

VALOR
\$5.00

año XII / n° 47/ junio 2018

enlaces

La revista de negocios de la Utec



Maestrias
UTEC

ESPECIAL INNOVACIÓN



**ENTREVISTA CON
LOS FUNDADORES DE DENIM PROJECT**

**ESPACIOS
PARA LA INNOVACIÓN**

**EMPRENDEDORES
SOBRESALIENTES EN INNOVACIÓN**

ENCUENTRA ESTA EDICIÓN

farmacias San Nicolás.

La más surtida, al mejor precio.

SUCURSAL
ESCALÓN

SUCURSAL
MERLIOT

SUCURSAL
LUCIÑO

SUCURSAL
CHILTUPÁN

SUCURSAL
SANTA ELENA

SUCURSAL
PASEO

SUCURSAL
CONSTITUCIÓN

EN UN MUNDO DONDE
NADIE SE COMPROMETE

SE
EL QUE
HACE



*Universidad Tecnológica
de El Salvador*



TE DAMOS LAS OPCIONES

INGENIERÍAS

- Sistemas y Computación
- Industrial

ÉNFASIS EN INGLÉS

- Licenciatura en Comunicaciones
- Licenciatura en Administración de Empresas
- Licenciatura en Mercadeo
- Licenciatura en Administración de Empresas Turísticas
- Ingeniería Industrial

NUEVAS

NO PRESENCIALES (VIRTUALES)

- Licenciatura en Administración de Empresas
- Licenciatura en Administración de Empresas con Énfasis en Computación
- Licenciatura en Mercadeo
- Licenciatura en Contaduría Pública
- Ingeniería en Sistemas y Computación
- Ingeniería Industrial
- Técnico en Mercadeo y Ventas

LICENCIATURAS

- Administración de Empresas con Énfasis en Computación
- Administración de Empresas
- Administración de Empresas Turísticas
- Contaduría Pública
- Mercadeo
- Diseño Gráfico
- Idioma Inglés
- Psicología
- Comunicaciones
- Ciencias Jurídicas

TÉCNICOS

- Administración Turística
- Mercadeo y Ventas
- Relaciones Públicas
- Diseño Gráfico

MAESTRÍAS

- Banca y Finanzas
- Administración Financiera
- Administración de Negocios

HORARIOS EN CENTROS DE ATENCIÓN:

OFICINAS CENTRALES

Edif. Gabriela Mistral, entre 1a. Calle Pte. y 19 Ave. Nte.
Tel. 2275-8888

■ Lunes a viernes:

De 8:00 a.m. a 12:00 m. y de 3:00 a 7:00 p.m.

■ Sábado:

De 8:00 a.m. a 12:00 m.

METROCENTRO

Octava etapa, tercera planta, antes del Food Court
Tel. 2261-0270

■ Lunes a viernes:

De 9:00 a.m. a 7:00 p.m., sin cerrar al medio día.

■ Sábado:

De 9:00 a.m. a 1:00 p.m.

   
www.utec.edu.sv

Centro de llamadas: 2275-8888
Maestrías: 2275-2700



AGAMOS LA DIFERENCIA



12



20



30

CONTENIDO

Editorial

- 6 ¿Por dónde comenzamos?

Opinión

- 8 La innovación: factor clave para la supervivencia en los negocios

Quehacer empresarial

Lo más importante del acontecer empresarial

Especial

- 12 Innovar para crecer: un deber del país
- 14 Roberto Ticas, fundador de Denim Project: "Somos los primeros fabricantes de *jeans* reversibles en El Salvador"
- 16 Innovación: clave para competitividad del país

- 18 Las universidades como *hub* de emprendimientos innovadores

- 20 Ecosistemas de innovación y emprendimiento: más allá de las intenciones y las palabras

- 22 Innovar para competir: metodologías para fomentar la innovación

- 24 Espacios para la innovación

- 26 Weirdo activewear: 'sinónimo' de estilo original

- 28 Innovación en educación

- 30 Innovación | Revolución | Evolución

- 32 Por el camino de la innovación simple

rk
ring
e business
olution
planning works
vate
concept
brand
n plan
ccess
cess
ellence
ard
hip
cy
ng best
social
green
vision



36



42

- 34 El precio de la innovación
- 36 Parques tecnológicos: desarrollo económico a partir de la innovación
- 38 Emprendedores sobresalientes en innovación

Termómetro económico

- 41 Principales indicadores económicos y financieros del país

Tecnología

- 42 Industria 4.0: nuevos enfoques para la educación y la producción

Enlace mundial

- 44 Enamórese de Grecia

Films for business

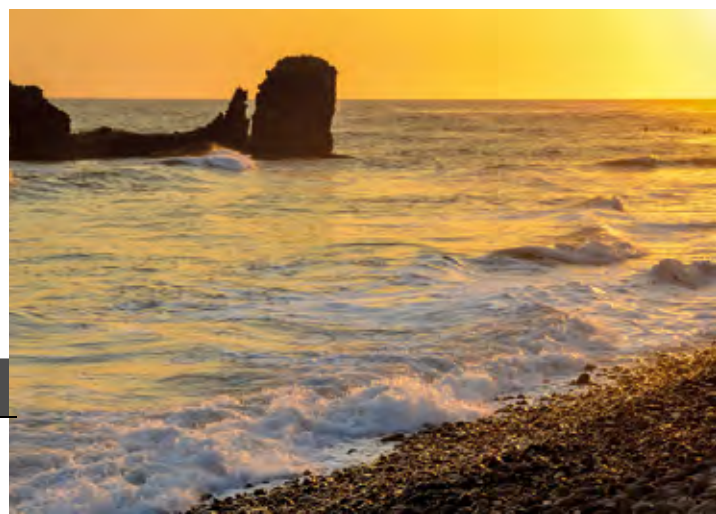
- 46 *Steve Jobs*. ¿Se necesita ser genio para innovar?

Relax

- 48 Relax en las playas de La Libertad

Recomendación

- 50 Si eres emprendedor



48

¿Por dónde comenzamos?



Lissette Canales de Ramírez
Directora Editorial
Decana de la Facultad
de Ciencias Empresariales de la Utec

Cuando se quiere hablar de innovación, lo primero en lo que comúnmente pensamos es en tecnología. Y es que la tecnología es, sin duda, una de las principales herramientas para disminuir tiempos de trabajo y esfuerzo. La mejora de la ciencia y los procesos a veces tiene como fin principal la mejora en la calidad de vida, aunque algunas veces es la misma ciencia y los usos que el hombre le da lo que termina desmejorando esa calidad de vida.

¿Cómo llega un país a ser innovador?, ¿cómo pueden los habitantes de una región convertirse en personas con capacidades de visión, vanguardia y creatividad? Si lo pensamos un poco más, la riqueza de los países (de sus ciudadanos) puede venir de varias fuentes, entre ellas, su riqueza y el buen aprovechamiento de sus recursos naturales, su capacidad intelectual para crear nuevas tecnologías,¹ usarlas y exportarlas; así como de la prestación de servicios de alto valor agregado para otras economías. Cuando se revisan los datos de las principales economías del mundo, rápidamente se identifican países que han sobresalido por su buen manejo de las políticas demográficas, la inversión en educación; por el uso inteligente y eficiente de sus recursos, así como por su disciplina y consistencia en su administración.

Luxemburgo y Singapur, por ejemplo, tienen la base de su riqueza en la prestación de servicios financieros con un producto interno

bruto (PIB) per cápita de 100.738 y 53.000² dólares, respectivamente; lo anterior pese a que hace solo 53 años el de Singapur era de 500 dólares; Macao, que es una ciudad de administración autónoma dentro de China (anteriormente una colonia Portuguesa), tiene un PIB per cápita que sobrepasa los 70.000 dólares; su base económica está conformada por el turismo y los servicios de ocio, es conocida como la meca del entretenimiento en Asia. Con otro enfoque de desarrollo se encuentra Estonia, que es considerado el primer país digital del mundo en casi todos los sentidos. En este país, que es el menos poblado de Europa, se tiene una esperanza de vida de 72 años, un 99,8 % de población alfabetizada, así como que el 97 % de sus operaciones bancarias se hacen en línea. Dentro de las grandes acciones que hicieron para lograrlo está un fuerte compromiso con la educación en informática y en tecnologías de comunicación. Entre las cosas más modernas que tiene este país están la identificación digital obligatoria con la que sus habitantes pueden acceder a más de 4 mil servicios digitales locales; también existe la residencia y la ciudadanía virtuales. El internet es visto como un derecho humano, fuerte focalización en el desarrollo y apoyo a los emprendedores. Estonios fueron los desarrolladores técnicos de la tan utilizada aplicación Skype. Actualmente Estonia es el país con mayor cantidad de *startups* per cápita del mundo.

En 1991, dicho país estaba casi o peor que El Salvador; no tenía

¹ Entiéndase por tecnología el equipo, las herramientas, el *software*, los procesos, etc.

² https://datos.bancomundial.org/indicador/ny.gdp.pcap.cd?year_high_desc=true

ni Constitución, ni instituciones democráticas ni un sistema legal; sus infraestructuras estaban en malas condiciones y eran totalmente obsoletas; su sistema bancario ubicado a años luz del estándar de Occidente. En 2018, en Estonia el Estado puede ahorrar el 2 % de su PIB anual en salarios y gastos, por ser digital. Un médico de emergencias, con solo presionar el código de identificación de un paciente totalmente desconocido para él, puede conocer todo lo que le interesa de su cuadro clínico. El 88 % de sus habitantes navega por internet a diario; y el 87 % de la población de entre los 16 y los 74 años se conecta al portal gubernamental; su presidenta es una mujer de 46 años que habla cuatro idiomas y es profesora a través de Skype. El internet ha facilitado y fomentado la descentralización de los servicios, y que más gente pueda tener oportunidades laborales; y quiera vivir en las zonas rurales. Los estonios están conscientes de que Europa del Este es muy distinta a Silicon Valley, pero que sin duda tienen algo en común: un gran sistema educativo del que salen profesionales técnicos muy bien preparados.

Al analizar ejemplos más cercanos, encontramos a Colombia. Recién conversaba con una persona de ese país que está trabajando en el nuestro gracias a una oportunidad que encontró en internet. Ella es una especialista en diseño y elaboración de patrones de textiles. Como ella, muchos colombianos —y me atrevería a decir suramericanos— están llegando a El Salvador a trabajar,

donde “encontraron oportunidades” que otros salvadoreños de seguro hubiesen deseado.

La industria textil, y directamente también la de la moda y el diseño, están creciendo y despuntando en Colombia. Tanto es así que, del 24 al 26 de abril de este año, se llevó a cabo el Bogotá *Fashion Week* (BFW). A la cita, se esperaba acudieran 40 diseñadores, más de 15 mil asistentes, así como más de 30 compradores nacionales e internacionales en las 396 citas de negocio programadas. Este evento, que lleva ya 5 años de realizarse, genera alrededor de 290 mil empleos, con más de 32 mil empresas asociadas con la industria textil, de moda y de mercadeo. El objetivo: posicionar a la ciudad como una capital de negocios de moda de talla internacional.³ Así como el BFW, Colombia también tiene otro esfuerzo de innovación en la “ciudad de la eterna primavera”, Medellín: la afamada Ruta N, un moderno centro de innovación y negocios desde el cual se busca articular y dinamizar el ecosistema de innovación de este municipio colombiano, haciendo énfasis en cuatro ingredientes clave: la formación del talento, el acceso a capital, la generación de la infraestructura necesaria y el desarrollo de negocios innovadores.⁴ Ahora comencemos a listar lo que tenemos en El Salvador: ¿les pasó lo mismo que a mí? Cuando traté de comenzar a buscar parámetros de comparación, lo mejor que encontré fue nuestra infraestructura vial y la fuerza laboriosa de nuestra gente. Entonces, para podernos algún día comparar, ¿por dónde comenzamos?

José Mauricio Loucel
Presidente

Nelson Zárate Sánchez
Rector

Comité editorial
Rafael Rodríguez Loucel
Noris Isabel López Guevara
José Modesto Ventura
Lissette Canales de Ramírez
Domingo Orlando Alfaro
Carlos Antonio Juárez
Guillermo Hasbún

Redacción enlaces:
Inés Ramírez de Clará
Michelle Cornejo

Colaboradores:
Magdalena Giuria El Helou
Ulises Gómez Boronat
Pamela Argueta de Navarrete
Claudia López
Juan Camilo Quintero Medina
Leandro Lavizzari
José Alonso Huerta Cruz
Rodolfo Antonio Tejada Ruiz
Marcela Barrera
Claudia Meyer

Revisión, corrección, diagramación y diseño:
Unidad de Publicaciones Utec

Comercialización:
Janeth Ramírez de Oviedo
Cel.: 7978-9851 o 2275-8856
janeth.ramirez@mail.utec.edu.sv

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

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

Tiraje: 1.250 ejemplares
Circulación: Trimestral
Impresión: Tecnoimpresos, S.A. de C.V.
Edición: Unidad de Publicaciones. Tel: 2275-8771

Redes sociales:
Facebook: Revista Enlaces Utec
Twitter: @EnlacesUtec
Linkedin: Revista Enlaces Utec

³ <https://www.dinero.com/noticias/moda/1274>

⁴ <https://www.rutanmedellin.org/es/nosotros>

La innovación: factor clave para la supervivencia en los negocios



Guillermo Antonio Hasbún
Gadala-María
Director de Inteligencia Corporativa

La innovación es un arte, el arte de hacer algo nuevo o hacerlo de forma diferente. Esta palabra tiene su origen del latín *innovare*, que significa “renovar”. Podemos aplicar este concepto a diferentes áreas de los negocios, ya sean comerciales, mercadológicas, operativas, tecnológicas o financieras, entre otras.

Normalmente, la innovación mercadológica se manifiesta en la introducción de nuevos productos o en una modificación de productos existentes, ya sea en su presentación, desempeño, distribución, logística, servicio; o en su estrategia de comunicación, que puede estar basada en atributos tangibles e intangibles. Más aún, una innovación radical podría incluir el reposicionamiento de la marca.

En el ámbito de los negocios, la innovación pareciera ser algo que está en el olvido, y, a cambio, ha sido sustituida por la palabra *imitación*, la cual ha hecho que muchos nuevos negocios fracasen en el intento de sobrevivir en un mercado hipercompetitivo, en el cual

los grandes sobreviven por sus fuertes portafolios de productos, mientras que los pequeños mueren en su período de gestación.

No es de extrañarse entonces que, de acuerdo con la Comisión Económica para América Latina, “en los países subdesarrollados, entre un 50 y un 75 % de los iniciadores dejan de existir durante los primeros tres años de vida”, promedio que va en aumento en la medida que ese lapso se incrementa. Estas cifras son confirmadas por Marcelo Lebendiker, presidente de Parque TEC, consultora de negocios con domicilio en Costa Rica, quien afirma que el 80 % de los nuevos negocios, en ese país, fracasan en los primeros tres años de lanzamiento. A su vez, Lebendiker identifica como una de las principales causas de fracaso la falta de diferenciación o innovación, ya que se vuelven “más de lo mismo”, dependiendo así del “menor precio” hasta que la falta de rentabilidad los elimina del juego.

Ahora bien, la falta de innovación no es algo que afecta solamente a los nuevos negocios o nuevos productos. También afecta a compañías de larga trayectoria, como el famoso caso de The Coca-Cola Company, en 1985, cuando, en su desesperación por frenar su caída de ventas, decidió imitar a Pepsi, abandonando el posicionamiento de ser la “original” o “*the real thing*” por el de “*new coke*”, que fue percibida como una Pepsi envasada en una lata de Coca-Cola, provocando un rechazo a escala nacional de sus consumidores fieles que identificaban la marca como un icono americano. Un lujo de *marketing* que solo los grandes se pueden dar. A partir de ese hecho, decidieron no tocar nunca más su fórmula original, y, a cambio de ello, innovar en la forma de comunicar los atributos intangibles de la marca, lo más valioso que tenían. Su liderazgo mundial sobre Pepsi es ahora indiscutible.

La pregunta que surge alrededor de las cifras alarmantes de fracaso es: ¿cuál es la característica principal de las marcas que permanecen? Sin duda alguna, un factor elemental, aunque no exclusivo, ha sido la innovación. Como bien lo dijo Steve Jobs, cofundador de Apple: “La innovación es lo que distingue a un líder de los demás”.

Amazon, compañía estadounidense de comercio electrónico y servicios de computación en la nube a todos los niveles, en sus inicios, siendo una incipiente empresa, innovó la forma de vender libros, y evolucionó aún más, reinventando la forma del *retailing*, o “venta al detalle”, en el mundo. No fue el lanzamiento de nuevos productos lo que la llevó al éxito, sino una nueva forma de vender; y no cesa de innovar hasta el día de hoy, como parte de su filosofía corporativa, consolidando así su galopante liderazgo.

