



# Para Emprender

Número 3 / Año 3

Octubre / 2013



## ECOSISTEMA de EMPRENDIMIENTO

- **Construyendo el Ecosistema Emprendedor para la Región Junín**
- **El ABC del Enfoque Sistémico del Emprendimiento**
- **Armando Propuestas de Inversiones**
- **START UP Chile y la Cruzada por el Aprendizaje Multicultural**
- **ENABLIS se Expande en América Latina**

# Presentación

Todas las sociedades son ecosistemas, pues, necesitan interrelacionarse para lograr su desarrollo. Lo mismo ocurre con las empresas. Hay que verlas como una comunidad de proyectos emprendedores que requieren vincularse entre sí para consolidarse dentro de la sociedad.

Por ello es vital tratar de los ecosistemas de emprendimiento: Si los emprendedores peruanos aprenden a trabajar de manera articulada, podrán contribuir de manera más efectiva al desarrollo de cada región y, por ende, al crecimiento de nuestra nación.

Sin embargo, ello no podrá lograrse sin la participación de centros de investigación, fondos de capital de riesgo (Venture capital) o inversionistas ángeles, redes de empresarios y mentores, Universidades con programas efectivos de emprendimiento, gobiernos enfocados a la generación/creación de riqueza y corporaciones orientadas al fomento del emprendimiento.

Justamente, este tercer número de nuestra revista "Para Emprender" está orientado a tratar acerca del ecosistema de emprendimiento y de los factores que coadyuvan a su consolidación. Para tal fin, presentaremos experiencias exitosas llevadas a cabo en países de América Latina y el Caribe. Además, incluiremos nuevas ideas para propuestas de inversión rentables, así como consejos útiles y prácticos para todo aquel emprendedor que apueste por una nueva idea de negocio.



ISSN Versión Impresa  
2304-8964

Depósito Legal  
201209243

## Directora:

Econ. Tula Mendoza Farro  
Centro de Emprendimiento Continental  
Corporación Educativa Continental  
Huancayo - Perú

## Editora:

Lic. Alicia E. Tello Berenstein

## Colaboradores:

Dr. Hugo Cantis, Director PRODEM - ARGENTINA

Dra. Rosa Ververne, Vice- Presidente ENABLIS para América Latina  
MBA Marta Patricia Aparicio, Supervisión De La Cartera De Proyectos FOMIN para el Desarrollo de Ecosistemas Emprendedores de América Latina y el Caribe

Dr. Horacio Melo, Director Ejecutivo de START- UP - CHILE.

Dr. Rafael García, Director Incubadora INGENIO - URUGUAY.

## Dirección:

Av. San Carlos Nro. 1980. Huancayo - Perú

## Correo Electrónico:

revistaparaemprender@continental.edu.pe

## Impreso en:

Corporación D' Acuarela EIRL

# Sumario



Construyendo el Ecosistema Emprendedor para la Región Junín

03



Armando Propuestas de Inversiones

06



El ABC del Enfoque Sistémico del Emprendimiento

08



ENABLIS se Expande en América Latina

10



Financiación Angel Capital Inteligente

12



START UP Chile y la Cruzada por el Aprendizaje Multicultural

14



Gestión de Incubadoras. Educar con el Ejemplo

16



Experiencias de Emprendedores en Junín

18



Semillas para el Desarrollo de Junín

25



Brújula para Emprendedores

26

Disponible a texto completo en:  
[www.continental.edu.pe/contiemprende](http://www.continental.edu.pe/contiemprende)



