desarrolla la experiencia desde el método “aprender haciendo”, fomentando el liderazgo con temas de vanguardia como tecnología, ética, tableros de control de *marketing* y redes sociales, promoviendo la inclusión de códigos de respuesta rápida y elementos de pruebas visuales, facilitando la adquisición de conocimiento por medio de teléfonos inteligentes, con lo cual pretende crear una experiencia excepcional; para los docentes y estudiantes, siendo una herramienta extraordinaria para el estudio y comprensión del *marketing*.



Fundamentos de investigación de operaciones

Frederick S. Hillier, Gerald J. Lieberman

Esta obra presenta múltiples aspectos que pretenden satisfacer en mayor medida las necesidades de los estudiantes, ya que los temas que abarca la hacen adaptable para su uso en un curso moderno. Entre otros temas están: “Panorama del enfoque modelado en investigación de operaciones”, “Introducción a la programación lineal” y “Modelos de optimización de redes”, presentándolos de forma muy interesante y bien organizada, con ejemplos útiles y prácticos sin demasiada notación, terminología ni matemáticas densas; es un texto ideal para el estímulo del desarrollo académico en diferentes niveles.





Blazer:

fondo de armario con estilo

Edgardo Arias
Redacción *enlaces*
Estudiante Comunicaciones Utec

Si hay una prenda indispensable, y un *must have* por naturaleza, ese es un *blazer*: una chaqueta que combina con todo, brindando un toque serio y a la vez sofisticado a cualquier *look*.

Originalmente era una prenda casi utilizada solo por hombres. En los 80 tomó auge, y la comenzaron a vestir las mujeres. “La *blazer* hoy en día es una prenda más versátil, de tela más liviana, que lleva sus botones y sus bolsillos”, comenta Yesenia Figueroa, gerente general de la tienda de ropa Mango.

“Esta prenda, considerada fondo de armario, pues se puede utilizar constantemente año tras año y no pasa de moda, siendo algo básico que se puede llevar en diferentes ocasiones: la oficina, a la hora del café, el fin de semana; y siempre dará un *look* elegante y sofisticado, que es algo que como mujeres andamos buscando” —comenta Figueroa.

Hasta la fecha existe una variedad de colores con respecto a las *blazer*. Entre ellos están los clásicos, como el negro y el azul marino, pero también

han sido cambiadas a fucsia, naranja y verde.

Figueroa recomienda conocer el tipo de cuerpo al momento de adquirir esta prenda, pues existen diferentes estilos de *blazer*; tenemos: la *blazer* corta, la *boyfriend blazer*, la *blazer* estampada y la *blazer* traslapada, entre otras.

“Para esta prenda no existe una regla de qué ponerse para combinarla, pues es tanta su versatilidad que una mujer le puede dar varios usos el mismo día” —concluye Figueroa.

Elegancia y seguridad: nuevo Yaris Hatchback 2015



Con un diseño más juvenil y agresivo, el nuevo Toyota Yaris Hatchback 2015 combina la elegancia y la comodidad, asegurando una experiencia placentera.

Ligia González
Redacción *enlaces*
Estudiante Comunicaciones Utec

Con el objetivo de seguir ofreciendo comodidad a sus clientes, la prestigiosa marca automovilística japonesa Toyota, incorpora en este nuevo vehículo de su producción un excelente nivel de equipamiento; su buen espacio interior y de carga lo convierte en el mejor de su categoría.

Su belleza estética la constituye el incremento del espacio, tanto de la segunda fila trasera como del área de carga, con delicadas texturas, diseño lateral definido por un eje que recorre

desde la punta del capó hasta la de los faros traseros; una forma esculpida de las esquinas de los parachoques que proyecta una apariencia ágil y deportiva de grandes dimensiones; con faros que se extienden desde el emblema de Toyota en el centro hacia afuera; rines de 15 pulgadas e indicadores en el guardafangos delantero que permiten mostrar la intención de viraje le dan al Yaris Hatchback 2015 un toque de elegancia y una presencia única.

Entretenimiento garantizado para disfrutar plenamente de su viaje con el

equipo de sonido CD/AM/FM/USB con sistema BT y entrada de audio auxiliar USB, incluyendo en el timón controles de audio y teléfono, para su mayor conveniencia. El renovado Yaris está disponible en colores: blanco, gris, plata, naranja, rojo, azul, negro y celeste.