Si bien la innovación puede aplicarse a todas las áreas de un negocio, no en todas ellas generará una ventaja competitiva. Los directores de *marketing* deben asegurarse de que ponga en práctica esencialmente en los atributos fundamentales de la marca, que son los que la separan del resto de sus competidores. Al mismo tiempo, deben buscar igualdad en los factores de paridad, a modo de no estar por debajo de sus rivales en los atributos secundarios, pero que complementan la decisión de compra de su mercado meta.

En la galería de casos de éxito de empresas innovadoras, podemos agregar una que recientemente se ha incorporado: Netflix, pues está revolucionando la forma tradicional del entretenimiento televisivo, mercado siempre dominado por las grandes compañías. ¿Estará amenazado el futuro de estas? ¿Terminarán en el jardín de los recuerdos, como Blockbuster? Dependerá de su capacidad y agilidad de innovación para anticiparse a las exigencias del mercado mundial, tanto tangible como intangible.

LA FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

le invita a inscribirse en sus próximos diplomados:

LOGÍSTICA Y ADUANA



FECHA

30 DE JUNIO DE 2018
AL
25 DE AGOSTO DE 2018



HORARIO

8:00 a.m. - 12:00 m.
(grupo 1)
2:00 p.m. - 6:00 p.m.
(grupo 2)



INVERSIÓN

MATRÍCULA (1): \$45.00
CUOTAS (2): \$60.00

** Pregunta por el descuento a
estudiantes y graduados Utec.

COMMUNITY MANAGER



FECHA

16 DE JUNIO DE 2018
AL
8 DE SEPTIEMBRE DE 2018



HORARIO

8:00 a.m. - 12:00 m.
(grupo 1)
1:00 p.m. - 5:00 p.m.
(grupo 2)



INVERSIÓN

MATRÍCULA (1): \$45.00
CUOTAS (3): \$55.00

** Pregunta por el descuento a
estudiantes y graduados Utec.

EXPORTACIÓN E IMPORTACIÓN



FECHA

16 DE JUNIO DE 2018
AL
11 DE AGOSTO DE 2018



HORARIO

8:00 a.m. - 12:00 m.
(grupo 1)
2:00 p.m. - 6:00 p.m.
(grupo 2)



INVERSIÓN

MATRÍCULA (1): \$45.00
CUOTAS (2): \$60.00

** Pregunta por el descuento a
estudiantes y graduados Utec.

   
www.utec.edu.sv

Centro de llamadas: 2275-8888
Maestrias: 2275-2700



SE
EL QUE
HACE

AGAMOS LA DIFERENCIA

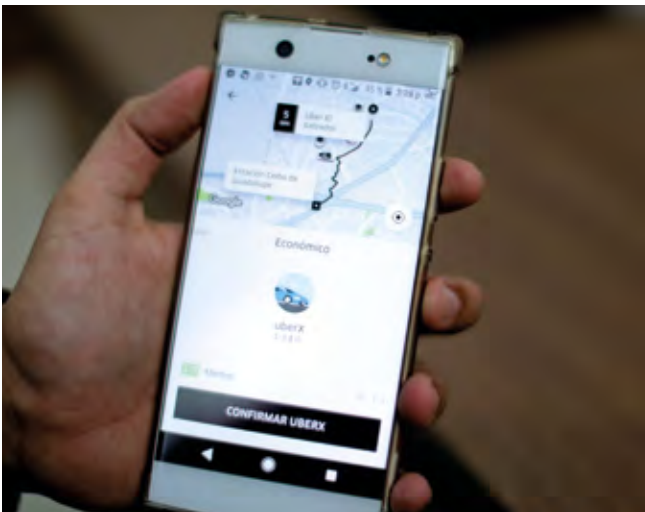
Universidad Tecnológica
de El Salvador



Quehacer empresarial

Uber y Crime Stoppers realizan alianza estratégica

Con el objetivo de aumentar las medidas de seguridad, tanto para usuarios como para socios conductores, Crime Stoppers Caribe, Bermuda y América Latina y Uber han hecho una alianza estratégica en pro de la prevención, reducción de incidentes y persecución de delitos por trata de personas. A partir de dicha alianza, socios conductores participaron en una capacitación dirigida a empresas que conforman el sector turismo, con el objetivo de aprender a identificar situaciones anómalas que deben ser reportadas a las autoridades.



“Gastro Expo 2018”

Así se denomina la quinta edición de la feria de alimentos y bebidas, que es organizada anualmente por la Asociación de Restaurantes de El Salvador y se realizará del 25 al 27 de junio en las instalaciones del Centro Internacional de Ferias y Convenciones.

El evento es un encuentro que reúne a proveedores nacionales e internacionales, y se constituye en el más importante dedicado la industria de alimentos y bebidas del país. El desarrollo de la agenda incluye actividades educativas y de negocios para los visitantes, impulsando así la industria de los alimentos.



Tigo apoya y contribuye para favorecer a la niñez salvadoreña

Tigo se suma a la campaña #MeImporta impulsada por Aldeas Infantiles SOS El Salvador, que busca alzar la voz a favor de los niños que no crecen dentro de una familia; y que además apoya proyectos de inversión social como símbolo de su compromiso con la responsabilidad social empresarial.

Actividades para la divulgación y sesiones de alfabetización en tecnología son parte de las acciones que se han de seguir, que Tigo junto a Aldeas SOS están realizando para fortalecer el desarrollo de niños y jóvenes.

Sistema Fedecrédito lanza nueva campaña

Con el fin de reafirmar el compromiso de la institución financiera con los salvadoreños de brindar oportunidades de crecimiento y progreso, Sistema Fedecrédito lanza la campaña “Hasta donde quieras”.

La campaña está enfocada en transmitirle a los salvadoreños lo que caracteriza a la institución financiera al tener una amplia gama de servicios, como seguros familiares, tarjetas de crédito y débito, plataformas disponibles para realizar trámites bancarios, entre otros. Fedecrédito cuenta con más de 650 puntos de atención en el país y tiene presencia en 196 municipios.



Excel Automotriz presenta renovada línea de camiones Fuso



Excel Automotriz, mediante su proveedor Mitsubishi Fuso Truck & Bus Corporation, presentó los camiones de la línea comercial Fuso, completamente renovados.

Entre los principales cambios, destacan los colores de la tapicería interior; la utilización de tecnología LED en las lámparas interiores y el cambio en el diseño del tablero de controles, así como su motor 4.2L. El nuevo camión Fuso ofrece, para entrega inmediata, una amplia gama de modelos con capacidades de 2.7 a 12 toneladas de carga y con la posibilidad de entregar pedidos especiales.

Utec desarrolla el Laboratorio Empresarial Enfocado en la Innovación

La Universidad Tecnológica de El Salvador (Utec) fue sede del Laboratorio Empresarial Enfocado en la Innovación, que busca fomentar el desarrollo económico y empresarial en los jóvenes salvadoreños; que fue el resultado de alianzas estratégicas entre la empresa privada y ciertas instituciones internacionales. Durante las sesiones, delegados de israelíes impartieron capacitaciones en innovación y temas relacionados con herramientas competitivas para impulsar productos en gran escala.

En los entrenamientos o sesiones se buscó capacitar a emprendedores, para que sean impulsores de la innovación en productos y servicios. Esfuerzos de este tipo reafirman el compromiso de la universidad con el desarrollo económico y social del país.



Innovar para crecer: un deber del país

El Salvador tiene un gran potencial para crear proyectos de innovación, lo que hace falta es que mucha de su gente crea que esto es posible. Las historias de emprendimientos innovadores exitosos que conoceremos en este especial demuestran que con ideas, ganas y perseverancia los salvadoreños pueden hacer crecer al país en los ámbitos económico y social.



Inés Ramírez de Clará
Redacción enlaces
Jefa de Publicaciones Utec

De acuerdo con el Índice Global de Innovación (GII, por sus siglas en inglés), elaborado por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual y otros organismos, El Salvador está en la posición número 103 de 127 economías de todo el mundo analizadas en 2017. Este estudio también revela que el país es el segundo menos innovador en Latinoamérica, sobre todo en creación intelectual, investigación y desarrollo.

El Índice analiza indicadores como el entorno normativo, la educación, la

infraestructura y el grado de desarrollo empresarial. En El Salvador está ligeramente arriba de Honduras, que llegó al peldaño 104, siendo ambos países los que tienen menos procesos de innovación en Latinoamérica, que es liderada por Chile con la posición 46 a escala mundial, seguido por Costa Rica en el puesto 53.

Según Fiorina Mugione, jefa del Departamento de Emprendimiento de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, El Salvador

no figura como una nación de innovación mundialmente. “El Salvador no está en el mapa de emprendimientos innovadores ni tradicionales. No se conoce”; pero, en cambio, sí se destaca por sus conflictos internos o los problemas que enfrenta a raíz de desastres naturales expuso Mugione a periodistas en una visita al país.

Aunque los salvadoreños, por naturaleza, son emprendedores, la mayoría de sus iniciativas se quedan en negocios de subsistencia; no tienen componentes innovadores que les ayuden a ser competitivos en el mercado y así generar más empleos e ingresos.

Para Mario Morales, fundador de Innovare, una empresa de consultoría especializada en innovación estratégica en Latinoamérica, El Salvador tiene un “potencial extraordinario”. Afirma que en el país existe todo lo necesario para iniciar grandes proyectos de innovación, pero aún tiene que “creer que es posible” y “enamorarse de una causa”.

En este especial de *enlaces* damos a conocer algunas de las muchas historias de salvadoreños que han creído y han hecho las cosas de forma diferente. Ellos escogieron el camino de la innovación, y ahora están cosechando los frutos de ese esfuerzo.

Weirdo Activewear nació por la inclinación hacia la moda y el emprendimiento de Eugenia Folgar (31), quien es la creadora y fundadora de esta marca de ropa deportiva; además es licenciada en Diseño Gráfico. Tras seis años de trabajar en una fábrica de textiles, Eugenia renunció y decidió dedicarse a cumplir su sueño, el cual estaba tomando forma con la venta de las bandanas que hacía mediante entregas en centros comerciales. Luego el emprendimiento pasó a formar parte de las marcas expuestas en El Mercado; y ahora es una exitosa emprendedora.

Andrés Escobar es otro joven emprendedor, que ejecuta el proyecto Impct, impulsando la educación temprana en los niños mediante actividades que pueden ser aplicadas desde el nacimiento hasta los 6 o 7 años de edad. También tiene como visión generar un impacto social en las comunidades más necesitadas de El Salvador y de otros países. Como Escobar lo demuestra, la innovación no solo se puede enfocar en los negocios; la innovación en el ámbito social también contribuye de gran manera al desarrollo de un país.

Cktes es un emprendimiento innovador en tecnología liderado por cuatro jóvenes: Miguel Beltrán, Alexis Melgar, Kevin Álvarez y Moisés Salala, quienes, además de ser profesionales y socios

son buenos amigos. Cktes es una pequeña empresa de manufacturación de placas electrónicas libres de ácido, es decir, que durante su proceso de elaboración no utilizan materiales químicos, para que su proceso sea amigable con el medio ambiente. Actualmente ofrecen dos servicios: uno enfocado en el servicio de asesoría o consultoría de desarrollo de circuitos electrónicos, y el otro, relacionado con el proceso de manufacturación de las placas especializadas, de acuerdo con la necesidad del cliente.

Para conocer más en detalle las historias de estos emprendedores, le invitamos a leer nuestro especial, que incluye importantes artículos de expertos como Juan Camilo Quintero Medina, quien escribe sobre el camino de la innovación sencilla para tener mayor éxito en el mercado, o como el de Claudia López, que además de innovación habla de revolución y evolución como temas relacionados.

Le invitamos a leer el contenido de *enlaces* 47, que hemos preparado con mucha dedicación para que le resulten interesantes.



Roberto Ticas, fundador de Denim Project: “Somos los primeros fabricantes de *jeans* reversibles en El Salvador”

Ticas y Adriana Portillo fundaron Denim Project, la primera empresa salvadoreña especializada en la fabricación de prendas de vestir denim (de mezclilla). Ellos diseñan y confeccionan prendas de vestir como jeans, shorts, chaquetas, gorras y camisetas, entre otras prendas, con la participación de manos salvadoreñas.

Michelle Cornejo
Redacción enlaces
Estudiante de Comunicaciones Utec

Ambos son jóvenes emprendedores; él con experiencia en la industria textil, y ella, una exitosa profesional en *marketing*, que han puesto todos sus conocimientos y experiencias para liderar Denim Project.

Conozcámoslos más en la siguiente entrevista con Roberto Ticas para *enlaces*.

¿Quiénes son Roberto y Adriana?

Somos dos amigos, socios, emprendedores. Adriana tiene 24 años, es consultora, graduada de Administración de Empresas. Yo tengo 30 años. Me gradué de Ciencias Políticas y Administración de Empresas.

¿Cómo nació Denim Project?

Adriana y yo nos conocimos por unos amigos en común. Empezamos a platicar. Con el tiempo vi que ella tenía la inquietud por hacer algo diferente, por tener algo propio, al igual que yo. A todo esto, ella trabajaba en un hotel y yo estaba a cargo de un negocio familiar.

A principios de 2016 decidimos visitar El Mercadito, y dijimos: “¿Por qué nosotros no estamos acá? Si vos tenés conocimiento en confección y yo en *marketing*” —me dijo Adriana—. Lo primero fue crear un concepto y vender un elemento diferenciador. Fue cuando comenzó la etapa de desarrollar un producto basado en el diseño *denim*. Lo más importante fue hacer el prototipo del producto. Nos presentamos por primera vez en El Mercadito en julio del 2016.



Roberto Ticas y Adriana Portillo, fundadores de Denim Project



Esta plataforma nos sirvió para someter a prueba nuestro producto. Realmente queríamos ver si funcionaba como para producir en gran escala. Recuerdo que llevamos como ochenta piezas; y al segundo día ya no teníamos nada. Es ahí cuando comenzamos a evolucionar como marca, porque la gente nos pedía que hiciéramos camisetas y gorras. Ahora hemos desarrollado una línea completa de ropa casual.

¿Cómo ha sido el desarrollo de la marca?

Participar durante 2016 en El Mercadito nos ayudó mucho para darnos a conocer. Luego buscamos ganar capital semilla o a alguien que nos financiara el proyecto. Así llegamos al certamen de “Innova Emprende 2016”, que impulsa el Ministerio de Economía mediante el Fondo de Desarrollo Productivo. En ese concurso ganamos el capital no reembolsable que nos permitió solidificar la marca.

Denim Project ha tenido una buena aceptación en poco tiempo, por tal razón hemos logrado acceso en Almacenes Siman, MiaVoga y Hecho en casa, y también vendemos por medio de Hugo App. De hecho, somos la primera marca de *jeans* que vende mediante una aplicación en el país.

¿Cómo se coordinan para realizar sus funciones dentro de la empresa?

Adriana se encarga más que todo de los nuevos diseños, del *marketing*, de las redes sociales. En cambio, yo soy el me dedico a realizar los prototipos de los diseños en el área de producción y también a la atención al cliente. Sin embargo, todas las decisiones las tomamos juntos porque nos complementamos.

¿Qué líneas de *jeans* diseñan?

Tenemos tres: Basic, que son los *jeans* tradicionales; Fashion, que pueden ser con pedrería, rotos y de diseños reversibles, entre otras opciones, y Ecológica, orientada al cliente con más responsabilidad social y ambiental.

¿Cómo son responsables con el medio ambiente?

Parte de nuestra innovación y responsabilidad ambiental está basada en la integración de un prototipo para reutilización de agua, es decir, hemos implementado, en pequeña escala, un sistema para economizar el agua utilizada en el proceso de lavado de tela; y luego se limpia para darle un segundo uso. Todo va bien hasta el momento, aún estamos en pruebas con la ayuda de ingenieros y expertos en el área.

¿Cuál es el objetivo de la marca?

El interés, principalmente, es vender una marca salvadoreña juvenil, vanguardista, de *jeans*. Somos los

primeros fabricantes de *jeans* reversibles en El Salvador. Generar empleos es parte de las cosas que también nos planteamos con Adriana, y ser una marca de moda que cambie la sociedad.

¿Cuáles son los elementos innovadores de Denim Project?

El diseño de *jeans* de primera calidad, porque tenemos mano de obra cien por ciento salvadoreña. Además, nuestra materia prima es importada de las mejores casas de *denim* a escala mundial. También ofrecemos una marca responsable con la sociedad y el medio ambiente.

¿Qué proyecciones tienen a futuro?