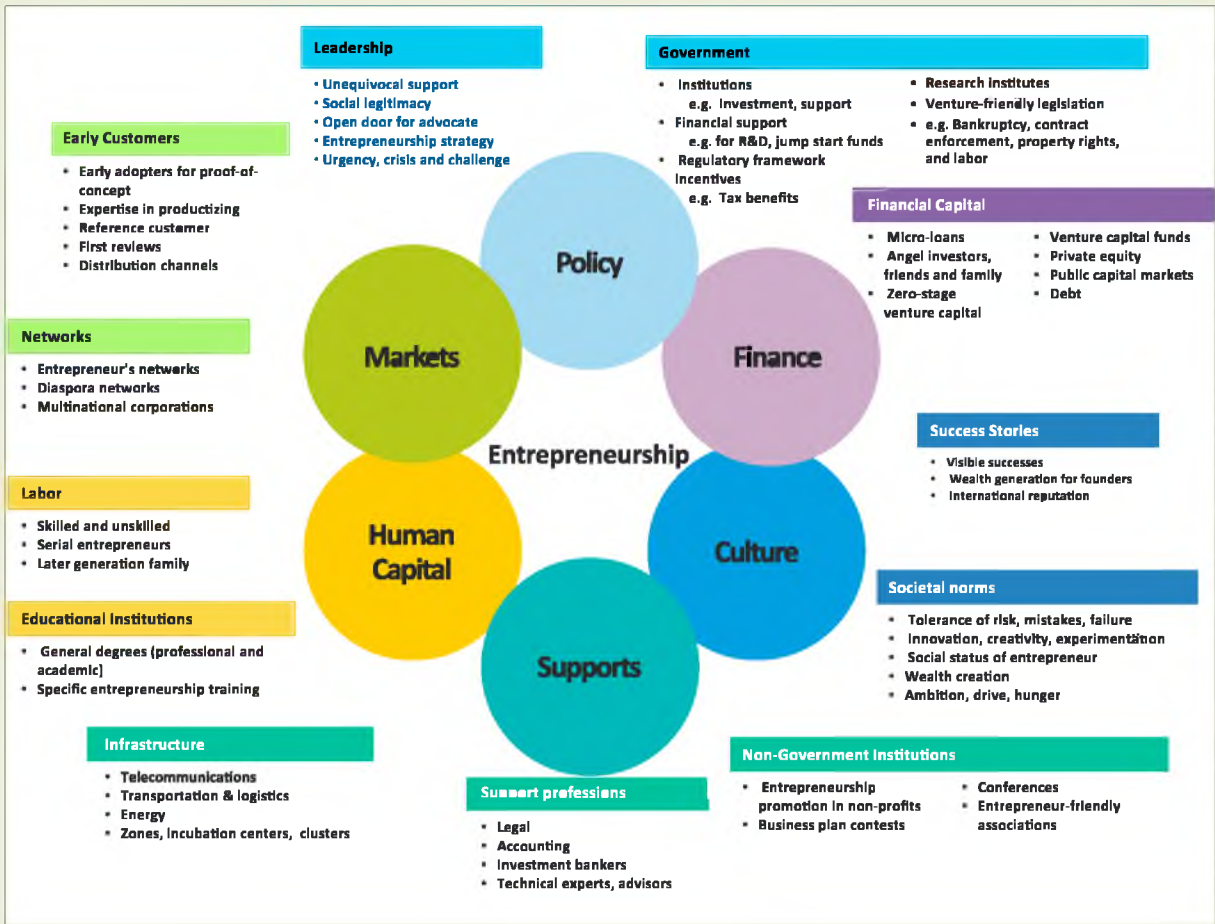
# CONSTRUYENDO EL ECOSISTEMA EMPRENDEDOR PARA LA REGIÓN JUNÍN

Econ. Tula Mendoza Farro  
Directora del Centro de Emprendimiento Continental  
Huancayo- Perú

Se entiende por “Ecosistema del Emprendedor” a la comunidad de negocios soportada por una base de organizaciones e individuos que interactúan para producir bienes y servicios de valor para clientes, quienes, a su vez, son parte del mismo ecosistema.<sup>1</sup> Este término se atribuye a Ph.D. Daniel Isenberg<sup>2</sup>, quien desarrolló el proyecto de investigación sobre el Ecosistema Emprendedor de Babson en el 2011, con el propósito de generar estrategias y políticas que promuevan el desarrollo del espíritu emprendedor. La siguiente ilustración presenta las organizaciones cuya participación se sugiere para la promoción del emprendimiento en un espacio determinado:

1 BID-FOMIN. Guía de Aprendizaje sobre Emprendimientos Dinámicos, Módulo 1: Ecosistemas de Negocios para el Desarrollo de Emprendimientos Dinámicos. 2008.

2 Ph.D. Daniel Isenberg: Professor of Management Practice and Executive Director del Babson Entrepreneurship Ecosystem Project.



Por otro lado, encontramos experiencias sobre la conformación del ecosistema emprendedor en diversos países (Colombia, Brasil, Chile,

México, Israel...). Veamos, por ejemplo, que en Panamá, el ecosistema del emprendedor, definido por el acelerador de empresas de la

Ciudad del Saber, presenta las relaciones del acelerador con sus socios. La siguiente ilustración muestra cómo se dan estas relaciones:

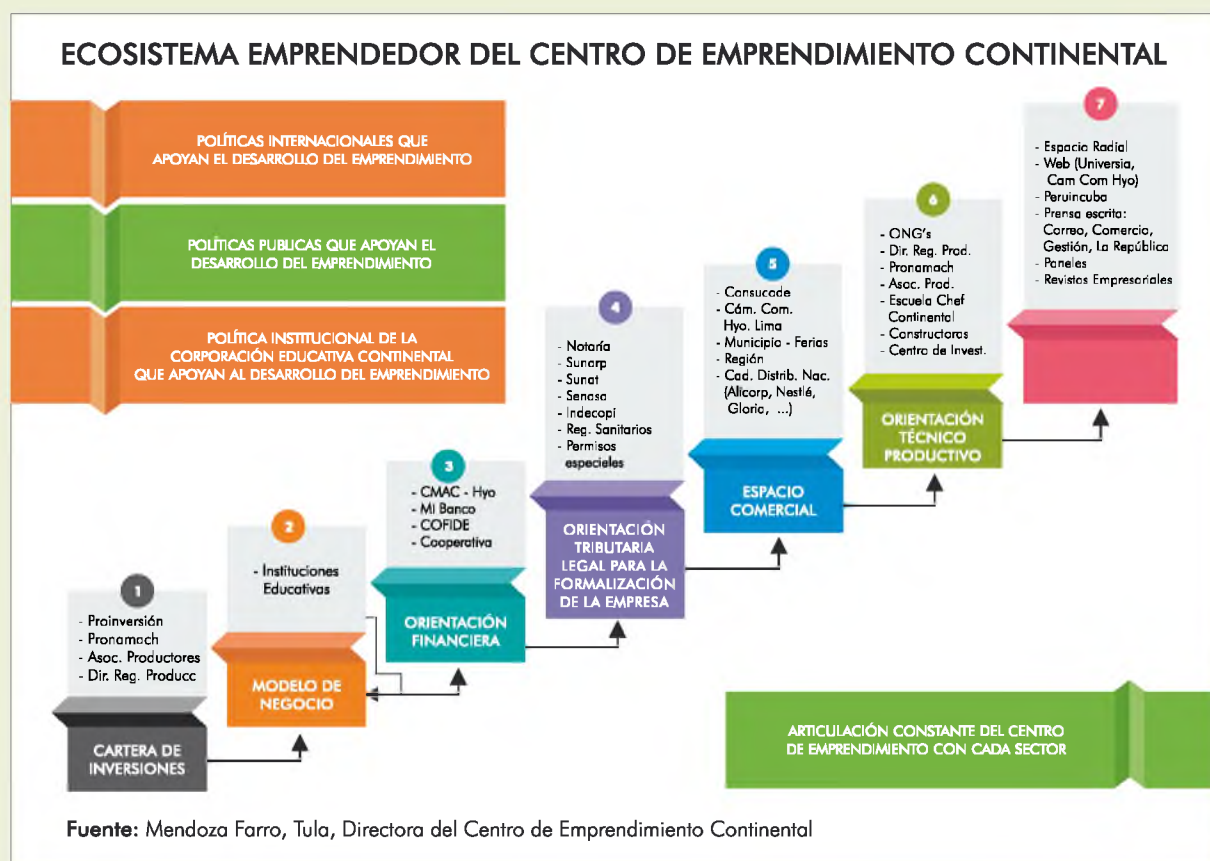


Como se puede apreciar, la flecha muestra el giro de intensidad de las

de junio de 2002 -sin saber aún la existencia del Modelo del Ecosistema Emprendedor de Isenberg- apren-dimos a identificar y engranar las labores del centro con cada elemento institucional que pudiera contribuir a la promoción y desarrollo del espíritu emprendedor. Entonces, como Centro de Emprendimiento no sólo nos debemos enfocar en una labor interna. También debemos desempeñar una labor complementaria que articule y sume los esfuerzos orientados hacia un mismo objetivo. El siguiente gráfico muestra el sistema con el que venimos trabajando:

Como se puede apreciar, el Centro de Emprendimiento se encuentra en articulación permanente con cada sector que pueda contribuir a la promoción y desarrollo del espíritu

emprendedor en la región Junín, pues, cada uno es parte del mismo engranaje y todos juntos persiguen el mismo objetivo. Ahora bien, todavía quedan algunas preguntas en el tintero sobre el tipo de relación que debe darse entre las instituciones involucradas. ¿Cómo deben ser las relaciones entre las diferentes instituciones que forman parte del ecosistema emprendedor?, ¿es necesario restar, tipificar y cuantificar el tipo de relación que existe entre las instituciones que forman parte del ecosistema emprendedor? En la próxima edición nos centraremos en responder cada una de estas interrogantes.



# Armando PROPUESTAS de INVERSIONES



## Hilandería Alpaca - Perú

Hilandería Alpa-Perú, es una propuesta de inversión presentado en el Portafolio de Iniciativas Empresariales del 2013 - I por Marly, Chuquillanqui Rojas, Solange Martínez Camarena alumnas de la carrera de Administración. Ellas proponen instalar una hilandería y comercializadora de la fibra de alpaca procesada y alpacril a nivel regional, buscando satisfacer la demanda de las microempresas textiles quienes vienen realizando productos de exportación de esta parte del país.

**HILANDERIA ALPA  
PERÚ S.A.C.**  
VAN S/. 453,221  
TIR 36.38%



## Reciclado de concreto y demolición Huanca

Este plan de negocio es presentado en el Portafolio de Iniciativas Empresariales del 2013 -I por los hermanos Walter y Elias Torres Fuentes, Erik Lazo Huallullo, Kenyo Ramon Ramos y Luis Pariona Huarcaya, alumnos de la carrera de Ingeniería Civil e Ingeniería de Minas.

El grupo propone realizar una empresa dedicada al reciclado y venta de agregados, utilizando el reciclado de materiales de construcción en desuso (ladrillos usados, concretos solidificados, etc.) El producto que ofrecen coge como oportunidad el tema de reciclaje y busca cubrir una necesidad dentro del rubro de construcción que actualmente está en crecimiento.

El producto propuesto cuida el medio ambiente al reutilizar los desechos y puede ser adquirido porque cumple con las características y normas técnicas de resistencia y manejabilidad solicitadas en construcción.

**RC & D - HUANCA S.A**  
VAN S/. 148.606  
TIR 48,15%



## QR – Store S.A.C.

El proyecto fue presentado en el portafolio de Iniciativa Empresarial 2013-I por los alumnos Jorge Olivier Ayras Osoreo, Liliana Laureano Taquiere, David Limaylla Canchaya, Jordy Lapa Ramos, Ivon Bellido Valladares, de la carrera de Ing. Ambiental, Ing. Civil y Arquitectura.

Este plan de negocios busca ofrecer polos confeccionados con calidad y variados diseños los que cuenten con un código QR que sirva como identificador único que al ser escaneado en la playera permita acceder a una base de datos creada según sea tu necesidad. Cada uno de estos productos busca contar una historia. Una historia según la necesidad de los clientes en los ámbitos de marketing, redes sociales o tarjetas de presentación. El mencionado código también puede ser utilizado para cuantificar el impacto ambiental en la decisión de compra de nuestro producto, etc.

QR-STORE S.A.C  
VAN S/. 95,333  
TIR 115.30%



## K-pop Café

Las alumnas Verónica Portillo Soriano, Yesbel Quispe Espinoza, Rocio Soto Pérez de la carrera de Ing. Ambiental presentaron el plan de negocio de un café temático con salas de recreación diversas para disfrutar la comida coreana y la música COREAN-POP. La Infraestructura cuenta con todas las medidas de seguridad requeridas ofreciendo un servicio de calidad.

K-Pop Café S.R.L.  
VAN S/. 90,482  
TIR 86.88%



## Reduciendo tiempos.... Moldes y trazos computarizados para confeccionistas

Janeth Carhuaz Castillo, Leydie Chávez Rojas, Anghela Duran Reyes, Daniela Mayta Urruchi, Paul Jesús Quispe Torrejón y Frank Ramos Ureta, identificaron

VAN S/. 80,462  
TIR Mensual 120.06%

uno de los problemas de competitividad que tiene las micro y pequeñas empresas de confecciones: el relacionado al patronaje.

Por ello, desean ofrecer a estas empresas de confecciones que abastecen mercados nacionales e internacionales, moldes y trazos desarrollados con software y equipos de última tecnología. Con el proyecto, buscan reducir tiempos en los procesos de desarrollo, disminuir los costos de confección y ahorrar en materia prima, entre un 3% hasta un 15%.



## ¡Seguro para mascotas! PROTEGEME S.A.C

Este proyecto está dirigido a aquellas personas que cuentan con una mascota y les ofrece una alternativa para su seguridad.

Diseñado como un seguro médico de una persona, el plan ofrecerá cobertura contra accidentes, robo, extravió, hospitalización, responsabilidad frente a los vecinos, asistencia veterinaria por enfermedad y accidentes.

El plan de negocios es presentado por Sarita Cartolin Andamayo, Karen Paola Márquez Ponce, Elvis Mendoza Nieto, Jackeline Paucar de la Cruz, Celia Sotomayor Gonzáles, José Paucar Laurente José, alumnos de la carrera de Administración y Contabilidad.