Una de las principales características de este auto es el inmovilizador de motor, el cual evita encender el vehículo si se usa una llave que no sea la original, brindando de esta manera más seguridad y tranquilidad al propietario.



Computadoras ASUS ya están en Simán

La nueva marca de computadoras portátiles ASUS llega al mercado salvadoreño a través de almacenes Simán. Los equipos cuentan con el sistema operativo Windows 8; entre sus principales características están: tecnología Ice cool, tecnología NVIDIA, que mejora la calidad de video, además la batería de estas computadoras posee mayor cantidad de vida útil para la conveniencia y satisfacción del usuario.



Play Station lanza The Order 1886

Con el lanzamiento del nuevo juego The Order 1886, exclusivo para consola PS4 y desarrollado por Santa Mónica Studio, Sony El Salvador abre las puertas a un Londres de la época victoriana en el cual, por medio de una avanzada tecnología, los habitantes intentan combatir a un enemigo poderoso y antiguo. La trama está diseñada para un solo jugador, introduciéndolo en una historia alterna y una visión oscura de Londres en el siglo XIX, con la característica de fusionar eventos históricos reales con ficción, mitos y leyendas, brindando al jugador una experiencia única y llena de misterio.

La trama se basa en un escenario donde los rebeldes declaran la guerra al estado policial y The order procura mantener a toda costa la paz en el mundo. Por otro lado, los híbridos enemigos sumamente poderosos y antiguos crecen y se fortalecen, expandiéndose por toda la ciudad. El juego tiene 18 horas de duración, mezclando al máximo la infiltración y la prueba de habilidades. The Order 1886 cuenta con una gran calidad visual y un cuidado de detalles con fascinantes vistas desde el cielo de Londres.

Reinventando los negocios en la era digital

“Reinventando los negocios en la era digital”, es la propuesta de Microsoft para 2015. Recientemente realizó una feria de soluciones, donde se mostraron los diferentes productos y servicios que ofrece la compañía en el país. “Creando la Intranet de su empresa con SharePoint Online”, “La nube como plataforma para el desarrollo de conocimiento”, “Desarrollo de aplicaciones móviles multiplataforma con los servicios de Azure”, entre otras, fueron parte de las conferencias brindadas a sectores de negocios, desarrolladores y profesionales de la educación. Así mismo, se ahondó en algunas de las características que posee Windows 10, como la incorporación de una asistente digital que colaborará en las búsquedas más comunes que el usuario realice.



Huawei a la vanguardia de los productos tecnológicos

Huawei se ha convertido en líder de la prestación de soluciones globales en los ámbitos de la comunicación e información, ofreciendo lo último en tecnología al alcance de todos. Almacenes Simán cuenta con estos diferentes dispositivos, que ofrecen productividad y entretenimiento, como los smartphones Huawei Y330 y el Y530, entre otros. Con un diseño sencillo, pero elegante, los celulares Huawei cumplen con los requerimientos de los clientes más exigentes: más velocidad, ligereza y entretenimiento móvil de alta calidad, ya que poseen cámara trasera de 5MP y frontal VGA, además de procesadores doble núcleo. El smartphone Ascend P6 es el más delgado del mundo, con solo 6.18 mm de espesor, y tiene cámaras trasera de 8MP y frontal de 5.



FORTALEZCA EL TALENTO GERENCIAL DE SU EMPRESA

En Aristotélica perfeccionamos a sus ejecutivos con competencias gerenciales avanzadas y prácticas, enmarcados en la aplicación de principios y valores, con sesiones presenciales apoyadas con metodología e-learning, donde se proveen herramientas de gestión para resultados de impacto. Contamos con facilitadores internacionales, cuya formación académica y experiencia directiva se incorporarán al talento de los ejecutivos participantes.

EXECUTIVE EDUCATION:

- ▣ ESTRATEGIA CORPORATIVA
- ▣ DESARROLLO GERENCIAL
- ▣ MERCADEO
- ▣ VENTAS
- ▣ SERVICIO AL CLIENTE
- ▣ TALENTO HUMANO
- ▣ FINANZAS
- ▣ OPERACIONES
- ▣ COMERCIO INTERNACIONAL
- ▣ REINVENCIÓN DE EMPRESAS
- ▣ SUPPLY CHAIN MANAGEMENT
- ▣ OFIMÁTICA
- ▣ EMPRESAS FAMILIARES



Aristotélica