Como marca, de manera indirecta, ya tenemos presencia en Guatemala, Nicaragua y Costa Rica. A corto plazo, esperamos abrir una tienda propia con todos los productos, incursionar en otros mercados. A largo plazo, comercializar en línea y —por qué no— franquiciar. También, queremos implementar a gran escala el sistema de reutilización de agua.

¿Qué mensaje enviaría a las personas que buscan emprender e innovar?

Lo más importante es no desmotivarse, tarde o temprano va a funcionar. Esto es por prueba y error. Si se trata de capital, hay que buscar la manera de financiamiento. Hay formas de hacer las cosas, con esfuerzo y aceptando las críticas. Al final el premio es del que lucha.



Innovación: clave para competitividad del país

La Universidad Tecnológica de El Salvador (Utec) fue sede del Programa InnovAcción y del taller “Laboratorio empresarial enfocado a la innovación”, que forma parte de la cooperación técnica entre la Organización de los Estados Americanos, Young Americas Business Trust y el gobierno de Israel al país, permitiendo apoyar a los países de América Latina y el Caribe en el desarrollo de capacidades de los ecosistemas de emprendimiento e innovación.

Michelle Cornejo
Redacción enlaces
Estudiante de Comunicaciones Utec

El principal objetivo de este programa es fomentar y desarrollar un pensamiento innovador en los empresarios y emprendedores, por tal razón InnovAcción, durante una jornada de tres días, acogió a profesionales de entidades públicas, privadas y académicas que se encuentran vinculadas con programas e iniciativas de emprendimiento, innovación y generación de empleos.

Dentro de las actividades desarrolladas, se puede mencionar el

taller “Entrenamiento de entrenadores”, que consiste en la capacitación práctica mediante ejercicios empresariales para la búsqueda y desarrollo de habilidades que contribuyen al avance en la innovación.

Dicho taller fue impartido por dos profesionales: Guillermo Levinton y Sergio Bluer, especialistas de la Agencia Israelí de Cooperación Internacional para el Desarrollo (MASHAV) y el Centro Internacional de Capacitación Golda Meir (Golda Meir MASHAV Carmel





Training Center), quienes fungieron como entrenadores para compartir experiencias profesionales con los participantes del programa.

Levinton es formador de nacionalidad israelí y Bluer es un consultor español que reside y trabaja en Israel. La experiencia empresarial de ambos les ha permitido ser entrenadores de emprendedores; y en El Salvador la pusieron en práctica: en el taller estuvieron a cargo de la capacitación práctica mediante ejercicios empresariales, buscando desarrollar habilidades que contribuyan a la innovación creativa.

Los entrenadores, con base en su experiencia, son delegados para formar a otros emprendedores que, con el tiempo, pueden ser transformadores de la economía salvadoreña al impulsar nuevas ideas empresariales. De acuerdo con Bluer, la visita que realizan al país es un “aporte que Israel hace para los países amigos”.

Durante una entrevista brindada a *enlaces*, los entrenadores explicaron la importancia del elemento innovador como herramienta para la competitividad en el mercado; y cómo la tecnología es un factor complementario para desarrollar procesos eficientes en torno al proceso de ideas de negocio innovadoras.

Sesiones plenarias, elaboraciones grupales, exposición de casos, asesoría de cómo mejorar los perfiles de un producto innovador formaron parte del trabajo realizado por Levinton y Bluer, que también atendían todas las dudas de los participantes. Cabe destacar, además, que muchos de estos eran jóvenes salvadoreños emprendedores que tienen ideas de negocio. En cambio, otros asistentes eran empresarios ya establecidos, que llegaron en busca de nuevas ideas para crear productos.

Para los expertos, hablar de innovación incluye dos factores esenciales: 1) la “insolencia positiva”, porque todo se puede discutir y mejorar; y “salir de los moldes y replantearnos”

—explica Levinton—, y 2) la academia, ya que es fundamental la inyección de valores desde la educación temprana, además del compromiso que tienen las universidades de impartir “conocimientos que sean útiles” para la creación proyectos innovadores —según Bluer.

También agregan que hablar de innovación no siempre significa crear algo nuevo, ya que el producto puede sufrir un cambio en el proceso de empaquetado o de construcción; y en ese momento deja de ser un producto normal y pasa a ser uno innovador. Además comentan que una idea de negocio innovadora debe saber “explicar su elemento clave”.

Bluer y Levinton finalizan diciendo que todo país competitivo debe trabajar como “una sinfonía”, haciendo referencia a que los actores importantes dentro del desarrollo empresarial, es decir la academia, el gobierno y la empresa privada deben estar alineados para potencializar y ampliar los ecosistemas innovadores.

Para los participantes, que representan parte del sector empresarial del país, contar con la ayuda de países aliados, como Israel, significa contribuir a un mejor desarrollo empresarial. Actualmente, este país ha sido elegido como la tercera economía más innovadora del mundo por poseer fortalezas similares a las de Suiza, además de tener capacidad de innovación, instituciones de investigación científica de alta calidad; hacer una fuerte inversión y contar con colaboración del sector privado en la investigación y el desarrollo.

Competitividad en los sectores claves del país es lo que busca generar la ejecución de estrategias de este tipo, donde la Utec y otras instituciones aliadas promueven el ecosistema de emprendimiento e innovación en el país, tras la búsqueda y el mejoramiento del entorno y del tejido productivo, para la creación y crecimiento de empresas competitivas en distintos sectores clave de El Salvador.

Las universidades como *hub* de emprendimientos innovadores

El desarrollo de emprendimientos dinámicos es de gran importancia para diversificar el tejido productivo, introducir innovaciones y generar empleos de calidad. Por tanto, contar con ecosistemas eficientes que permitan la creación y desarrollo de estos emprendimientos es una cuestión estratégica (Kantis, 2016).



Magdalena Giuria El Helou
Universidad Católica de Uruguay

En Uruguay, esto no es la excepción. Según datos de la Agencia Nacional de Investigación e Innovación (ANII), en Uruguay, al momento de emprender, los obstáculos más mencionados son el tamaño, el dinamismo del mercado y el acceso a financiamiento (ANII, 2017).

No obstante, según el mismo informe, el ecosistema emprendedor se ha incrementado de forma significativa y sostenida en los últimos diez años. Este fenómeno se puede explicar gracias

a la aparición de nuevos actores, como la propia ANII, agencia de gobierno con líneas de apoyo para el emprendimiento innovador; la Agencia Nacional de Desarrollo, así como de programas de apoyo al emprendimiento dinámico y a la innovación por parte del Estado en asociación con organismos multilaterales.

Las universidades juegan un papel fundamental en este ecosistema, oficiando de apoyo a los emprendedores dinámicos y de instituciones patrocinadoras de emprendimientos frente a los organismos financiadores de *startups*. Para hacer esto, las universidades comenzaron realizando acciones de pre-incubación, en la mayoría de los casos de manera remota, proveyendo soporte de tutoría y poniendo a disposición de los emprendedores sus servicios, así como sus redes de contactos. Según datos del informe de seguimiento de ANII del año 2016, las dos universidades privadas más grandes del país son



la que concentran más del 30 % de los proyectos de emprendedores financiados por este organismo, habiendo obtenido apoyos para 43 *startups* en el período 2008-2016.

La Universidad Católica del Uruguay (UCU) —la universidad privada más antigua del país—, apoya hace más de diez años la creación del emprendimiento dinámico mediante el Centro de Desarrollo Emprendedor de la Facultad de Ciencias Empresariales, y participando, junto con el Centro de Innovación en Ingeniería, de una

iniciativa de cuatro universidades uruguayas para fomentar la innovación en esta materia. Desde ese ámbito, se provee a los emprendedores de tutorías, acceso a mentores y patrocinios para obtener capital semilla por parte del Estado, con los programas de la Agencia Nacional de Investigación e Innovación y la Agencia Nacional de Desarrollo.

Del año 2015 a esta fecha, se observa una evolución de los actores universitarios, que comienzan una serie de iniciativas para ubicar la innovación y el emprendimiento transversalmente en todas sus facultades.

En el caso de la UCU, en el año 2016 se abre una nueva Vicerrectoría de Investigación e Innovación con el fin de que estas temáticas se tornen centrales para toda la universidad. En este contexto, surge la necesidad de crear un

Centro de Innovación transversal para toda la universidad, que tiene como misión difundir entre los miembros de la comunidad universitaria la cultura de innovación y apoyar a la creación de emprendimientos dinámicos.

Los centros de innovación son clubes de innovación dentro de las Universidades en donde todos estos actores — academia, emprendedores, sector productivo, gobierno, inversores— pueden confluír en la misma mesa, generando así resultados provechosos para todas las partes.

Además de mejorar el aprendizaje, las producciones académicas se transforman en insumos claves para la elaboración de políticas públicas que generan impactos concretos en el desarrollo cultural, social y económico del país. La investigación es una de las formas en las que se entabla un vínculo sostenido con la sociedad, para que el esfuerzo y conocimiento resulten provechosos para todos (Fernández Techera, 2016).

Históricamente, en las universidades uruguayas, la interacción entre estudiantes de grado de diferentes facultades era muy puntual y por lo general impulsada por los propios estudiantes. En la actualidad, nadie duda de la necesidad de contar con equipos multidisciplinarios para poder generar innovación aplicable y sostenible al mercado. Es por esta razón que, hoy, la configuración actual de las carreras de grado tiene un objetivo claro de fomentar la generación de equipos multidisciplinarios para la resolución de problemas.

Adicionalmente a esto, el Centro de Innovación dejará la modalidad de incubación remota para lanzar un programa de incubación de *startups*, junto con un espacio de *cowork* de más de 500 metros cuadrados destinados a esta iniciativa.

Todas estas acciones tienen un mismo fin: posicionar a las universidades como *hubs* de innovación, para que estén la vanguardia en temas de innovación, conectadas con los sectores productivos que atienden y en definitiva preparadas para apoyar a la próxima camada de innovadores, que son quienes, sin dudas, generarán un aumento de competitividad y de riqueza para todos.



Ecosistemas de innovación y emprendimiento: más allá de las intenciones y las palabras

En un mundo cada vez más diverso e interconectado, la diferenciación y la creación de valor agregado es un elemento clave para que las empresas y, por lo tanto, las economías crezcan y sean competitivas.



Ulises Gómez Boronat
Director de Innovación y Procesos en
INSERT, Innovación con Impacto

El día a día de una persona está dominado por la “infoxicación” (sobrecarga de información que nos cuesta asimilar e interpretar que se supone nos ayuda a tomar decisiones), y sin embargo vivimos en la era de la rapidez donde tenemos todo a un clic y los *trending topic* son tendencia.

Uno de estos *trending topic*, en el ámbito de la innovación y el emprendimiento, son los ecosistemas. Todos los países, incluso todas las ciudades, quieren tener su propio ecosistema de emprendimiento y de innovación; a veces hasta pretenden que sea el mismo.

En El Salvador, desde hace varios años (cinco si no falla la memoria), se vienen haciendo esfuerzos importantes para estructurar el ecosistema nacional de emprendimiento, que da cabida al sector público, a las instituciones educativas, al sector privado y a las fundaciones y ONG.

Uno de los grandes impulsores del concepto de *ecosistema de emprendimiento* es Daniel Isenberg, que desde el Babson College indica que “un ecosistema de emprendimiento además de redes de personas y organizaciones se compone de varios ámbitos: una cultura favorable a la innovación, liderazgos claros, capital humano de calidad, mercados



desarrollados y una gama de apoyos institucionales y de infraestructura tanto públicos como privados”.

Ya en 2011 se planteaba que un ecosistema de emprendimiento tiene seis ámbitos clave que se desagregan en doce subconjuntos. Los seis ámbitos son: político, financiero, cultura, soporte (físico y humano), capital humano y los mercados a los que dan servicios los emprendimientos de ese ecosistema.

Este último punto es medular, ya que hay que diferenciar muy bien entre esfuerzos de dinamización de ecosistemas e iniciativas de creación de “egosistemas”. Para explicar y entender esta diferencia, es clave profundizar en el concepto de *ecosistema*, que viene de la ecología y su estudio de la Naturaleza y las relaciones que se dan en ella. Los organismos se agrupan en poblaciones que se organizan en comunidades. Un ecosistema es algo más amplio que una comunidad, ya que incluye el entorno en el que esta se desenvuelve. En el estudio ecosistémico se profundiza en las relaciones de los agentes de una comunidad entre ellos y con su entorno.

Todo ecosistema (ecológico, emprendedor, de innovación) necesita una fuente de energía que lo mantenga vivo gracias a su transferencia entre sus componentes, también se sucede un movimiento continuo de los materiales que lo conforman, todo ello sucediendo en un ciclo cerrado, organizado y equilibrado que cumple con la primera ley de la termodinámica: “La energía no se crea ni se destruye, solo se transforma”.

Es importante comprender que al estudiar de los ecosistemas no le importan los seres vivos concretos que lo conforman, lo que realmente le interesa son las relaciones, los ciclos y flujos que se generan en su interior. Aquí radica la diferencia entre dinamizar ecosistemas o crear “egosistemas”.

Cualquier ecosistema (de emprendimiento o de innovación) del mundo que se considere maduro y sea referente no ha nacido de una manera ordenada, jerárquica y dirigida, más bien ha sido el resultado de la conjunción de una serie de fuerzas



y factores que le permitió llegar a lo que hoy es. Silicon Valley nació gracias a la carrera espacial que en los años 60 enfrentaba a Estados Unidos de Norteamérica con la Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas. Israel se convirtió en lo que es hoy por sus necesidades militares y agrícolas; y Estonia es considerado el país más emprendedor de Europa gracias a los esfuerzos realizados tras el éxito de Skype.

Para hablar de ecosistemas de innovación debemos primero consensuar la definición de *innovación*. Para Schumpeter es “todo aquello nuevo o cualquier (re)combinación de recursos y/o tecnologías existentes que tienen el potencial de generar rentas para el iniciador del proyecto”. Una forma más sencilla de describir *innovación* es “crear una nueva oferta de valor viable, factible y deseable”. Hablar de innovación es hablar de resultados, de éxitos, ya sean estos al interior de la empresa, en el mercado o en el ámbito social.

Por ello es importante visualizar que más que un ecosistema, lo que debería estructurarse es un sistema de

innovación al servicio de los diversos ecosistemas operativos en una ciudad, un país o una región. La siguiente es una serie de agentes de soporte que organizan y estructuran cuatro ámbitos clave para que la innovación surja: las fuentes, los resultados, las infraestructuras y las condiciones políticas, todos orbitando en torno a los agentes operadores que lograrán convertir una invención en una innovación, integrando y aglutinando factores humanos, sociales, materiales y financieros.



Innovar para competir: metodologías para fomentar la innovación



Pamela Argueta de Navarrete
Docente área de Mercadeo Utec

La competencia se incrementa día con día; y si antes las batallas en el mundo de los negocios se libraban en los campos del marketing, las ventas o las finanzas, ahora es la capacidad de innovación la que determinará la supervivencia de las empresas. Innovación no es creatividad, no es descubrimiento, no es invención... ¡Innovar es cambiar!

En la época actual se hace necesario aprender a desaprender, ya que se ha llegado al punto en el que han dejado de servir muchas de las ideas y modelos que funcionaron durante muchos años, antes de la digitalización de la economía y de las empresas. Ahora la transformación digital tiene que ser parte de la agenda de toda empresa que quiera ser protagonista del futuro. Como parte de ese proceso, para transformar una empresa en digital, es necesario utilizar metodologías novedosas que ayuden a fomentar precisamente la innovación. Se presentan algunas de ellas a continuación:

1. Design Thinking

Esta metodología centra su eficacia en entender y dar solución a las necesidades reales de las personas, cuando son consideradas como usuarias de un producto o clientes de una empresa; y se inspira en la forma en la que trabajan los diseñadores de producto, por lo que el objetivo, al utilizarla, es replicar cómo piensan los diseñadores. Independientemente del sector, el equipo de personas responsables de generar soluciones debe ser multidisciplinario, ello permitirá abordar el mismo problema desde distintas perspectivas mediante diferentes perfiles y experiencias. La pregunta que se ha de plantear es: “¿Qué problema necesita resolver esa persona o grupo de personas?”; y a partir de ahí se utilizan herramientas para observar, idear e implementar.

La metodología se empezó a desarrollar de forma teórica en los años 70 en la Universidad de Stanford, en California; y su primera aplicación en el ámbito empresarial la realizó la consultora de diseño Ideo, que se ha convertido en su principal precursora.

2. Lean Startup

La frase “fracasa rápido, fracasa pronto, pero, sobre todo, fracasa barato” podría ser un buen resumen del libro *Lean Startup*, escrito en 2011 por Eric Ries, tras analizar sus propios fracasos en el lanzamiento al mercado de *startups*. Esta metodología persigue crear compañías rentables y escalables reduciendo al mínimo el riesgo. ¿Y cómo lo hace? Apoyándose en tres herramientas: *Business Model Canvas*, *Customer Development* y *Agile Development*.