PROTEGEME S.A.C  
VAN S/. 48,429.02  
TIR 71.42%

# El ABC del Enfoque Sistémico de EMPRENDIMIENTO

Hugo Kantis, Director PRODEM

La creación de emprendimientos de calidad puede ser el resultado de un núcleo muy pequeño de superhéroes que logran concretar sus sueños y proyectos o bien, desde otra óptica, la realización de una base amplia de emprendedores que encuentran condiciones sistémicas favorables para crear y desarrollar sus emprendimientos. Sólo, en este último caso, la fuerza de los emprendedores consigue impactar en el desarrollo de las naciones. Por ello, al final, lo que importa es el generar **capital humano emprendedor y propuestas de valor** (de calidad) que logren concretarse.

Según el enfoque sistémico, ello depende de diversos factores. Por ejemplo, de la cadena de aprendizajes acumulativos para emprender (la cual está integrada por las familias, la educación y el trabajo). Por tanto, obedece al tipo de **estructura social** (perfil de las familias), al **sistema educativo y cultural**, así como a la **estructura empresarial** (perfil de las empresas).

Ahora bien, como es sabido, la mayor parte de los emprendimientos suelen crearse en el mismo sector en el que trabajaron las personas anteriormente o en sectores vinculados de una u otra

forma. Este hecho se sustenta en la mayor disponibilidad de conocimientos, experiencias y contactos a los que se accede mientras se trabaja en las empresas.

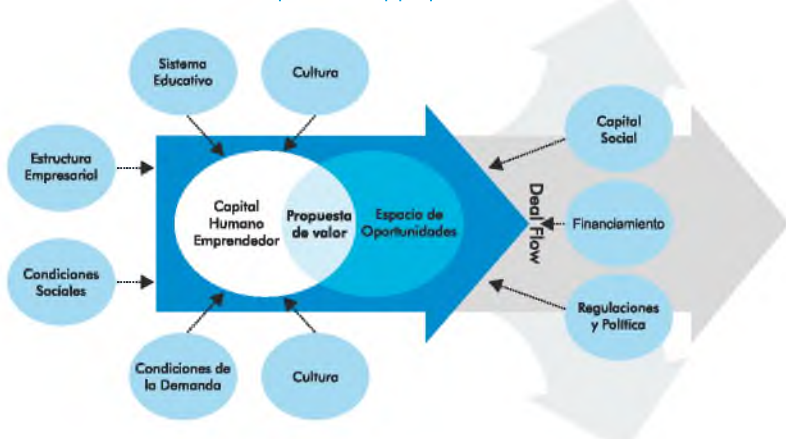
Además, el grado de sofisticación y nivel tecnológico de las empresas existentes, así como su nivel de articulación con la cadena de valor suele incidir sobre el tamaño y perfil del espacio de oportunidades que pueden (o no) aprovechar los emprendedores.

Es por todo esto, que el perfil de **estructura empresarial** incide en la calidad de las propuestas de valor de los emprendimientos. Otro tanto ocurre con las **condiciones de la demanda**, dado que su dinamismo y nivel de sofisticación condicionan el espacio de oportunidades orientadas hacia los consumidores.

Por lo general, una demanda más dinámica y sofisticada tiende a favorecer la diferenciación y, por tanto, el desarrollo de emprendimientos basados en la innovación. En cambio, lo opuesto genera emprendimientos en donde las ventajas de costo suelen ser priorizadas.

Asimismo, la **plataforma de ciencia y tecnología para la innovación**

Condiciones sistémicas para generar capital humano emprendedor y propuestas de valor





puede incidir sobre el perfil de las propuestas de valor. Pero ello no sólo demanda esfuerzos importantes en innovación y desarrollo (I+D), sino también de instituciones de calidad, las que se destaquen por sus resultados en el ámbito de la investigación y se encuentren, a su vez, relacionadas de manera efectiva con el mercado del emprendimiento. Es decir, **el capital social** es un factor clave y se refiere a la facilidad con la que los emprendedores pueden establecer relaciones de confianza e interactuar con otros actores, quienes, en distintas fases del proceso emprendedor, pueden aportarles, información, consejos, contactos y recursos de distinto tipo.

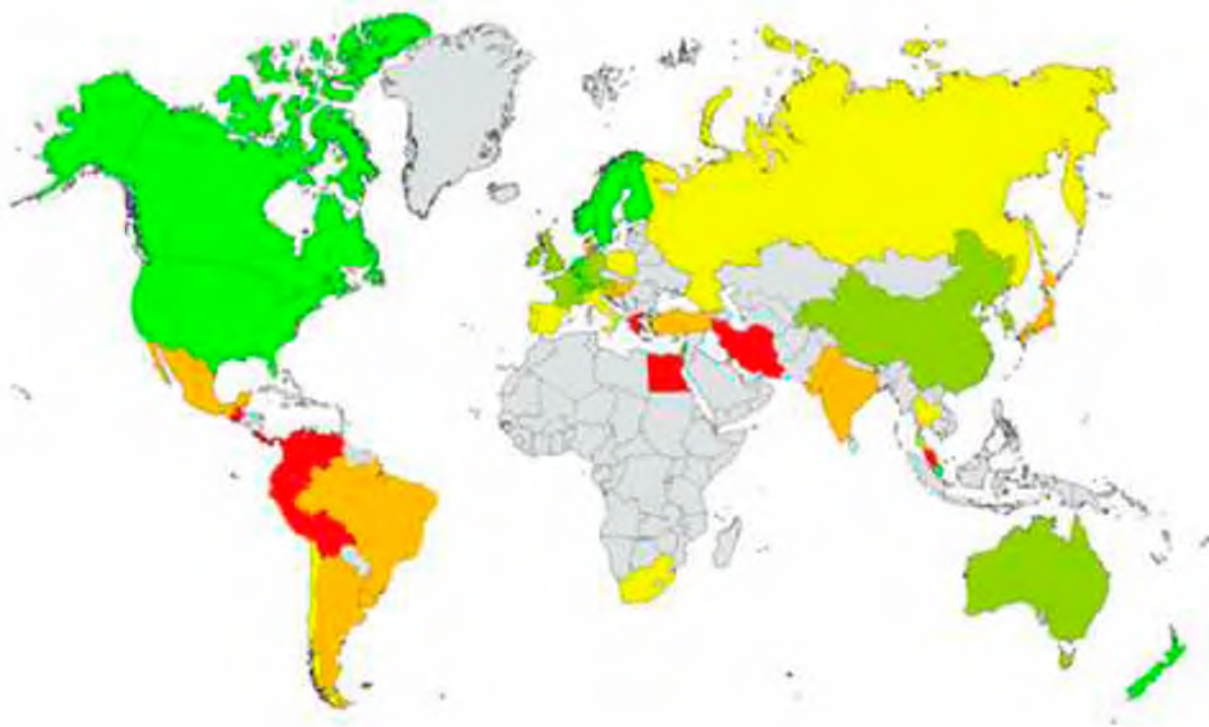
Naturalmente, también es clave el acceso a **fuentes de financiamiento** apropiadas para las distintas