3. Kaizen

Kaizen es una metodología de mejora continua que destaca por ser aplicable en distintos ámbitos, como puede ser nuestra vida personal o social. *Kaizen* propone que no debe pasar un solo

día sin que se haya hecho alguna clase de mejora en estos dos campos y en el laboral; y se debe ser muy riguroso en el proceso, de forma que, cuando se encuentra un fallo o problema, hay que afrontarlo para resolverlo en lugar de evitarlo. Del mismo modo se aplica el método en la gestión y el desarrollo de los procesos de la empresa, enfatizando las necesidades de los clientes para reconocer y reducir los desperdicios y maximizar el resultado.

4. La estrategia del Océano azul

Esta estrategia fomenta abandonar los “océanos rojos” saturados por la competencia, dejar de un lado la lucha encarnizada con los competidores y crear nuevos nichos inexistentes en la actualidad o buscar los insatisfechos.

Los siguientes son cuatro principios básicos de la estrategia del Océano azul:

- Crear nuevos espacios para el consumo.
- Centrarse en la idea y no en las cifras.
- Ir más allá de la demanda existente.
- Asegurar la viabilidad de la propuesta y del modelo.

Un claro ejemplo de este método es el *Cirque du Soleil* (Circo del Sol): rompió todos los estereotipos al crear una nueva propuesta de números sin usar animales amaestrados, sin carpa y destinado solo para adultos.

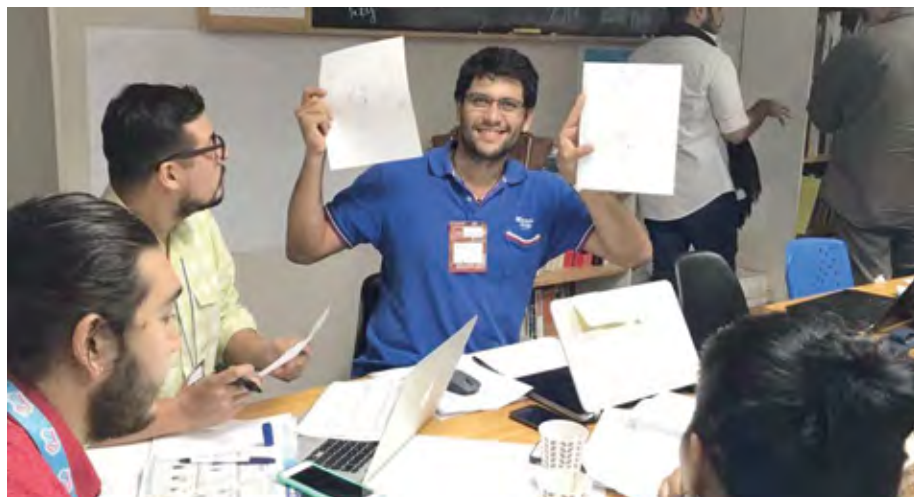
Lo que no se mide, no se puede mejorar; y lo que no se mejora, se acaba deteriorando. Actuar, medir, aprender y mejorar es el proceso que se debe seguir cuando se aplique cualquiera de las metodologías que se han mencionado en este artículo. Si se introduce un proceso de mejora continua en cada una de las metodologías de innovación, se aumentará su potencia, logrando que la empresa adopte una dinámica de superación que resultará muy beneficiosa no solo para el negocio de la empresa, sino también para la forma en la que los trabajadores afrontan el día a día en la empresa.



Espacios para la innovación

En la actualidad las pequeñas, medianas y grandes empresas cuentan con instituciones que les ayudan a impulsar más sus negocios, tal es el caso de las incubadoras de negocios. En esta nota conoceremos algunos detalles de su funcionamiento y cómo se puede aprovechar su asistencia para impulsar ideas innovadoras.

Michelle Cornejo
Redacción enlaces
Estudiante de Comunicaciones Utec



Como consecuencia de las necesidades que los emprendedores van teniendo, surge la creación de plataformas innovadoras para el desarrollo de sus negocios. Genéricamente, *innovación* es un término amplio, por el que se puede entender como acción de crear algo nuevo o mejorar lo que ya existe.

Desde el concepto de *agente catalizador* de seguimiento y empoderamiento para los emprendedores, nacen las incubadoras, es decir, herramientas para impulsar el nacimiento de empresas, pues ofrecen la asistencia necesaria para crecer. Una incubadora realiza el trabajo de facilitación y desarrollo de ideas de negocio.

En El Salvador existen dos incubadoras reconocidas a escala nacional e internacional: Yawal, que nació en el año 2015 con el objetivo de proporcionar al emprendedor una línea estratégica para el desarrollo de la idea de negocio y la participación accionaria; e Impact Hub San Salvador, que en mayo de 2017 dejó de ser Point, para enfocarse en el sistema de emprendimiento para la facilitación de tareas.

Los servicios que Yawal ofrece son de tres tipos: 1) de formación, por medio del que brinda talleres puntuales, capacitaciones en temas de diseño, procesos jurídicos, entre



otros, 2) de incubación, en el cual permite la maduración, desarrollo y evolución de una idea de negocio y 3) de servicio de acompañamiento, que básicamente consta en de la guía y acompañamiento al emprendedor en diferentes competencias para ganar un capital semilla.

Daniela Callejas, licenciada en Economía, que forma parte del equipo de asesores de Yawal, comenta que parte de las funciones que como incubadora realizan es la “dinamización de ideas, desarrollo de capacidades y habilidades en los emprendedores”.

En el caso de Impact Hub, ofrece espacios colaborativos e inspiradores para los emprendedores, como *co-working*, sala de reuniones, cafetería, comunidades locales de seguimiento, que son alianzas globales con diferentes empresas para proporcionar el apoyo al emprendedor con el propósito de concluir el laboratorio de formación, innovación e impacto con programas de apoyo para desarrollar de ideas de impacto y el crecimiento de negocios.

El gerente de Operaciones de Impact Hub San Salvador, José Roberto Duque, define que la incubadora es “un lugar con diferentes lugares de información”. Y agrega: “Somos un ecosistema de emprendimientos y empresas”.

A la fecha, Impact Hub ha asesorado a 50 emprendedores y realizado prototipos de 15 ideas de negocio a escala

mundial. Esta red de incubación cuenta con más de 15 mil miembros, donde la filosofía empresarial y la esencia de trabajo se complementan; porque busca gestar un plan para el crecimiento de una idea sostenible de negocio.

Yawal fue fundada por Ulises y Patricia, esposos de nacionalidad española; junto con ellos trabaja un equipo de profesionales para ofrecer asesoría de calidad. Impact Hub está constituida por seis fundadores, que a la vez son empresarios que poseen la experiencia vivida desde sus inicios como emprendedores y la actual como empresarios.

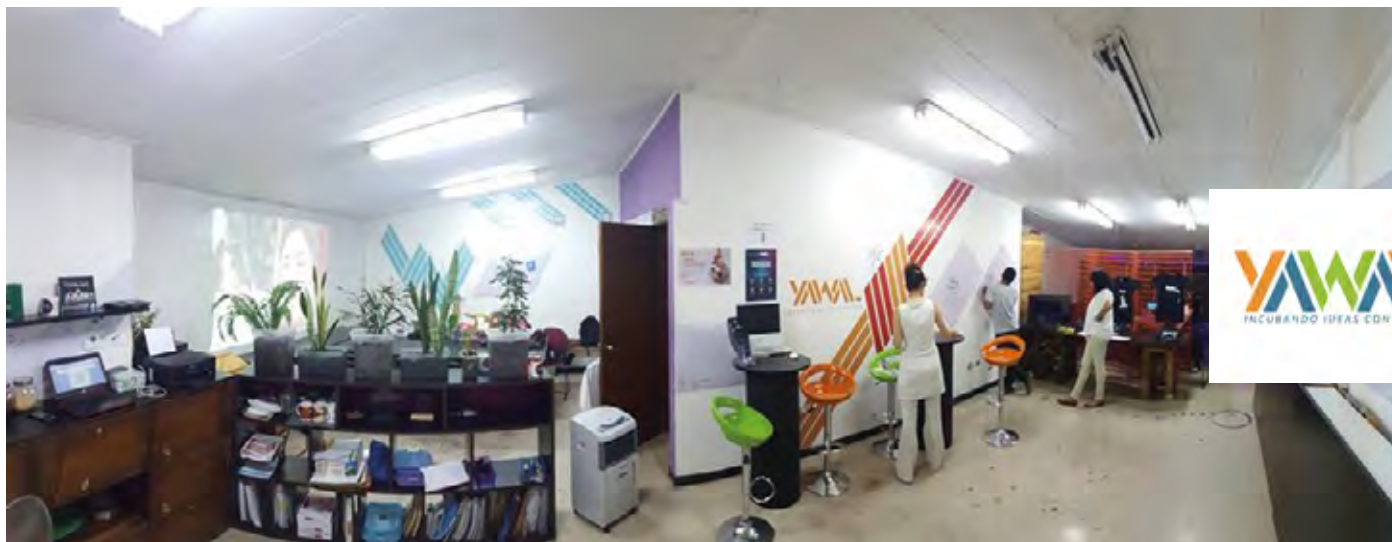
Es importante destacar que la forma de trabajo de las incubadoras está ligado con el aceleramiento del ecosistema de trabajo para lograr el crecimiento del negocio. Pero ¿qué tipo de emprendimientos puede acercarse a las incubadoras? Si fuese el caso de Yawal, busca principalmente guiar a los emprendimientos sociales e innovadores que marquen la diferencia en el común denominador. Entre los emprendimientos que han asesorado están Cktes, que es una empresa de diseño y elaboración de placas electrónicas, y FactoryLab, un emprendimiento que elabora prótesis en el país.

Impact Hub asesora emprendimientos de acuerdo al escalamiento y potencial, la innovación, creatividad y el impacto social son parte de las características de los emprendimientos que normalmente asesoran. Sin embargo, Duque menciona que han trabajado con grandes empresas como Holcim y Banco Agrícola.

Parte de las características de éxito de estas herramientas aceleradoras de negocios son las alianzas estratégicas y de gestión que realizan con diferentes fundaciones, ministerios y cooperadores internacionales.

Emprendedores transformacionales y dinámicos están cambiando el mundo con negocios innovadores, además, en nuestro país existen otras incubadoras. Tales son los casos de Guífame, de la Fundación Empresarial para el Desarrollo Educativo, y Germina, de la Universidad *Francisco Gavidia*.

Avances en el ámbito empresarial, como la creación de atmósferas empresariales, son las que permiten fortalecer las pequeñas, medianas y grandes empresas, que a largo plazo contribuyen al desarrollo económico del país.



Weirdo activewear: ‘sinónimo’ de estilo original



Weirdo Activewear es una marca de ropa deportiva en El Salvador que se está posicionando con prendas multifuncionales para practicar deporte de una manera cómoda y con estilo.

Michelle Cornejo
Redacción enlaces
Estudiante de Comunicaciones Utec

Weirdo nació por la inclinación hacia la moda y el emprendimiento de Eugenia Folgar (31), quien es la creadora y fundadora de esta marca de ropa deportiva; además es licenciada en Diseño Gráfico.

Folgar siempre mostró interés por el diseño textil. Durante el 2011 trabajó para una empresa privada del sector textil, para la cual diseñó diferentes piezas de ropa y aprendió sobre la industria, de la que se enamoró. Para ella, haber llegado a una empresa de ese tipo marcó el punto de inicio para convencerse de que debía emprender y crear algo diferente. Fue así que diseñó la primera prenda deportiva: la bandana tubular multifuncional, una pieza de tela parecida a una pañoleta, con la diferencia de que esta tiene forma cilíndrica y es usada como accesorio para hacer ejercicio.

Básicamente, esta pieza era un prototipo para conocer la recepción del producto. “Probé el mercado vendiendo a los chicos de la universidad; y la percepción fue buena” —cuenta Folgar—. Después de esa primera venta, empezó el diseño de más piezas.

Tras seis años de trabajar en la fábrica de textiles, Eugenia renunció y decidió dedicarse a cumplir su sueño, el cual estaba tomando forma con la venta de las bandanas que hacía mediante entregas en centros comerciales. Luego el emprendimiento pasó a formar parte de las marcas expuestas en El Mercadito.

La diseñadora recuerda que muchos conocidos le decían: “Eugenia, has validado un producto con el mínimo recurso”, refiriéndose a la bandana, que hoy en día es el producto estrella de la marca y es usado por muchos salvadoreños que practican deporte.

Tropicalizar prendas bajo las exigencias, gustos, colores y preferencias del mercado ha sido el éxito de Weirdo Activewear, además, las recomendaciones que hacen los clientes a amigos y allegados a impulsado el crecimiento internacional de la marca, porque el diseño personalizado es una de las fortalezas de Weirdo.

La diseñadora explica que las prendas muestran características auténticas, basadas en diseños exclusivos, estampados con formas, tejidos especiales, trabajado en vinilo textil, corte láser, logrando acabados *premium*, que buscan empoderar y transmitir energía y, a la vez, su diseño es multifuncional, es decir,



que pueden ser usadas para la práctica deportiva o formar parte del *outfit* diario. La materia prima es importada y procesada cien por ciento por manos salvadoreñas.

El emprendimiento busca ser una comunidad, logrando el bien común; genera empleo para chicas que trabajan en el área de la confección, mientras que Folgar atiende las de desarrollo de nuevos diseños, atención al cliente y ventas.

“Ser diferente es parte de nuestro estilo y esencia de marca”, sostiene Folgar, quien es una mujer joven y emprendedora, que vive consintiendo los exigentes gustos de sus clientes, que se apegan cada vez más a las tendencias de la moda internacional; por tal razón, parte de las actividades diarias que tiene que realizar es estar pendiente de lo que hacen o dicen los expertos de la moda.

Además comenta que se maravilla cada vez que tiene la oportunidad de participar en charlas con estudiantes, porque busca motivar; al explicar la forma en que ella empezó a emprender con la comercialización

de una pequeña prenda, que le sirvió para lograr inyectarle capital al negocio, crecer en el mercado y crear oportunidades para emprendedores.

Folgar ha cosechado éxitos en diferentes participaciones, como en el “Congreso Internacional Emprendedores” de la Escuela Superior de Economía y Negocios, donde ganó el tercer lugar en 2016; y dentro de los reconocimientos, están EO Entrepreneurs’ Organization El Salvador 2017; “Jóvenes Pioneros”, de la Embajada de los Estados Unidos, en 2017, entre otros.

La marca inició con un producto, hoy es una línea completa en prendas: *strappy bra*, *leggings*, viseras, sudaderas, *jackets*, *shorts*, bajo diferentes conceptos. Las prendas deportivas son diseñadas para la práctica de ciclismo, *crossfit*, atletismo, *aerobic* y otras; estas pueden ser adquiridas en Hecho en Casa, Almacenes Siman, El

Mercadito y al solicitarlas por servicio de entregas.

La cultura del consumo internacional representa, para Folgar, un gran reto, sin embargo, se muestra segura de poder romper barreras y motivar al salvadoreño a consumir lo hecho aquí. A largo plazo, espera tener sus propias tiendas “Weirdo” para ofrecer ahí prendas y accesorios deportivos para hombres y mujeres.

Los proyectos que ella espera lograr los menciona como parte de su plan de vida, porque ya es un sueño hecho realidad tener su propia marca de ropa deportiva.



Innovación en educación

En la siguiente nota se presentan tres emprendimientos, de diferentes países, enfocados en el área educativa; que se muestran como nuevos modelos de negocios, impulsando la competitividad. Impct es liderado por un joven salvadoreño que ha logrado romper esquemas, priorizando la estimulación temprana en los niños.

Michelle Cornejo
Redacción enlaces
Estudiante de comunicaciones Utec

Andrés Escobar ejecuta el proyecto Impct, impulsando la educación temprana en los niños mediante actividades que pueden ser aplicadas desde el nacimiento hasta los seis o siete años de edad, además tiene como visión generar un impacto social en las comunidades más necesitadas de El Salvador y de otros países.

El proyecto nació cuando Escobar y sus compañeros Taylor (canadiense),

An-Nung (taiwanés) y Juan Diego (hondureño) estudiaban un máster en Administración de Empresas en Taiwán y buscaron participar en la competencia de modelos de negocio para la solución de problemáticas sociales *Hult Prize*, edición 2015.

En esa ocasión la competición consistía en crear empresas sociales sostenibles que atacaran la deficiente educación temprana. Bajo una prueba

piloto, los cuatro jóvenes viajaron a El Salvador a construir una escuelita en la comunidad La Cuchilla, Antiguo Cuscatlán. Dicha prueba les permitió ver las fortalezas del proyecto, lo que les sirvió para coronarse en el primer lugar de la competencia y ganar un millón de dólares.

Prácticamente, Impct trabaja implementando la construcción de pequeñas guarderías (*playcares*) en zonas empresariales o dentro de alguna fábrica con el objetivo de que los hijos de los empleados reciban educación inicial y desarrollo de habilidades mentales.

Escobar menciona que enfocó su proyecto, primeramente, en El Salvador; por las necesidades que sufren las comunidades en lo relacionado con la educación y porque las empresas privadas pueden unirse al deseo de transformación de la sociedad. Es por ello que Impct actualmente busca apoyar a las madres solteras por medio de la empresa privada, con la facilitación y capacitación en educación temprana en espacios adecuados que son subsidiados por dichas empresas.

El proyecto se sostiene con la exportación de café salvadoreño hacia el continente asiático; allá es vendido en diferentes tiendas, luego las ganancias generadas por las ventas regresa a El Salvador para invertir las en el desarrollo de Impct.

Desde el 2015, Impct, mediante los espacios para el desarrollo infantil, está cambiando miles de vidas de niños de América Latina, África y Asia. En la actualidad cuentan con *playcares* en Taiwán; Villa Mercedes, Guatemala; Ciudad del Cabo, Sudáfrica, y El Salvador. El joven emprendedor comparte que el método Montessori es el mejor para la educación temprana, por ello trabajan con ese.

El sueño de estos jóvenes emprendedores es ver solidificado Impct, con la ayuda de la empresa privada, ya que están convencidos de que “darles educación a los niños es responsabilidad de todos”. Por tal razón, invitan al sector privado a unirse al desarrollo de la niñez, formando parte de este emprendimiento social.

Escobar se muestra favorable con las “personas realmente humanas” que han logrado poner ‘un granito de arena’ para la educación temprana; considera que las empresas pueden integrarse, con responsabilidad social, en la construcción de *playcares* o comprando *Impct Coffee For The Future*, que es la marca de café que busca transformar el futuro de muchos niños.

La experiencia de otros países

Laboratoria es un emprendimiento social que inició en México con el objetivo de apoyar el crecimiento profesional de mujeres, ofreciéndoles una carrera tecnológica en programación, para que mejoraran sus ingresos, su calidad de vida y así lograr un impacto positivo en las familias y comunidades.

La duración del programa es de seis meses, en los que siguen un curso intensivo de programación presencial que les permite iniciar una carrera tecnológica, luego pasan a formar parte de la Red de Egresadas internacionales,

mediante la cual siguen aprendiendo y creciendo junto con Laboratorio y a otras egresadas.

Este programa tiene cuatro años cambiando la vida de mujeres. Según los datos de la última promoción que se graduó publicados en <http://laboratoria.la>, el 80 % de las *coders* consiguió empleo. Este emprendimiento tiene presencia en Lima y Arequipa, Perú, Ciudad de México y Santiago de Chile.

El próximo emprendimiento, Edupol, tuvo origen en Brasil, y actualmente está presente en Colombia; lleva programas académicos de alta calidad a todas las regiones de los países donde opera, brindando la oportunidad de acceso a la información y al conocimiento.

Edupol realiza convenios con empresas y universidades para llevar educación superior a la población que no tiene acceso a grandes universidades por motivos económicos. Cada zona cuenta con un centro de apoyo, que está dotado del recurso humano y tecnológico especializado para el desarrollo de aptitudes.

Los docentes imparten las clases de forma virtual; todos los estudiantes cuentan con material didáctico y tienen acceso a aulas virtuales donde podrán ver las teleclases e interactuar con sus docentes. Edupol pretende ser una marca *aspiracional* mediante el fortalecimiento de saberes y el incremento de graduados.

Estos emprendimientos están apostando e innovando constantemente en la educación para incrementar la competitividad en las personas que viven en condiciones económicas desfavorables, demostrando así que la mejor forma de que los países superen la pobreza es con la educación continua.



Innovación | Revolución

La innovación es un tema de moda en la actualidad. Muchos desean ir a la vanguardia sin darse cuenta de que no se trata solamente de nuevos programas, aplicaciones para smartphones, inteligencia artificial, carros voladores y otros productos que generan asombro.



Claudia E. López
Analista Institucional, Utec

La innovación es renovarse, es reaprender, es alcanzar otros esquemas que jamás hemos pensando anteriormente, que pueden ser dentro o fuera del campo tecnológico. Pensémoslo. Una receta nueva, un nuevo método de resolver un problema y hasta una nueva manera de amarrarse las cintas de los zapatos, aunque suene redundante, implican *innovación*, lo que significa abandonar viejos patrones y buscar mejores respuestas y soluciones para un estilo de vida más pleno, más práctico y elevado.

En la actualidad, el dron (aeronave no tripulada) se mantiene en la lista de los inventos innovadores. Sin embargo, existen muchos niveles en relación con este invento único. Advirtámoslo. Está el aparato en sí mismo. Luego, como segundo nivel innovador, los diversos usos y sus acciones designadas. Su origen fue como herramienta de uso militar, y después se aplicó en la seguridad civil. Actualmente los drones se han movilizad desde la industria del entretenimiento y del esparcimiento, de servir como medio para la entrega de medicamentos a áreas de difícil acceso y para salvar vidas, localizar y atacar incendios hasta para hacer entregas comerciales. Podría ser quizás un tercer nivel de innovación el uso del dron como un satélite de comunicaciones interestelar. ¿Acaso no podría un dron ser un 'guardaespalda personal' que solamente se involucre cuando es necesario defender a su protegido? El nuevo



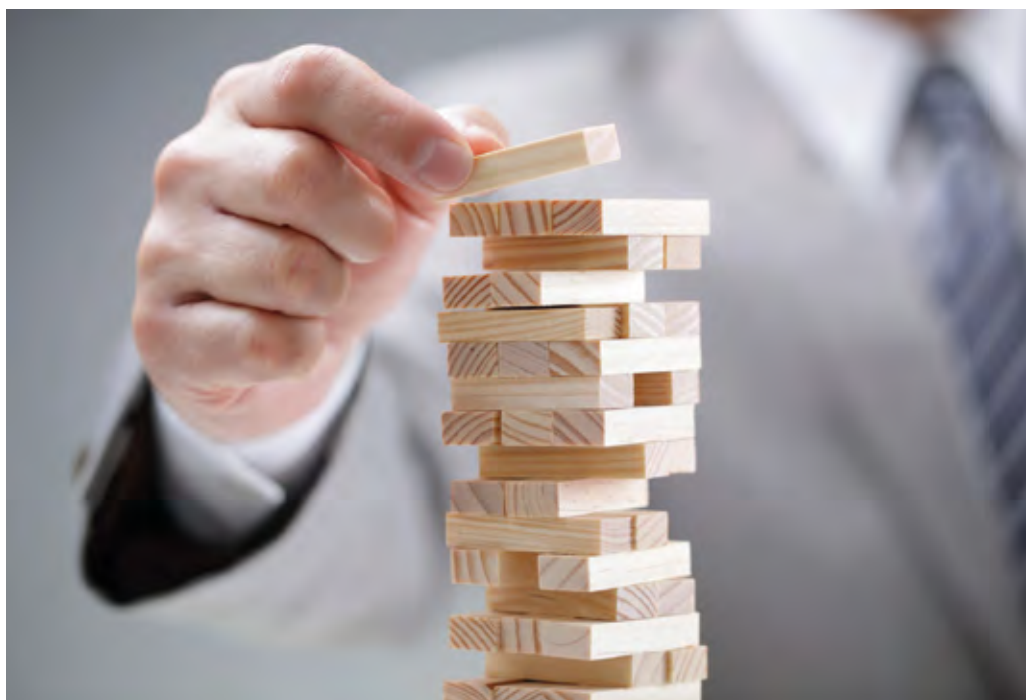
Evolución

equipo SWAT de rescate de rehenes. Las posibilidades son múltiples y son definidas por las necesidades de las personas; y por la creatividad que cada innovador logra hacer realidad.

Detengámonos un momento y estudiemos algunos de los aspectos de la innovación. Empecemos por la capacidad de *democratización* absoluta de la innovación. Pensémoslo ahora. Todos pueden crear un producto extraordinario partiendo solo de una sencilla idea. Consideremos este punto al presentar a Olivia Hallissey, de 16 años, quien desarrolló un testeo reactivo para detectar la fiebre hemorrágica del Ébola, cambiando su color al ponerse en contacto con la sangre del paciente. El método solo tarda 30 minutos, es sencillo de aplicar, transportable y de bajo costo. Por otra parte, las incubadoras de bajo costo Embrace, que mantienen a los bebés recién nacidos a temperaturas óptimas, son una solución al caro equipo hospitalario y a la falta de electricidad en los países en vías de desarrollo. Esto nos lleva a otra de las características de la innovación: la *sensibilidad*.

Algunos no solo notan el “problema”, sino toman en sus manos el asunto hasta darle una solución. La innovación también generara una *fuerza catalizadora*. Muchos se refieren al Valle del Silicio como el paraíso de la innovación; y en realidad uno de tantos. Pero, al visitar patreon.com, la plataforma recolectora de fondos para innovaciones y proyectos, es increíble cómo muchos desean ver hecho realidad productos, ideas, soluciones y alternativas.

El ser humano se maravilla ante el ingenio innovativo queriendo ser parte del motor al éxito. Es por ello que se han creado comunidades de fondeadores particulares. La innovación es también un disruptor social. Este aspecto es un poco efervescente. Por ejemplo, la comunidad de taxistas no se encuentra feliz con Uber, empresa



internacional que proporciona a sus clientes una red de transporte privado de bajo costo. No obstante, los clientes se encuentran complacidos con el servicio ofrecido por esta nueva alternativa, que dispone de un parque vehicular nuevo y un servicio amable. Lo mismo se puede decir de airbnb, empresa y una plataforma de *software*, también alternativa, dedicada a la oferta de alojamientos a particulares y turistas. Estos negocios innovadores han puesto a correr a los tradicionales. Las anteriores representan solo algunas de las aristas de la innovación.

En nuestros tiempos, una virtud grande de la innovación es el poder; con cierta facilidad, crear soluciones a los problemas de la población. El pensar que ya algunos bebés cuentan con incubadoras, a pesar de haber nacido en un país de escasos recursos, es esperanzador. Saber que una adolescente de 16 años logra bajar los costos para

hacer de forma sencilla el testeo de un mal tan mortal es realmente asombroso. El notar que hay pajillas (LifeStraw) que actúan como filtros, dando acceso a comunidades al agua potable es grandioso. El advertir que comunidades, personas, empresas e instituciones colaboran conjuntamente para dar respuestas a nuestras necesidades básicas es inspirador.

Los aspectos de mayor impacto de la innovación es facilitar la vida y tratar de unir a la raza humana, ya sea asombrándonos con el programa de SpaceX y Tesla o evadiendo el tráfico con Waze. Todos podemos ser innovadores, creadores de ideas y arquitectos de un mejor futuro.

Por el camino de la innovación simple



Las empresas deben iniciar sus procesos de innovación con ideas simples y fáciles de desarrollar y que tengan una clara aplicación en el mercado.



Juan Camilo Quintero Medina
Gerente de Innovación y Emprendimiento
Gerente Seccional Antioquia
Asociación Nacional de Empresarios de Colombia

Por mucho tiempo se ha tenido la creencia de que la innovación está asociada con la complejidad. Existen innovaciones muy complejas basadas en la frontera del conocimiento, que para llegar a ellas toma mucho tiempo, riesgo y dinero. La realidad es que la mayor parte de las innovaciones se dan en el día a día, en la interacción con otras personas, visitando ferias, hablando con los clientes, observando el mercado, identificando un problema, observando un proceso en la empresa de manera diferente, en fin, muchas innovaciones surgen de procesos simples y cotidianos.

Tradicionalmente se han presentado los casos de éxito de reconocidas compañías que logran innovaciones debido a grandes inversiones de dinero,

equipos muy robustos y laboratorios. Sectores como el farmacéutico, automotor o inclusive el de tecnología se caracterizan por ello, y durante períodos muy largos de investigación y desarrollo logran llegar al mercado con novedades que impactan a los usuarios; unas veces de manera positiva, y otras, no. Un ejemplo de esto es el *smartphone* Samsung Galaxy Note S7, que tuvo que ser retirado del mercado por fallas en su

batería. O, de modo positivo, están los casos de Apple, con el iPhone, iTunes, Mac, etc.; Sony, con el Walkman; Tesla, con sus vehículos eléctricos, que son productos innovadores e inspiradores, pero no necesariamente comunes. Más bien son extraordinarios.

Latinoamérica cuenta con gente muy creativa y recursiva con capacidad de solución de retos que están buscando espacio para desatar toda clase de ideas en las empresas; personas que trabajan en organizaciones, consultores, asesores, investigadores, que están a la espera de una oportunidad para desencadenar procesos de innovación simples en los negocios. Las empresas deben iniciar sus procesos de innovación con ideas simples y fáciles de desarrollar y que tengan una clara aplicación en el mercado. Muchas de estas pueden ser de procesos internos, el producto o servicio de la estrategia, la estructura o la forma de relacionarse con el ecosistema de innovación, entre otros. Se necesita que en este continente muchas empresas inicien su camino hacia la innovación. La inspiración debe partir de los casos propios.

Analizar a las empresas que hoy están innovando en Latinoamérica puede ayudar a entender que hoy día

la innovación está sucediendo en la región, que logra impactar, que genera beneficios, y no necesariamente con inversiones multimillonarias.

La receta perfecta para volverse innovador no está dada, pero un elemento clave es conectarse con empresas que ya lo están haciendo, aprender de ellos e inspirarse en casos locales y, por qué no, internacionales, abordándolos desde una visión poco compleja.

La innovación se hace simple cuando:

- Es colaborativa.
- Incluye a diferentes grupos de personas dentro de la empresa.
- Se concibe con diferentes actores.
- Nace basada en las capacidades y el complemento de los diferentes actores.

- Se concibe desde el porqué y el para qué.
- Se hace de forma diferente a la tradicional para obtener mayores resultados.
- La innovación nace desde la raíz, o los fundamentos, haciendo que esta sea inspiradora y que lleve a la acción.
- Genera confianza e inspira a la gente para ser parte de la causa.



El precio de la innovación

La idea de innovar es atractiva para todos: agencias y anunciantes. Sin embargo, lograrlo no es tan simple porque innovar es un proceso complejo, y a esta complejidad se suma la confusión que rodea al término en sí. Hace varios años que la palabra innovación es un buzzword, y aun así no existe un consenso en cuanto a su significado, evitando que se generen discusiones relevantes en torno al tema.

Leandro Lavizzari
Director General Creativo de FCB Crea El Salvador

La compañía de *software* Japan Innovation Network define a la innovación como el proceso donde personas crean valor mediante la implementación de nuevas ideas. Esta definición resulta relevante porque, a diferencia de otras, coloca a las personas en el centro del proceso (personas que piensan ideas + personas que las implementan = valor), y, por ende, reconoce su complejidad, ya que las mismas personas pueden convertirse en sus principales obstáculos.

Aunque parezca contradictorio, en la industria publicitaria las nuevas ideas pelean constantemente con las ideas que funcionan. Según estudios, se tiene una tendencia natural a preferir lo “seguro” ante situaciones de incertidumbre, por baja que esta sea, y como resultado se rechazan ideas nuevas y creativas. Sin embargo, en la industria de la



publicidad la incertidumbre es un factor de todos los días; puede presentarse en forma de un alto presupuesto de campaña que exige resultados seguros, de expectativas de venta poco realistas, o como la reacción del público frente a un tema controversial. Ante tales desafíos es fácil preguntarse qué sentido tiene arriesgar si ya se conoce lo que funciona. Sin embargo, innovar es, hoy más que nunca, una decisión estratégica para cualquier marca que quiera mantenerse relevante en el mercado competitivo.

Qué es innovación en la publicidad

En primer lugar, antes de pensar en *innovación*, se debe entender que en nuestro tiempo la relación con el público cambia constante y rápidamente. Antes se intentaba llegar al consumidor resaltando los atributos del producto, pero ahora la relación pasa por algo más que una transacción de compra-venta. Hoy los públicos se encuentran mucho más informados y son más críticos, por lo que es necesario promocionar valores, y no solo productos, para construir una relación de confianza y generar identificación.

En segundo lugar, innovar también es ser un miembro activo de la comunidad y ofrecer soluciones relevantes, es decir, lograr que las acciones de las marcas reflejen sus valores y ofrezcan beneficios reales a problemas que afectan a sus usuarios.

En un contexto económico como el actual, innovar también es sinónimo de

optimización de recursos; pero no siempre lo es de una gran inversión monetaria. Por ejemplo, Steve Jobs explicaba que Apple desarrolló la MAC invirtiendo cien veces menos de lo que IBM gastaba en investigación y desarrollo. No es un tema de cantidad, sino de la gente con la que se trabaja.