etapas del emprendimiento. La falta de trayectoria y reputación de los emprendimientos suele ser un escollo para ser financiados por vías tradicionales. En las sociedades más favorables para el emprendimiento suele existir una cadena de financiamiento que cubre las distintas fases del ciclo de vida de la empresa y que incluye a los inversores ángeles y a los fondos de capital emprendedor (venture capital).

Otra dimensión importante incluye las normas y regulaciones que pueden afectar directa o indirectamente a los emprendimientos. Podemos citar, por ejemplo, las regulaciones que norman la apertura, operación y cierre de los negocios, como también aquellas que gravan a los inversores. Sin embargo, estas políticas no sólo incluyen aquellas que buscan fomentar el emprendimiento sino también las de

carácter más general. En base a este enfoque, en Prodem hemos construido un Índice de Condiciones Sistémicas para el Emprendimiento que permite analizar los factores que constituyen fortalezas y debilidades sistémicas de cada país y, en base a ello, definir una hoja de ruta para construir el ecosistema. El objetivo de esta herramienta es apoyar la tarea de gobiernos y del resto de los actores interesados en fomentar el emprendimiento.

Según puede verse en el siguiente gráfico, Perú y otros países de la región todavía tienen un amplio sendero por recorrer para construir Sistemas de Emprendimiento efectivos, si se los compara con Estados Unidos, Canadá, Australia, Chile o el Reino Unido, donde se encuentran los ecosistemas de emprendimiento más avanzados del mundo.



## CONDICIONES SISTÉMICAS DE EMPRENDIMIENTO

### RANKING DE PAÍSES

■ Alto
 ■ Medio Alto
 ■ Medio
 ■ Medio Bajo
 ■ Bajo



# ENABLIS SE EXPANDE EN AMÉRICA LATINA

## Modelo innovador que fortalece a emprendedores

Rosa Vervenne, Vicepresidente ENABLIS Para América Latina

**ENABLIS ENTREPRENEURIAL NETWORK** es una federación de organizaciones sin fines de lucro, cuya misión es fortalecer emprendedores para crear empleos sostenibles y riqueza en países emergentes. Fue fundada en 2003 por iniciativa de Charles Sirois, un canadiense que comenzó su trayectoria como emprendedor junto a su padre y es hoy uno de los líderes en telecomunicaciones y empresas de capital de riesgo. Accenture y Telesystem, empresa de Sirois, en colaboración con el Gobierno de Canadá, hicieron posible los primeros pasos de Enablis para apoyar emprendedores de África a través de un sistema de membresía, y hoy la red cuenta ya con 2400 emprendedores miembros en Sudáfrica, Tanzania, Kenia, Ghana, Ruanda y Argentina.

Enablis ofrece oportunidades de networking, capacitación, financiación y mentorías para garantizar el desarrollo sustentable de sus emprendimientos. Ha otorgado financiamiento por US\$ 17 millones, y, en los últimos 8 años, sus miembros han creado 50.000 empleos.

En marzo de 2011, la red abrió su oficina en Buenos Aires, la primera de América Latina, y cuenta con una red

activa de 48 miembros que pertenecen a diversas industrias y se encuentran en diferentes etapas de negocios, a los que apoya en alianza con otras organizaciones como el Harvard Club de Argentina.

“Con la apertura de Enablis Argentina, se dio el primer paso para crear una red de emprendedores a nivel GLOBAL, que ofreciera más oportunidades de networking a nuestros emprendedores a nivel internacional. Con el modelo federado de expansión, esperamos llegar a más países y emprendedores en América Latina y otros continentes. En Argentina, vemos que Enablis comple-

menta la gran oferta existente de apoyo al emprendedor, por el alcance internacional de su red y la apertura a diversos rubros de la industria que abarcan mucho más que tecnología”, dice Rose Vervenne, Vicepresidente de Enablis para América Latina.

Sus dos grandes fortalezas son su membresía y su metodología. El foco está puesto en el emprendedor, sea cual fuera su emprendimiento, y hace un seguimiento personalizado de sus necesidades para poder ayudarlo. Para ser miembro, el empresario debe sortear un proceso de selección, y, una vez elegido, realiza un Plan de Acción con un coach especializado que le



EVENTO NETWORKING DE ENABLIS



ENABLIS CON SUS MIEMBROS

permitirá establecer sus prioridades de mejora, tanto a nivel empresarial como personal. Ese plan será revisado trimestralmente a lo largo de un año.

Además de acceder a talleres de capacitación y charlas de personas especializadas en temas como marketing, inversiones, asuntos legales, ventas o comunicación, la mayor riqueza de Enablis es el networking, y una de las razones que más mencionan los emprendedores a la hora de explicar por qué les interesa ser parte. No sólo se organizan periódicamente eventos con oradores invitados; también se lleva adelante el programa E-Circles (círculos Enablis), basado en el modelo de foros del Young Presidents Organization (YPO) y adecuado a los emprendedores. Se trata de grupos autogestionados de entre 6 y 10 emprendedores que se reúnen mensualmente para intercambiar experiencias, desafíos y oportunidades, y para lo cual deben realizar un entrenamiento de día completo.