Finalmente, ya no alcanza con ejecutar estrategias que involucren acciones en plataformas sociales o digitales. La innovación tiene que ser entendida como un proceso que empieza con ideas, cuya implementación genera valor. Todo empieza con una forma de pensar diferente.

Actualmente las agencias de publicidad más importantes del mundo cuentan con departamentos de innovación, dentro de sus estructuras, formados por personas que vienen de diferentes disciplinas, muchas veces, ajenas a la publicidad tradicional. En general, la industria publicitaria ha adoptado a la innovación como filosofía. Esto se refleja en sus instituciones, como en el Festival de Cannes Lions, donde se destacan cada vez más las ideas que involucran un pensamiento diferente, tecnología y resolución de problemas sociales.

Hace varios años, el festival cuenta con una categoría denominada *Lions Innovation*. En la última entrega, la presidente del jurado en esta categoría fue Susan Lyne (presidenta y *managing partner* de BBG Ventures), que definió las siguientes preguntas para evaluar los proyectos: ¿Es esto realmente nuevo? ¿Es una idea que sea genuinamente innovadora? ¿Es algo que parece abrir un nuevo mundo?

Estos cuestionamientos también podrían servir para entender si la industria publicitaria está innovando, si está en la búsqueda de marcar un camino diferente. Sobre todo, teniendo en cuenta que toda innovación surge de personas dispuestas a cambiar la forma tradicional de hacer las cosas para volver a empezar. Siempre intentando relacionar el contexto social y con los nuevos paradigmas, pero sin perder el foco en lo que de verdad importa: las relaciones, la empatía.

Los cerebros de la industria publicitaria deben replantearse su relación con la innovación y comprender que para pensar diferente hay que crear lugares libres de incertidumbre. Tanto las agencias como sus socios estratégicos tienen la obligación de generar espacios donde el riesgo sea aceptado y el error no sea un pecado. La innovación no empieza por sí sola, la gente hace que suceda; y el único camino para conseguirla es mediante las personas.

“Hoy la innovación está en boca de todos. Sin embargo, es importante detenerse a entender qué se busca cuando se habla de ella, y, sobre todo, analizar si la industria publicitaria está dispuesta a cambiar sus formas de pensar y de trabajar para alcanzar nuevos objetivos y resultados innovadores.”

Parques tecnológicos: desarrollo económico a partir de la innovación

La constante irrupción de nuevos conocimientos y tecnologías ha provocado una vorágine de cambios que afectan todos los ámbitos de la actividad humana, al transformar la manera en que las personas trabajan, socializan, aprenden, consumen, se comunican y divierten.



José Alonso Huerta Cruz
Presidente de la Red Nacional de Consejos y Organismos de Ciencia y Tecnología en México
Director del Parque Científico y Tecnológico de Hidalgo
Director General del Consejo de Ciencia, Tecnología e Innovación de Hidalgo

Por ello a la era actual se le ha denominado como “la era del conocimiento”, precisamente por ser este atributo el que describe de mejor forma a una sociedad capaz de generar, apropiarse y utilizar al conocimiento para resolver los retos a los que se enfrenta e impulsar su propio desarrollo.

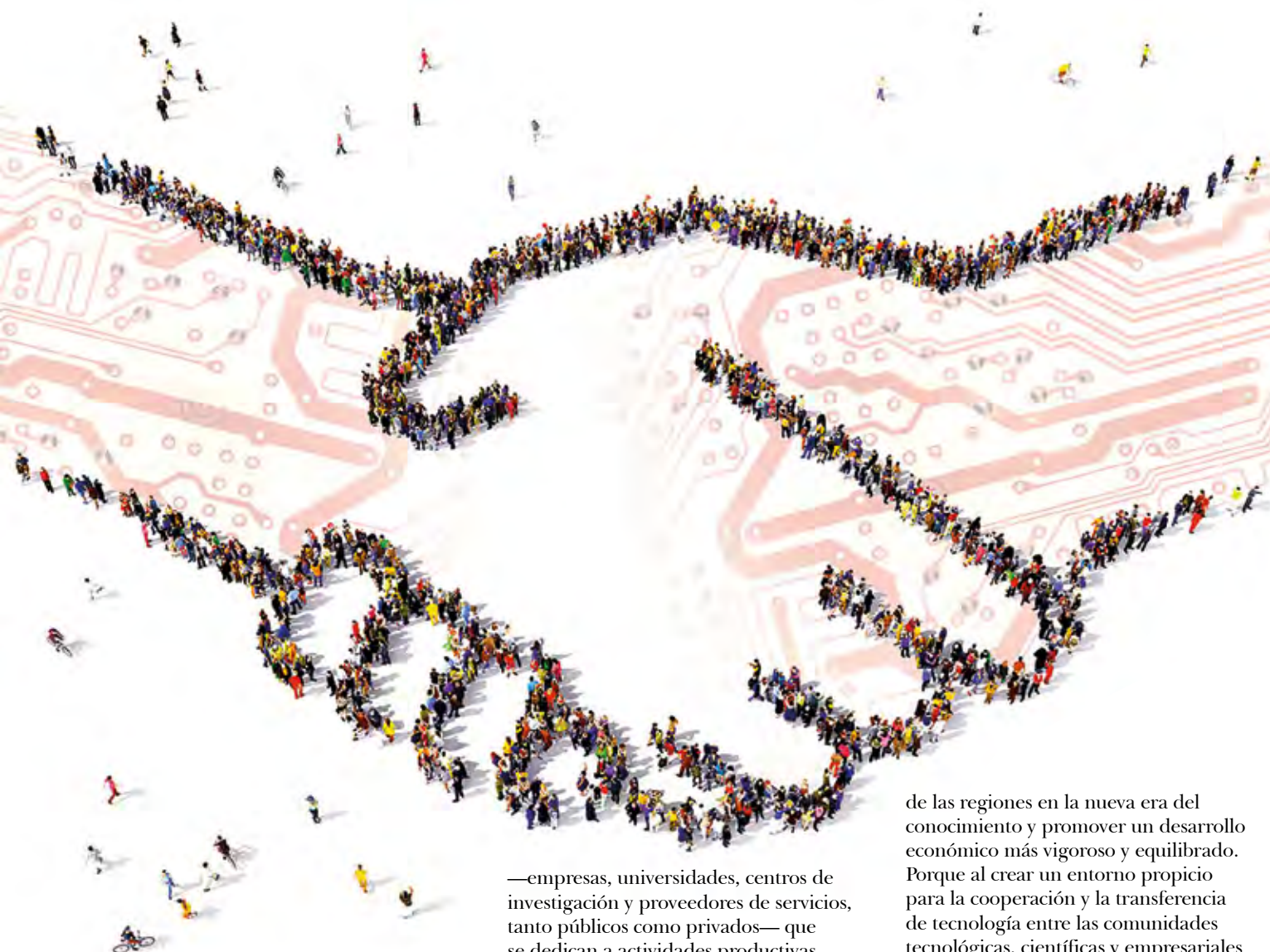
La actividad económica también ha sido fuertemente impactada por este proceso, por lo que en la actualidad la generación de riqueza se encuentra mucho más vinculada con la capacidad para generar innovaciones tecnológicas que a la existencia de otros factores, antes fundamentales, como el acceso a ciertos recursos naturales, a capital financiero o a una determinada fuerza laboral.

La relación entre en el desarrollo tecnológico y el crecimiento económico se explica fundamentalmente por el

enorme potencial que tiene la tecnología para elevar considerablemente los niveles de productividad de casi cualquier actividad. Por citar un ejemplo, los Estados Unidos lograron duplicar su tasa global de productividad en tan solo diez años, como resultado de la intensiva integración tecnológica que se dio en su economía durante la década de los noventa.

No obstante, la adopción de estas nuevas tecnologías no se ha dado de manera uniforme, creando una brecha importante entre aquellas regiones que generan riqueza a partir de modelos económicos basados en el trabajo y aquellas que lo hacen basados en el conocimiento. Por ello se requiere de nuevas políticas y acciones que faciliten y aceleren su plena inserción en la nueva economía del conocimiento.





Así, las regiones que quieran aprovechar este nuevo paradigma deben necesariamente fortalecer sus procesos de desarrollo científico y tecnológico, asociándolos estrechamente a la actividad productiva que se realiza en su entorno económico. El objetivo de esta vinculación es el de formar un círculo virtuoso que le permita a las empresas incrementar su competitividad al disponer de tecnología de punta, al mismo tiempo que a los centros de investigación les posibilite rentabilizar su actividad mediante la comercialización de las innovaciones que genera.

Un modelo que ha probado ser eficaz en la articulación de estos actores es el de los parques tecnológicos, el cual sigue la línea de éxito marcada hace algunas décadas con el surgimiento de los parques industriales. Un parque tecnológico generalmente está integrado por una serie de agentes

—empresas, universidades, centros de investigación y proveedores de servicios, tanto públicos como privados— que se dedican a actividades productivas vinculadas entre sí y que se caracterizan fundamentalmente por hacer un uso intensivo del conocimiento y la tecnología.

Al igual que los parques industriales y que otros modelos de articulación productiva basados en la generación de clústeres o conglomerados estratégicos, los parques tecnológicos parten de la premisa de que la convivencia que les brinda la cercanía geográfica a estos actores, indefectiblemente, resulta en una mejor articulación de sus actividades productivas. Diversas experiencias alrededor del mundo han demostrado el éxito de este modelo en la conformación de una nueva cultura de colaboración que sustenta los procesos de innovación y de desarrollo regional.

Por todos estos efectos es que la necesidad de impulsar la creación de parques tecnológicos adquiere una mayor trascendencia para la inserción

de las regiones en la nueva era del conocimiento y promover un desarrollo económico más vigoroso y equilibrado. Porque al crear un entorno propicio para la cooperación y la transferencia de tecnología entre las comunidades tecnológicas, científicas y empresariales se potencian las oportunidades para ir transformando el perfil tecnológico de las empresas que forman una economía. De tal modo que, a la par de aumentar el grado de tecnificación de las actividades productivas, también se incrementa la productividad, la competitividad, la generación de riqueza y el bienestar de todos sus integrantes, si partimos de que la innovación es el punto donde convergen las fuerzas creadas, por un lado, por la demanda existente en el mercado de nuevos y mejores productos, y, por otro, por la oferta de nuevas tecnologías creadas por los procesos de investigación y desarrollo.

A manera de conclusión, se puede afirmar que el parque tecnológico es, sin lugar a dudas, el espacio más propicio para detonar la innovación al reunir, en un mismo lugar, al integrar a quienes perciben la demanda del mercado y a quienes crean la oferta tecnológica.

Emprendedores sobresalientes en innovación

El comercio internacional crece a pasos agigantados. Según la Organización Mundial del Comercio (WTO, por sus siglas en inglés), el comercio de bienes y servicios en 2014 duplicó el del 2005, alcanzando la cifra de 19 mil millones de dólares en mercancías y 5 mil millones en servicios. Las tendencias en 2017, y a futuro, presentan tendencias similares.

Michelle Cornejo
Redacción enlaces
Estudiante de Comunicaciones Utec

Estamos en la era tecnológica, donde la innovación forma parte del día a día del ser humano. En la actualidad, un emprendedor que desea desarrollar una idea de negocio sostenible debe asegurarse de que está supliendo, mediante un producto o servicio, las necesidades del mercado. A continuación se presentan historias de emprendedores sobresalientes en innovación.

Cktes

El primer emprendimiento es por iniciativa de cuatro emprendedores *millennials* (sus edades rondan entre los 20 y 25 años). Miguel Beltrán, Alexis Melgar, Kevin Álvarez y Moisés Salala son un grupo de amigos, profesionales y socios que fundaron Cktes, una pequeña empresa de manufacturación de placas electrónicas libres de ácido, es decir, que durante su proceso de elaboración no utilizan materiales químicos para que su proceso sea amigable con el medio ambiente.

La idea de negocio de los jóvenes surgió a raíz de la oportunidad para participar en el programa Innova Emprende 2015, que es impulsado por el Ministerio de Economía. Antes de eso, ellos habían tenido aspiración de un negocio, “Hagamos la cabuda”, menciona Kevin al recordar que la venta



de memorias USB les sirvió como fuente de ingresos.

“Nos inscribimos en el concurso y debíamos presentar una idea de

negocio innovadora que impactara. Al reunirnos para asentar las bases, todo fue mucho más fácil, porque cada uno tenía experiencia en áreas afines” —explican.

Que Miguel y Moisés hayan descubierto la necesidad de una empresa que elaborara placas electrónicas especializadas “fue la semilla” para la unión de aptitudes, experiencias y conocimientos de los emprendedores, lo que les permitió ganar un financiamiento para el desarrollo de la idea de negocio.

Actualmente ofrecen dos servicios: el primero enfocado en el servicio de asesoría o consultoría de desarrollo de circuitos electrónico, y el segundo, relacionado con el proceso de manufacturación de las placas especializadas, de acuerdo con la necesidad del cliente.

Conseguir la materia prima para la elaboración de placas ha representado retos para el grupo. Sin embargo, buscan diversificar el mercado y la educación electrónica con el uso de nuevas tecnologías y dando oportunidades de pasantías dentro de la empresa a otros jóvenes salvadoreños, respectivamente.

Standut skills

Es un emprendimiento educativo que busca desarrollar habilidades en los niños mediante el Centro de Tutorías Personalizadas. La idea nació gracias a Roxana de Reyes, pues la experiencia como madre le permitió ver la necesidad de una atmósfera para el desarrollo de la niñez.

La emprendedora encontró debilidades de análisis en los jóvenes de hoy en día; y considera que la forma de cambiar ese patrón es con la explotación y desarrollo de habilidades en los niños. Con ese objetivo emprende Standutskills, que nació en 2016 y cuenta con tres instructoras especializadas en materia educativa.

Virtudes, interacción social, terapias de lenguaje, lecto-escritura y matemáticas forman parte de los elementos que trabaja y desarrolla el emprendimiento en niños a partir de los dos años. Los servicios pueden ser permanentes, dos veces a la semana; o regulares, cada tres meses.

De Reyes expresa que actualmente cuentan con 50 niños que provienen de colegios bilingües, y que recibe tutorías en áreas diferentes, donde la labor principal es darle al niño “herramientas de análisis” para mejorar el crecimiento y evolución de ese pequeño ser; que años más tarde pasará a ser parte del gremio profesional, desenvolviéndose en el campo laboral como un licenciado o ingeniero capaz.

La madre emprendedora dice que cada niño es un logro, porque le permite ver las mejoras y cambios que a largo plazo tendrá la sociedad. Dice que es importante la labor que ejerce el padre de familia al acompañar al niño. “Verlo crecer y desarrollarse forma parte del trabajo en equipo que realizan las instructoras; y lo completan el padre o madre” —destaca.

Actualmente el emprendimiento está ubicado en Plaza Los Sueños, carretera a la Libertad. A futuro, De Reyes espera fundar centros de tutorías personalizadas en otros puntos de El Salvador; y así seguir contribuyendo a la labor educativa de más niños.



Seedlatam

Es un emprendimiento que nació en el 2015, su impulsor es Darío Sánchez, quien es graduado de Licenciatura en Administración de Empresas y posee una maestría de INCAE Business School, la cual le permitió fortalecer el área financiera para convertirse en un consultor financiero administrativo.

¿Qué es Seedlatam? Es un emprendimiento que busca que las empresas alcancen su máximo potencial económico. Este ha sido reconocido por el INCAE como uno de los emprendimientos que buscan reinventar sus industrias.

La metodología de trabajo del emprendimiento consiste en la asesoría, consultoría, acompañamiento y búsqueda de financiamiento internacional para lograr el crecimiento de los negocios; cada una de las asesorías se ajusta a las necesidades particulares y estilo de negocio que busca empoderamiento social y económico.

Sánchez menciona que el servicio de consultoría permite conocer las fortalezas y debilidades de la empresa, que con el tiempo y evolución pueden ser sostenible. Además, afirma que la mayoría emprendimientos decrecen por la falta de financiamiento, que la gran mayoría de bancos niegan a los microempresarios, por tal razón ellos se especializan en buscar apoyo de la banca de inversión internacional.



Seedlatam está compuesto por cinco profesionales de la administración de empresas, graduados del INCAE, que trabajan bajo una misma filosofía de negocio. Sánchez agrega que todo emprendimiento debe tener bases financieras, porque esto permite la rentabilidad y el crecimiento de los negocios.

La estrategia de negocio que la empresa brinda está fundamentada en la enseñanza de herramientas financieras para las empresas, ordenan los lineamientos administrativos e impulsa a la diversificación empresarial con temas de exportación. Además, Seedlatam cuenta con una sede en Guatemala, que trabaja el mismo enfoque. El emprendedor, a largo plazo, espera expandirse en toda Latinoamérica.