“Todos vamos volcando nuestras experiencias y dudas al grupo y esperamos recibir alguna devolución que amplíe nuestra visión. Es súper interesante ver expresadas las diferentes miradas respecto de un mismo tema. El grupo fue armado por Enablis de forma heterogénea y complementaria y eso es muy positivo para la dinámica y para ver resultados”, dice sobre su E-Circle Guadalupe Martiarena, diseñadora de carteras de cuero de la marca que lleva su nombre, quien ingresó a Enablis en 2012, incrementó su facturación en 50% y armó este año su fábrica propia.

“Enablis nos dio la posibilidad de ampliar nuestra red de contactos estratégicos, vinculándonos tanto con pares como con profesionales ya consagrados, o emprendedores con mucha experiencia que nos permitieron pensar más en grande”.

El programa de Mentoría Internacional también es de los más importantes. Se trata de establecer una relación uno-a-uno entre los miem-

bro y ejecutivos o emprendedores de alto nivel de Canadá. Hace un año, Pablo Pinkus, miembro fundador de Enablis y socio de la famosa chef Narda Lepes a través de su empresa de comercialización de productos gourmet, fue seleccionado para el programa. “Gary es un gran mentor. Sabe escuchar, característica fundamental del rol, y a pesar de desconocer la coyuntura local, tiene un gran sentido de oportunidad y sabiduría. Siempre es un placer hablar con él. Me ha dado muy buenas ideas que ya llevé a la práctica”, dijo Pablo sobre su mentor Gary Colter, empresario con 34 años de experiencia en KPMG, Director del Canadian Imperial Bank of Commerce y de Core Mark Holding Company Inc, A raíz de sus conversaciones mensuales, Pablo expandió su negocio a Chile.

Enablis no es sólo un modelo sino una solución para ayudar a miles de emprendedores a crecer en sus negocios y crear empleos. Sobre todo, lo que buscamos es empoderar a los miembros para que puedan aprender y ganar, soñar y alcanzar eso que sueñan.



# enablis

ENABLIS ES UNA GRAN HERRAMIENTA QUE  
FORTALECE A LOS EMPRENDEDORES,  
CONECTANDO SUS EXPERIENCIAS  
Y ACERCANDOLOS A LOS EMPRESARIOS  
DE MAS ALTO NIVEL



# FINANCIACIÓN ANGEL CAPITAL INTELIGENTE

Global Executive MBA **Marta Patricia Aparicio**, Supervisión de la Cartera de PROYECTOS FOMIN para el Desarrollo de Ecosistemas Emprendedores de América Latina y El Caribe

**E**l acceso a financiación en etapas tempranas de desarrollo es fundamental para la supervivencia y crecimiento de empresas, y aún más importante en el caso de las empresas dinámicas que crecen a una velocidad superior a la de emprendimientos tradicionales, precisando más insumos de capital en espacios más cortos de tiempo.

Esta necesidad de financiación se puede satisfacer con instrumentos de capital o de deuda. Los Fondos de capital emprendedor, proveedores de capital, no pueden apostar por un alto número de operaciones de inversión con un volumen pequeño, dado que los gastos de pre y due-diligence se dispararían, en detrimento de la rentabilidad de esos fondos.

En el caso de la deuda, las entidades bancarias por un lado encuentran serias dificultades para realizar evaluaciones de riesgo de las nuevas aventuras empresariales y por el otro incurrir en “deseconomías de escala” ya que se trata de numerosas operaciones de bajo monto. Consecuencia directa de ello es la exigencia de garantías, arduos trámites burocráticos y el encarecimiento de esta fuente de

financiación para nuevas aventuras empresariales.

Es en este contexto, que la categoría de inversión ángel aparece como una solución para contrarrestar esta falla de mercado para la financiación de empresas dinámicas en etapas tempranas. Pues, el inversor ángel cubre una brecha significativa en el ciclo financiero del emprendimiento que oscila entre los USD 50,000 y USD 1 millón. Los inversores ángeles son individuos con una capacidad

**Los inversores ángeles son individuos con una capacidad inversora media de entre USD 50.000 y USD 1 millón.**

inversora media de entre USD 50.000 y USD 1 millón. Poseen una amplia trayectoria profesional forjada en grandes compañías o empresas familiares en las que han ocupado puestos de máxima responsabilidad. La mayoría de ellos han sido emprendedores en algún momento de su vida y comparten el sentimiento de revertir en la sociedad parte de los ingresos que han obtenido en sus

empresas exitosas a través de su labor como inversores ángeles. Los inversores ángeles en general están interesados en sectores o industrias que conocen, buscan proyectos con alto potencial de crecimiento, equipos comprometidos, cobertura legal para su participación y tienen unas expectativas claras de salida en un horizonte temporal que oscila entre los 5 y 10 años.

El inversor ángel es un inversor de proximidad porque quiere estar vinculado en las empresas en las que participa, aunque esta última característica está cambiando gracias a las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías. La característica más diferenciadora de cualquier otro tipo de inversionista y también una de las más valoradas por los emprendedores a los que asisten, es su aportación de “capital inteligente”, esto es, el inversor ángel no sólo aporta capital financiero en las empresas en las que participa, sino que también contribuye después de la inversión de capital con su know-how y expertise en cuestiones vitales para la supervivencia y el desarrollo de la empresa, despliega toda su red de contactos y la pone a disposición de los emprendedores, acompañando a

estos emprendedores a explorar fuentes de financiación comerciales y de capital emprendedor. En definitiva, el inversor ángel, es un generador de valor y acelerador de crecimiento en las empresas en las que participa.

En América Latina y Caribe los inversores ángeles activos en general poseen varios años de experiencia inversora. Se trata de emprendedores en serie como Casares, el fundador de Patagón, Wanako Games y Lemon Bank, Andy Freire y Santiago Bilinkiso, los fundadores de Officenet o de Ariel Arrieta, fundador de empresas como

consumo. Este perfil, mayormente, corresponde a una primera y segunda generación de empresarios que aunque poseen el capital necesario para actuar como inversores ángeles, tienen aversión a realizar operaciones fuera de su ámbito de actuación, esto es, en sectores que desconocen. Por eso invierten de manera conservadora, diversificando sus inversiones con bienes raíces, activos casi-líquidos y tesorería.