Kunet-Na

Es un emprendimiento de jóvenes profesionales y universitarios de la Utec, que con el tiempo han descubierto que el trabajo en equipo se logra con la experiencia, afinidad y perseverancia. El equipo se conforma por cinco jóvenes, cuatro son especializados en el área de diseño gráfico, y uno, en el área de comunicaciones.

Lo que distingue a este emprendimiento es que cada uno de ellos persigue los mismos objetivos, que están alineados en el aporte profesional en proyectos cinematográficos.



Diego González es licenciado en Diseño Gráfico y líder del emprendimiento, que nació en 2016 con la búsqueda de promocionar la cultura salvadoreña por medio de producciones audiovisuales. Con el tiempo han logrado establecerse y participar en diferentes proyectos, los cuales han sido reconocidos internacionalmente.

“Entre la puerta y yo” es uno de los materiales profesionales que ganó mejor lenguaje cinematográfico en México. “La máquina de hacer pájaros” fue una producción trabajada con la sinfónica de San Esteban Catarina; también es parte de los proyectos reconocidos de estos jóvenes.

Competencias profesionales, como animación en 3D, les ha permitido crecer en trabajo y experiencia. Además, comentan que contar con el apoyo de sus padres ha sido fundamental para el logro de cada reconocimiento. Aren, quien es parte del grupo, expresa que empezaron a trabajar con pocos recursos, “casi solo con ahorros”.

González ha tenido la oportunidad de participar como jurado en diferentes concursos a escala nacional e internacional; comenta que lo que más le llena de satisfacción es el poder hablar del emprendimiento que como equipo impulsan. Apoyo colaborativo en proyectos y nuevos concursos son parte de los planes que a corto plazo Kunet-Na espera alcanzar.

Ekodin

Gino Miles es un joven estudiante de Ingeniería en Sistema en la Utec, que, mediante una investigación de cátedra de la materia Estadística y Probabilidades descubrió la necesidad de crear un *software* inclusivo para personas con baja visión o totalmente ciegas.

Los resultados arrojados en la investigación documental motivaron más a Miles a enfocarse en el desarrollo de una aplicación médico-educativa llamada *Ekodin*. Fue así que inició el trabajo de programación junto con sus compañeros de universidad. El emprendedor comenta que muy pocas personas creían en que realmente funcionaría la investigación y aplicación de dicho *software*; y él, con todo

optimismo, les demostró lo contrario.

La investigación fue presentada ante un jurado calificador, que vio posible el desarrollo del proyecto, que, principalmente, se enfocó en el Centro de Rehabilitación de Ciegos *Eugenia de Dueñas*, ubicado en San Salvador. Y luego de haber ganado como el mejor proyecto de investigación de cátedra, buscó alcanzar un sector más amplio de la sociedad, brindando acceso a la



información por medio del *software* médico-educativo.

El desarrollador, a un año de cumplimiento de la investigación, se muestra seguro de los avances que han logrado con la implementación de la aplicación, ya que esta funciona mediante el reconocimiento de voz, que permite que las personas con discapacidad visual manejen aplicaciones y programas de una forma parecida a como se hace con un editor de texto.

Actualmente el emprendedor e investigador trabaja en el desarrollo completo de *Ekodin*, además está realizando una investigación institucional en la Utec, que dentro de unos meses esperan defender con el fin único de llegar a los sectores que poseen esta discapacidad visual en el país.

Principales indicadores económicos y financieros del país

Termómetro económico

1. Principales indicadores económicos de El Salvador

Indicador	Fecha o período disponible	Valor	Unidad de medida	Crecimiento punto a punto anual
Tasa de crecimiento económico	2017	2.40%		
Exportaciones (FOB)	A marzo/2018	\$ 1,482.46	Millones de dólares	3.12 %
Importaciones (CIF)	A marzo/2018	\$ 2,687.27	Millones de dólares	7.61 %
Balanza comercial (superávit o déficit comercial)	A marzo/2018	\$ (1,204.81)	Millones de dólares	9.59 %
Remesas familiares	A abril/2018	\$ 1,729.59	Millones de dólares	9.20 %
Deuda pública total (punto a punto)	A marzo/2018	\$ 18,682.03	Millones de dólares	5.03 %
Población (último dato oficial)	2016	6,522.30	Miles de habitantes	0.97 %
Inflación mensual (punto a punto)	A abril/2018	111.97	Índice Diciembre 2009 = 100	0.88 %
Salario mínimo	A abril/2018	\$ 304.17	Mensual sector comercio	
Flujo neto de inversión extranjera directa	A diciembre/2017	\$ 791.89	Millones de dólares	
Desempleo	2016 (último dato disponible)	204.64	Miles de trabajadores	1.84 %
Canasta básica				
Urbana	A abril/2018	\$197.15		-0.53 %
Rural	A abril/2018	\$143.22		-0.99 %

Fuente: Banco Central de Reserva (BCR)

* Valor calculado a partir del reporte trimestral del BCR

2. Resumen de tipo de cambio del dólar

País	Moneda	Código	Moneda local por USD
Canadá	Dólar canadiense	CAD	1.2821
Costa Rica	Colón Costarricense	CRC	564.41
Guatemala	Quetzal	GTQ	7.4441
Honduras	Lempira	HNL	23.84
Nicaragua	Córdova	NIO	31.4595
México	Peso mexicano	MXN	19.7734
Unión Europea	Euro	EUR	0.84897
Inglaterra (Reino Unido)	Libra esterlina	GBP	0.7444

Fuente: BCR Cotizaciones al 23/05/2018 http://www.bcr.gob.sv/esp/index.php?option=com_wrapper&view=wrapper&Itemid=356&lang=e

3. Montos de créditos otorgados por bancos y sociedades de ahorro y crédito (en miles)

Producto	BANCOS			Bancos Cooperativos y SAC		
	abr-17	abr-18	Crecimiento	abr-17	abr-18	Crecimiento
Adquisición de vivienda	\$ 25,970	\$ 25,999	0.11 %	\$ 2,241	\$ 1,481	-33.91 %
Agropecuario	\$ 21,971	\$ 25,806	17.45 %	\$ 930	\$ 1,367	46.99 %
Industria y manufactura	\$ 105,485	\$ 120,954	14.66 %	\$ 2,679	\$ 2,876	7.35 %
Construcción	\$ 10,007	\$ 9,369	-6.38 %	\$ 1,063	\$ 707	-33.49 %
Comercio	\$ 92,816	\$ 142,378	53.40 %	\$ 9,936	\$ 12,060	21.38 %
Transporte, almacenaje y comunicación	\$ 8,862	\$ 5,717	-35.49 %	\$ 792	\$ 1,231	55.43 %
Servicios	\$ 32,375	\$ 39,858	23.11 %	\$ 2,252	\$ 1,399	-37.88 %
Consumo	\$ 165,539	\$ 213,956	29.25 %	\$ 16,613	\$ 23,027	38.61 %

4. Tasas activas efectiva máximas y mínimas del mercado financiero durante abril/2018

Producto	Máxima	Mínima
Préstamos para adquisición de vivienda	18.55 %	7.87 %
Préstamos de consumo	91.02 %	8.03 %
Préstamos sector empresa		
Montos hasta US \$100,000	42.70 %	6.83 %
Mayores a US \$100,001 y menores de US\$ 1.0 Millón	22.40 %	5.93 %
Mayores a US\$ 1.0 millones	13.24 %	4.24 %

Para mayor detalle sobre la tasa que cobra cada institución financiera por favor ingrese al sitio web de la Superintendencia del Sistema Financiero en el apartado Tasas de Interés, Comisiones y Recargos.

5. Tasas efectivas (activas) promedio ponderadas anualizadas por límite de aprobación de tarjeta de crédito del 01 al 30/04/2018

Límite	Máx.	Mín.
Hasta \$500	49.94 %	26.00 %
De \$500 a \$1,000	48.65 %	28.00 %
De \$1,001 a \$5,000	39.76 %	25.48 %
Mayor a \$5,000	27.49 %	17.73 %

Para mayor detalle sobre la tasa que cobra cada institución financiera por favor ingrese al sitio web de la Superintendencia del Sistema Financiero en el apartado Tasas de Interés, Comisiones y Recargos.

6. Tasas pasivas a mayo/18

Producto	Mín	Máx.
Cuentas de ahorro		
Hasta \$1,000	0.02 %	1.25 %
Arriba de \$120,000.01	0.10 %	2.50 %
Ahorro a plazo		
7 días	0.00 %	1.00 %
21 días	0.00 %	1.50 %
Depósitos a plazo		
30 días	0.10 %	2.75 %
360 días	0.25 %	3.75 %

Para mayor detalle sobre la tasa que paga cada institución financiera por favor ingrese al sitio web de la Superintendencia del Sistema Financiero en el apartado Tasas de Interés, Comisiones y Recargos.

Industria 4.0: nuevos enfoques para la educación y la producción

Cuando usamos la palabra tecnología, usualmente pensamos en aparatos MP3, PC, tabletas, etc., cuya principal función es hacer la vida más práctica; pero esta relación, en el contexto del consumo, hace necesario estar atentos a los cambios y al desarrollo tecnológico. Otra forma de acercarnos a dicho concepto es mediante soportes informáticos intangibles como el software y sus aplicaciones, es decir, un contenido completo que fluye por la red, que nos permite comunicarnos, oír música, ver televisión, etc.

Rodolfo Antonio Tejada Ruiz
Consultor en emprendimiento
Docente Utec



La cuarta revolución industrial —conocida también como 4R o 4RI— esta evolucionado las habilidades de la humanidad mediante la industrialización de la tecnología digital. Esta nueva revolución —según los expertos— tocará aspectos relacionados con la calidad de vida, disminuyendo los efectos drásticos del envejecimiento, por ejemplo, creando órganos que sustituirán a todos los dañados por problemas de salud o por su constante funcionamiento. La velocidad en que esta revolución está llegando se manifiesta en los cambios contundentes en las áreas de la realidad virtual, realidad aumentada, gráficos en 3D, nanotecnología, biotecnología, robótica, inteligencia artificial, los drones, los sistemas de almacenamiento (en la nube) y todas las energías conocidas como limpias.

Al referirse a la tecnología, desde un aspecto sociocultural y educativo, hay que tomar en cuenta el impacto que tiene en la percepción de lo que vemos y en lo que hacemos. Porque, por un lado, la tecnología individualiza, y por el otro, conecta. Esto permite socializar e intercambiar valores y conductas dentro de un ecosistema social a tal punto de llegar a ser ubicuo; y así poder estar conectado en forma virtual con el mundo real.

Ahora, en cuanto al proceso de enseñanza, por tradición el maestro ha usado el método con el que él aprendió, y lo replica con sus estudiantes. Esta práctica se conoce como *conocimiento concreto* y se materializaba en una tecnología llamada *libro*; pero hoy en día el conocimiento ya no está empaquetado en un libro, como lo fue a partir de los siglos XIX y XX, sino que está disperso en internet, dentro de la industria 4.0.

Las personas siguen siendo el corazón del proceso en la industria 4.0. Por tanto, disponer de un capital humano capacitado es fundamental porque podrá anticiparse a la falla y, además, si se produce encontrará la causa, así tendremos una industria de excelente calidad y más eficiente.

El tema de la educación en la industria 4.0 necesita ser abordado a partir del complemento de los conocimientos que resulten en nuevos perfiles para formar a los futuros profesionales, que sean capaces de asumir nuevos papeles y



retos, más enfocados en el control y en la gestión de procesos, mejorando sus capacidades gerenciales y tecnológicas, así como la habilidad para mantener una visión global de todos los procesos que están en constante evolución. Por tanto, los programas formativos no deben centrarse en la hiperespecialización, sino hibridarse para desarrollar habilidades en las TIC con conocimientos de mecánica, mecatrónica, ingeniería de sistemas como *big data*, programación o diseño, a la vez desarrollando capacidades organizativas y de gestión, entre otros. Por tanto, se debe preparar profesionales que sepan hacer las preguntas correctas de acuerdo con un pensamiento crítico, puesto que es más complejo formular buenas preguntas que memorizar respuestas fáciles. Por lo que se debe tener la capacidad de colaborar y de desarrollar habilidades comunicativas, tanto orales como escritas, saber escuchar; y de resolver problemas de forma creativa e innovadora.

De tal forma que existan profesionales que comprendan la relación del cliente con el producto, pues de acuerdo con Jeremy Rifkin, investigador de los cambios y los impactos científicos y tecnológicos en la economía, “la fuerza de trabajo, la sociedad y el medio ambiente, vaticina la caída del capitalismo porque con la industria 4.0 producir será tan barato que no tenga sentido la utilidad que se obtengan de esos productos”. Todo un salto cualitativo al futuro, donde la palabra clave es *conexión*, que se debe dar entre personas, datos y máquinas.

Se puede innovar creando nuevas posibilidades, uniendo talento y tiempo, además de resolver creativamente problemas, con una fuerte visión moral de la vida, una noción de lo que está inherentemente bien o mal. Y para lograrlo, el papel del docente tiene que cambiar. Lo importante ya no es lo que enseñamos o cómo lo enseñamos, sino que quién se es en el aula; y el papel del maestro debe ser el de un instructor de resultados adecuados al contexto académico.

Un buen maestro, en el siglo XXI, entiende el contexto de donde vienen los estudiantes y el mundo para el que

se deben preparar. Un maestro, en la industria 4.0, instruye constantemente al estudiante para lograr estándares mayores, porque el mundo quiere saber qué puede hacer y no el lugar en el que formó.

Para concluir, en palabras de Robert J. Shiller, de Yale University: “No se puede esperar que se queme una casa para comprar un seguro contra incendio. No podemos esperar hasta que haya dislocaciones masivas en nuestra sociedad para prepararnos para la Cuarta Revolución Industrial”.



Enamórese de Grecia

Grecia es un país con una combinación de historia y cultura; es uno de los destinos turísticos más populares en el mundo. Está situado estratégicamente entre Europa, Asia y África, con más de 60 islas habitadas y sitios históricos que abarcan cuatro milenios en la línea del tiempo.

*Destino recomendado por Marcela Barrera
Amate Travel*

La población de Grecia es de once millones de habitantes, cuya lengua es el griego y practican el cristianismo ortodoxo; es mayormente reconocido por el concepto de democracia, los juegos Olímpicos y la literatura clásica.

Precisamente por esa importancia histórica el legado patrimonial artístico y arquitectónico griego es muy difícil de encontrar en otras partes del mundo. Si a ello le suma la belleza de sus costas e islas, bañadas por los mares Mediterráneo y Egeo, sus pequeños y pintorescos pueblos y los bosques mediterráneos, disfrutará de atardeceres espectaculares.

En la capital, Atenas, se hallan los monumentos arquitectónicos más importantes del país. Desde el Partenón,

uno de los principales templos de la imponente Acrópolis, junto con otros templos y construcciones, se domina la capital. Otros lugares emblemáticos donde se puede conocer el arte y la historia de la ciudad son el Ágora antigua, el Ágora romana, el Monte Licabeto, el museo de la Acrópolis y el famoso templo de Zeus Olímpico. Lo recomendable es caminar sin un rumbo predeterminado por los barrios de Plaka, Monastiraki y Anafiotika. Sugiero pasar por el restaurante Thea Terrace Bar, donde podrá disfrutar de unas copas de vino tinto y exquisitos platillos de la cocina griega con la extraordinaria vista de la Acrópolis iluminada de forma increíble, casi mágica. La otra opción es dirigirse al mercado central, donde resaltan sus calles estrechas y la gran variedad de artesanías.

A continuación hago énfasis en dos de las ciudades más reconocidas y más visitadas por los turistas, de esta manera terminará confirmará su amor por



Grecia, de que es un lugar al que debe viajar en los próximos días.

Santorini

Aunque hay muchas islas griegas que visitar, las más conocidas son las que forman el archipiélago de Santorini. Allí podrá apreciar las fachadas blancas, los dinteles y las puertas azules de las casas de los pueblos que se asoman en acantilados que terminan en el mar, que aparecen en postales de lugares turísticos de Grecia. Lo bonito de todo esto es que usted puede recorrer en barco las islas que forman el archipiélago. La villa más romántica es Oia, aunque la mayoría llega por *ferry* a Fira. Lo mejor es contratar una excursión en bote y darse un chapuzón en la variedad de playas que existen.

También puede alquilar un auto o una moto y visitar sitios arqueológicos como Akrotiri y la antigua Thira. Santorini es considerado uno de los lugares más

románticos del mundo, así que no debe perderse sus legendarias puestas de sol.