En la categoría de nuevas generaciones de Family Offices se encuentran los hijos y nietos de estos

de multinacionales, que con cierta capacidad inversora ven en la inversión ángel una manera de proyectar su expertise y probar suerte en los negocios apostando por posibles "home runs"<sup>2</sup>.

En América Latina y el Caribe existen un total de 29 redes de inversores ángeles de las cuales tan sólo 21 tienen actividad, en términos de poder contar con un gestor responsable al frente de las mismas y una actividad regular en la identificación y atracción de oportunidades de inversión hacia sus organizaciones. Sólo cuatro países: Argentina, Chile, Colombia y México cuentan con más de una red activa y aún existen muchos países sin actividad ángel desarrollada a través de una red. Sin embargo, en Estados Unidos y Europa existen más de 300 redes. El número de empresas financiadas en la región en el periodo que transcurre entre el 2005 y el 2011, ha sido de 99 con un volumen total de inversión de USD 23 millones, valores discretos en comparación con los \$ USA 22,9 billones y los EUR 4-5 billones de inversión realizadas en USA y Europa respectivamente.

Si bien, queda mucho camino por recorrer para llegar a estos niveles de actividad en la región, no debemos olvidar que hace apenas 10 años el mercado de inversión ángel en Europa también era incipiente y que con el apoyo de iniciativas como de la Comisión Europea y el impulso a la creación de la Asociación Europea de Redes de Ángeles, la inversión ángel se ha posicionado en Europa como la financiación principal de proyectos de emprendimiento y empresas dinámicas de ese continente.

**El número de empresas financiadas en la región en el periodo que transcurre entre el 2005 y el 2011, ha sido de 99 con un volumen total de inversión de USD 23 millones, valores discretos en comparación con los \$ USA 22,9 billones y los EUR 4-5 billones de inversión realizadas en USA y Europa respectivamente.**

V-commex que fue comprada por FOX, quienes entienden muy bien el proceso emprendedor y poseen un patrimonio importante después de vender sus negocios a grandes multinacionales o a Fondos de capital emprendedor.

Además, podemos distinguir entre tres tipos de inversores ángeles potenciales en la región: emprendedores exitosos, nuevas generaciones de Family Offices y altos ejecutivos que provienen de multinacionales. En general, los emprendedores exitosos han acumulado un gran patrimonio gracias al crecimiento de sus empresas en sectores tradicionales como, construcción, distribución o comercialización de bienes de

emprendedores exitosos que han convencido a sus familias para gestionar un pequeño porcentaje del patrimonio familiar (2%-5%) e invertirlo en nuevas aventuras empresariales. La exposición de estas nuevas generaciones a otros mercados ángeles más desarrollados como el de Estados Unidos, en general a través de programas educativos<sup>1</sup>, influye de manera positiva en su apetito para invertir. De ahí que estos inversores se interesen en empresas de nueva creación englobadas en sectores más innovadores como tecnologías de la información y la comunicación, comercio electrónico, biotecnología, energías renovables, etc. Por último, encontramos la categoría creciente de altos ejecutivos

1 Bachelor o MBA mayoritariamente en USA y Europa.

2 Home run es el término con el que se describe a aquellas inversiones ángel que proporcionan una rentabilidad muy por encima de la media, suficiente para compensar la poca o nula rentabilidad obtenida por el resto de proyectos de la cartera de inversión del inversor ángel.

3 En el 2012 en Estados Unidos se financiaron 67.030 empresas a través de inversión ángel por un volumen total de inversión de 22,9 \$ USA billones. Center for Venture Research University of New Hampshire

4 En el 2011 la estimación del tamaño de mercado de inversión ángel en Europa fue de EUR 4-5 billones. EBAN, Comisión Europea 2012

# START-UP CHILE

## Y LA CRUZADA POR EL APRENDIZAJE MULTICULTURAL

Horacio Melo, Director Ejecutivo de Start-up, Chile

**Muchos levantan las cejas al escuchar sobre Start-Up Chile: ¿Una política pública que financia las empresas de extranjeros? ¿Qué tesis fundamenta la existencia de Start-Up Chile? ¿Qué resultados muestra el experimento hasta hoy?**

Start-Up Chile existe desde hace casi tres años. Para posicionar a Chile como el polo de innovación de Latinoamérica, desde el gobierno, atraemos a emprendedores de todo el mundo y los apoyamos con 40 mil dólares y visa de trabajo para que durante al menos 6 meses desarrollen sus proyectos en Chile, interactuando con emprendedores locales. Si bien el programa ya es conocido en el mundo tech, muchos preguntan respecto a sus fundamentos: ¿Por qué una política pública destina recursos fiscales a financiar emprendedores extranjeros? ¿Cuál es el beneficio para Chile?

¿Cómo logra un proyecto así atravesar el escrutinio del Congreso y la opinión pública? ¿Por qué tantos extranjeros? ¿Es que acaso el gobierno de Chile no cree en el talento chileno?

Nuestra respuesta habitual es que creemos en el posicionamiento por la vía de la conexión y no del aislamiento, y que valoramos emprendedores en base a su talento y no en base a las estampillas de sus pasaportes. Esta es apenas la punta del iceberg. Al compartir, a través de este artículo, el razonamiento y contexto específico que sostiene a Start-Up Chile, esperamos inspirar a otros países a diseñar programas de acuerdo a sus realidades particulares.

En los años previos al lanzamiento del programa, el número de emprendedores en Chile iba en aumento. Sin embargo, esos emprendedores no estaban pensando globalmente: enfocados a un mercado chileno de no más de 15 millones de personas,

ponían un techo a sus creaciones al diseñarlas para un mercado hiperlocal.