Miconos

Si irte de fiesta es una de las cosas que quieres hacer en Grecia, no puedes dejar de visitar la animada isla de Miconos. En verano, se convierte en la Ibiza de Grecia. La música electrónica se toma los múltiples bares y las discotecas de las playas, y decenas de miles de jóvenes bailan hasta el amanecer.

Sin embargo, el resto del año Miconos es un lugar tranquilo, con poco más de 10 mil habitantes que tienen una vida rutinaria en las calles de casas encaladas vestidas de blanco con balcones de madera pintados de flores. Así que



no dejes de visitar este hermoso país, con los más bellos paisajes y mejores recuerdos al alcance de tus manos.

Para cotizar boletos aéreos, solo tienes que escribir a reservas@grupoamate.com.sv o llamar al 2510-7605.

Steve Jobs.

¿Se necesita ser genio para innovar?



Claudia Meyer
Mercadóloga
Miembro de la Asociación Salvadoreña de
Cine y Televisión

El cine no puede resistirse a llevar a la pantalla grande las historias de seres humanos que han marcado hitos a escala mundial, sean estos para bien o no lo sean tanto. En el caso de Steve Jobs, hay cinco películas producidas a la fecha, entre documentales y ficciones (*Jobs* de 2013, *Welcome to Macintosh* de 2008, *Steve Jobs* de 2015, *Piratas del Silicon Valley* de 1999 y *Steve Jobs: Man in the machine* de 2015).

Si calculamos un promedio de hora y media de duración por cada

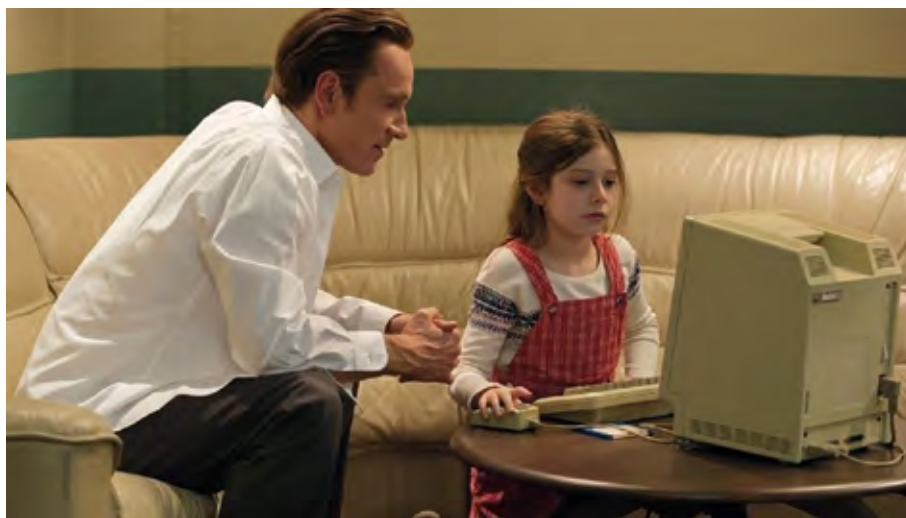
película, tenemos a la fecha 6.5 horas de contenido audiovisual sobre la vida de Jobs, sumándose a todos los cortos, entrevistas y audios que circulan por la red, además de otros formatos, como libros y cómics... ¿Qué tiene Jobs que motiva tanto para saber de su vida?

Aquí analizaremos la película de 2015, misma que fue nominada a dos premios de la Academia de Artes y Ciencias Cinematográficas norteamericana, por el mejor actor principal (Fassbender) y por la mejor actriz de reparto

Ficha técnica
Fuente: imdb.com

Steve Jobs

- **Dirección:** Danny Boyle
- **Reparto:** Michael Fassbender, Kate Winslet, Seth Rogen
- **Guion:** Aaron Sorkin
- **Música:** Daniel Pemberton
- **Fotografía:** Alwin H. Küchler
- **Género:** biografía, drama
- **Año:** 2015
- **País:** Estados Unidos
- **Duración:** 122 minutos



(Winslet). Esta cinta nos muestra a un Jobs complicado, realmente muy difícil en su trato (frío, ególatra, narcisista, manipulador, perfeccionista). No hace un recorrido completo por su vida, sino más bien se enfoca en el nacimiento de la empresa y en los períodos de creación de los productos iniciales lanzados al mercado. La guía narrativa de la película, más que la inventiva propia y el desarrollo tecnológico para que las ideas cristalicen, son los lanzamientos de los productos. Y esto es una genialidad: ver la vida de un hombre, de su historia, mediante la comunicación y los elementos del mercado. Cada lanzamiento se convertía en un parte aguas en sus relaciones personales y laborales. Y cada lanzamiento lo impulsaba a una nueva visión genial.

La revista dirige su mirada a la innovación, y en cuanto a esto la vida de Jobs fue excepcional. En los tres lanzamientos de productos que muestra la película (Macintosh en 1984, NeXT computer en 1988 y la iMac en 1998), la visión de Jobs se orienta al diseño y a la funcionalidad: que sea agradable, que sea útil, que cumpla su propósito. Muchas veces, al escuchar la palabra *innovación* se piensa en invenciones extraordinarias o en propuestas que resuelvan grandes problemas de la humanidad. Si bien puede tener esa connotación, la película comentada muestra que en este esquema *innovación* es sinónimo de *soluciones*; innovación es que las soluciones sean diferentes; innovación es que dichas soluciones sean fáciles de conocer y manejar por sus consumidores.

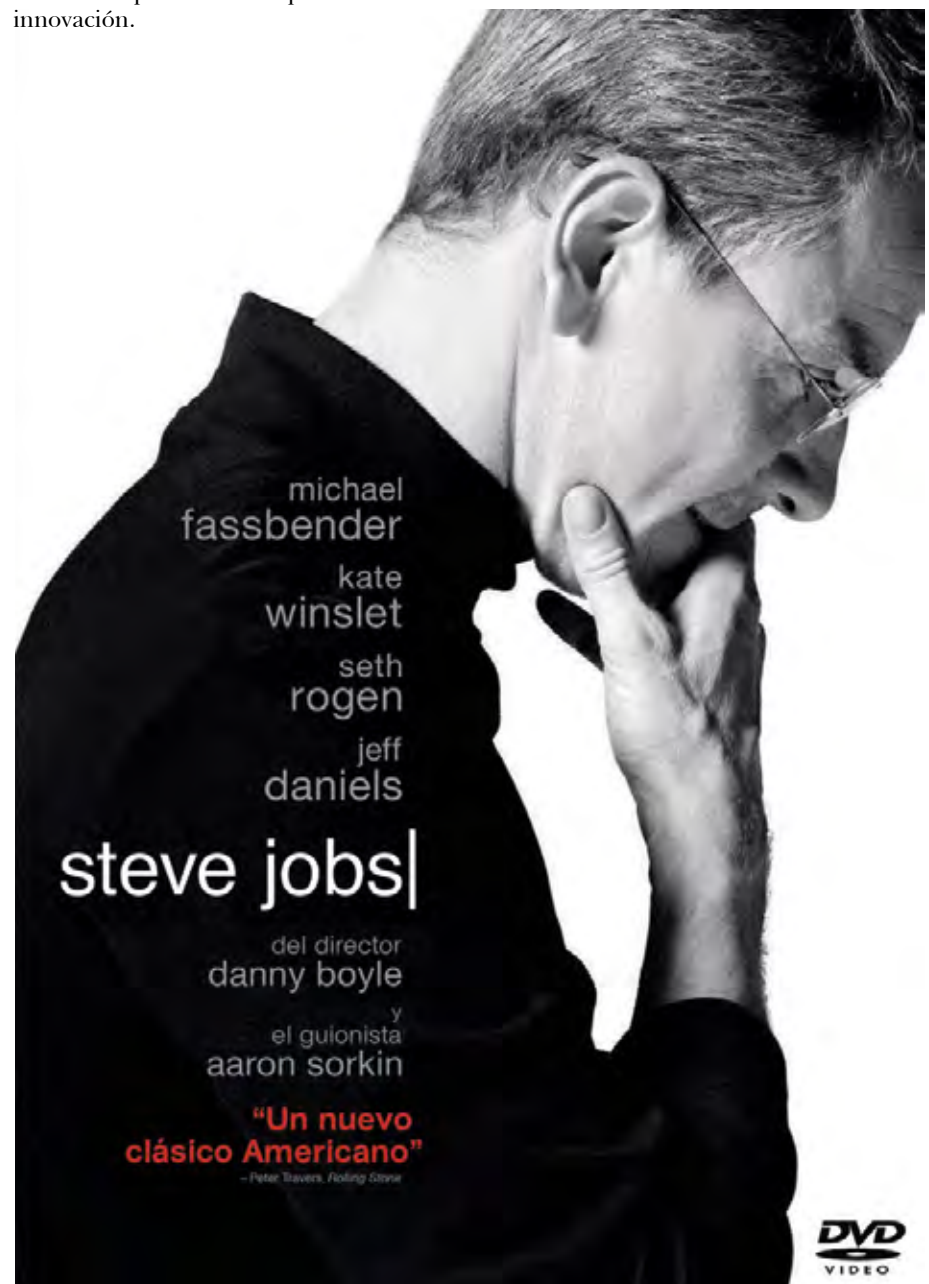
Con respecto al personaje, hay líneas en el guion que son rompedoras y que describen la figura de Jobs. Como ejemplo, la frase con que le arguye al cofundador de Apple, Steve Wozniak (interpretado por Seth Rogen), quien le dice a Jobs:

- Tus productos son mejores que tú.
- No se puede ser decente y talentoso al mismo tiempo.

Y esta es otra de las fortalezas de la película: el guion, dentro de la

estructura de los lanzamientos. Los diálogos son incisivos, las discusiones son ágiles y las reflexiones son áridas. Hay espacios para combinar recuerdos y discusiones, que son muy bien logradas por el excelente trabajo de edición.

La película es un verdadero viaje entre humanidad y tecnología, vista esta no como lo buena que debería ser, sino más bien cómo eso que nos hace humanos también imprime su sello personal en la innovación.





Relax en las playas de La Libertad

Las costas del departamento de La Libertad tienen lugares con una amplia oferta turística: playas con cautivadoras olas, hoteles exclusivos y servicios sofisticados en las diferentes zonas costeras, que se adaptan a diferentes gustos y presupuestos.

Michelle Cornejo
Redacción enlaces
Estudiante de Comunicaciones Utec

Los turistas, locales o extranjeros, al visitar las playas de La Libertad, pueden disfrutar bañándose o practicando algún deporte extremo acuático, como *surf*, *windsurf*, *kayaking*, etc., su costa está delineada por dieciséis playas; entre las más reconocidas están Mizata, El Tunco, San Diego y San Blas.

Estas playas poseen sus propias características. Por ejemplo, El Zonte se encuentra en el kilómetro 53 de la Carretera del Litoral, a 45 minutos

de la ciudad de San Salvador. En cuanto a sus instalaciones turísticas, está, por ejemplo, el restaurante Covana Kitchen, que ofrece un servicio culinario exclusivo, además de una innovadora infraestructura con techo *eco-friendly*. También es definido como un restaurante con una cocina creativa internacional con influencia local, pues ha logrado satisfacer a muchos clientes de diversos orígenes con platillos para el desayuno, almuerzo o la cena. Posee

una terraza con vista a la playa donde se puede deleitar con el sonido del mar; sirve un amplio menú que es preparado por los chefs salvadoreños Alex Herrera y Gracia Navarro, y por el guatemalteco Diego Telles.

El atractivo de la siguiente playa, El Tunco, principalmente, son las olas, porque son excepcionales para practicar *surf*; es visitada, en su gran mayoría, por estadounidenses, brasileños, canadienses y europeos. En esta playa se encuentra ubicado el hotel *boutique* Tekuanikal, que también cuenta con el servicio de restaurante; tiene como especialidad los mariscos; hay una piscina con fondo infinito espectacular; habitaciones con todas las comodidades, clases de

surf; tiene un temascal (del náhuatl *temazcalli*: ‘casa de baños’), un sauna para relajarse en un ambiente rodeado del hábitat natural. El servicio de hotel cuenta también con sesiones de masajes relajantes para brindar al visitante la mejor experiencia durante su estadía.

Finalmente, veamos algunos detalles de la playa Paraíso Escondido, que se encuentra en el municipio de Teotepeque. Este hotel *boutique* brinda una propuesta donde la montaña y el mar se juntan para crear una atmósfera de privacidad y relajación. Posee amplios espacios interiores, diseñados con un estilo moderno e inspirado en la naturaleza; ofrece servicio de

restaurante, pesca en altamar, caminatas, miradores, *tour* arqueológico, entre otros. El área del lugar abarca seis hectáreas, donde hay dos piscinas, una con agua salada y vista al mar para disfrutar las increíbles puestas de sol que se ven desde el paraje. Según sus dueños, Paraíso Escondido es un concepto único para clientes exclusivos.

Relajación, recreación, descanso y exquisita comida son algunas de las características que definen a estos lugares litorales con modernos estilos, que pueden contactarse mediante las redes sociales para disfrutar de un fin de semana sin estrés fuera de la ciudad.



Fuente: <http://www.cardedeuelsalvador.com/main/la-libertad/>

Si eres emprendedor y no has empezado a utilizar las redes sociales, te presentamos algunas alternativas de aplicaciones que te pueden ayudar en la gestión de negocios, desde la edición de imágenes hasta la venta en línea mediante Facebook. Veamos.

Para editar imágenes

Canva

Herramienta de diseño gráfico con una interfaz atractiva y fácil de usar por personas interesadas; es un sitio web con diversas funcionalidades con las que puedes diseñar y compartir contenidos con tus compañeros y clientes.

Snapseed

Una de las más populares aplicaciones, tanto para Android como para iOS. Su uso es sencillo y los resultados muy buenos. Su principal ventaja sobre otras es que con ella puedes editar imágenes en

formato RAW. Se puede editar fácilmente con sus respectivos comandos (brillo, contraste, saturación, colores, sombras, etc.).

Pixlr

Te permite detallar de forma realista el brillo de ojos, la textura de la piel, etc. Incluye la opción de diseñar *collages* con varias imágenes.

Afterlight

Su uso te recordará al editor de Instagram, pero con con más opciones, como decenas de filtros y texturas.

(Fuente: <https://www.20minutos.es/noticia/3110657/0/mejores-apps-editar-fotos-telefono-movil/>)





Para administrar redes sociales

Hootsuite

Si tú manejas tus redes sociales, esta herramienta es de gran utilidad para no volverte loco: te permite gestionarlas todas desde un mismo lugar, así como programar mensajes y tener acceso a reportes que te muestran el alcance de tus publicaciones y la interacción con tus usuarios. La versión Premium te permite añadir a más personas, para que gestionen las cuentas.

Everypost

Es una herramienta muy potente para publicar contenidos en Facebook, Twitter, Google+, LinkedIn, Tumblr y muchas más redes sociales.

(Fuente: <https://mullbrand.com/las-10-mejores-herramientas-para-gestionar-las-redes-sociales/>)

Para vender mediante Facebook

Tiendy

Es probablemente la aplicación más sencilla y que se puede hacer más personal de todas. Las diferentes opciones que tiene para añadir logotipo y retocar el CSS y HTML son totales; es mucho más amplias que las de otras aplicaciones. Tiene una versión de prueba de 14 días y los precios de sus planes *premium* oscilan entre los 10 y 45 euros al mes; los planes intermedios tienen precios bastante asequibles.

Palbin

es una aplicación que destaca por ser algo más que una tienda en Facebook, ya que te permite crear también la tienda *online* con versiones web y móvil.

Por \$35 mensuales, aproximadamente, se puede crear una tienda *online* multilingüe, con integración en Facebook, con diferentes formas de pago y hasta 2 mil productos. Si no quieres invertir demasiado para crear tu tienda de una manera rápida y fácil, tanto en web como en Facebook, Palbin es una gran opción.

Haciendo la diferencia

Para enfrentar el futuro

Ser la universidad privada más grande del país solo se logra con liderazgo, compromiso e integridad para asumir la responsabilidad de formar profesionales y ciudadanos que sean baluarte de nuestros valores y de nuestras aspiraciones.

Es un hecho producto de la decisión institucional de hacer la diferencia, de ir más allá de la crítica que no propone, del reclamo y la mediocridad, de asumir un rol activo y proponer soluciones pertinentes a las necesidades de amplios sectores de la sociedad.

Tras 37 años de existencia y una historia de innovación constante, la Utec mantiene vivo su ideario humanista, en el marco de un proceso de innovación permanente, sin abandonar el marco de principios y valores que esta casa de estudios promueve.

La visión del águila, nuestro símbolo, apunta cada día a nuevas y mayores alturas, enfocados en el futuro y en acciones concretas que nos permitan seguir marcando la diferencia y dejar un legado que trascienda.

Nuestros estudiantes lo merecen; el país nos lo demanda.