Los emprendedores de mentalidad global en Chile podían contarse con los dedos. Silicon Valley y los grandes polos de emprendimiento local eran percibidos entre los chilenos como lugares lejanos e impenetrables y los emprendedores chilenos no se imaginaban a ellos mismos compitiendo en esas arenas. El aislamiento geográfico, que históricamente ha influido en la mentalidad nacional, había encontrado también el modo de instalarse entre nuestros emprendedores, dibujando techos. Necesitábamos conectar a los emprendedores de Chile con el mundo y mostrarles que ser un emprendedor global era una opción real y posible para ellos también.

Hubo dos emprendedores nacionales con experiencia global que estaban conscientes de la urgencia de romper



techos entre sus pares chilenos. En 2010, Nicolás Shea y Cristóbal Undurraga ostentaban posiciones desde las cuales podían influir en el recién instalado gobierno con propuestas para incentivar la innovación. Nicolás era Asesor para el Ministro de Economía en temas de Emprendimiento e Innovación, y Cristóbal Undurraga se desempeñaba como Gerente de Emprendimiento en CORFO, la institución de gobierno que se dedicaría a apoyar a los emprendedores chilenos.

Desde ese lugar, delinearón a Start-Up Chile como un programa que combatiera los dos principales problemas que en ese momento tenía Chile para la proliferación de emprendedores globales: 1) la falta de conexiones 2) la necesidad de fomentar una mentalidad global e innovadora, sin límites autoimpuestos. En base a esto, se diseñó un programa que 1) construyera relaciones a largo plazo entre emprendedores chilenos y extranjeros 2) permitiera que los emprendedores se desplieguen por la sociedad chilena encarnando la actitud de vida que buscamos difundir en el país.

Fue así como se diseñó una oferta atractiva para emprendedores extranjeros (40 mil dólares, equity free), que asegurara su interés en participar, en un modelo que potencie la interacción constante entre el talento atraído y los emprendedores locales. ¿El resultado? Los emprendedores chilenos y extranjeros que participan en el programa, trabajan diariamente en un mismo espacio y generan talleres y charlas en los que intercambian habilidades. Es así que, mientras los chilenos aprenden cómo internacionalizarse y ganan contactos clave, los extranjeros aprenden a penetrar, con sus ideas, el espacio latinoamericano.

Además de esta interacción natural entre los participantes del programa, como política pública nos interesa que la vida de los emprendedores beneficiados inspire a otros chilenos a emprender. Para eso, a cada emprendedor de Start-Up Chile –independientemente de su nacionalidad– se le exige comprometerse en actividades de impacto social con personas no participantes del programa. Esto significa que, durante al menos 6 meses, cada emprendedor global de Start-Up Chile invierte parte de su tiempo ofreciendo charlas, horas de mentoría, talleres, conferencias en

emprendimiento Tech que necesitan conocimientos específicos.

A los tres años de iniciado el experimento, el programa ha apoyado ya a más de 700 proyectos. Un 20% de ellos son nacionales; el 80% restante incluye a emprendedores de más de 50 países. Además, el interés de los emprendedores chilenos por participar del emprendimiento global va creciendo, según refleja el aumento de postulantes chilenos (que en este periodo subió de un 10% a un 40%).

Los emprendedores chilenos han caído en cuenta de que las diferencias entre ellos y sus pares extranjeros no estaban en las capacidades, si no que en los techos autoimpuestos. No deja de aumentar el porcentaje de chilenos con emprendimientos globales tanto dentro como fuera del programa Start-Up Chile: hoy se puede hablar de un ecosistema tech global en Chile, en el que los chilenos, luego de trabajar codo a codo con emprendedores globales, avanzan convencidos de que no tienen nada que envidiar al talento internacional.

Chile optó por la convivencia entre emprendedores nacionales y extranjeros porque eso ayudaba a resolver problemas específicos del emprendedor nacional. Nuestra invitación es a que gobiernos y países analicen el contexto de sus emprendedores para diseñar políticas públicas a medida, siempre poniendo el beneficio del emprendedor por delante.

universidades, escuelas y municipalidades por todo el país. Los temas de estos encuentros van desde el relato de sus historias personales como emprendedor (para mostrar a la audiencia que sí es posible ir de Colombia a Silicon Valley, o de México a Berlín), hasta charlas especializadas sobre desarrollo web, para las audiencias ya familiarizadas con el

**Para posicionar a Chile como el polo de innovación de Latinoamérica, desde el gobierno, atraemos a emprendedores de todo el mundo y los apoyamos con 40 mil dólares y visa de trabajo para que durante al menos 6 meses desarrollen sus proyectos en Chile**





# Gestión de Incubadoras: EDUCAR CON EL EJEMPLO

Dr. Rafael García, Director de la Incubadora Ingenio.

**A**l finalizar junio de 2013, la incubadora Ingenio cumplió 12 años (y yo, personalmente, cumpló 5 años al frente de la misma). Creo oportuno compartir algunos elementos de gestión de lo que hemos aprendido –en el acierto y en el error– durante este período.

Desde el inicio, fijamos tres líneas estratégicas de gestión: los clientes, los recursos humanos propios de la incubadora, y las redes de contactos. Esto no es antojadizo, y felizmente, los resultados parecen darnos la razón.

Primero que nada, los clientes. Pues, sin clientes, ninguna empresa existe. Esta verdad es innegable, aunque, lamentablemente, muchas veces ignorada en el ámbito empresarial. En las Incubadoras, la gestión de la relación con los clientes tiene particularidades que conviene destacar. Lo más importante –creo– es que convivimos con los clientes: ellos están ubicados dentro de la incubadora.

Ello facilita las cosas (pues no es necesario trasladarse para reunirse con un cliente) y genera un vínculo personal muy cercano, que es generalmente bueno para gestionar la comunidad de incubados. Lo complicado se presenta cuando un cliente no cumple sus obligaciones, o el proyecto no avanza y es necesario concluir con la incubación.

Los colaboradores internos de la incubadora, por otro lado, son quienes prestan servicios a los clientes. Tengo la suerte de contar con un gran equipo, que ha superado todo tipo de dificultades.

Aunque, con un presupuesto limitado (como ocurre con todas las incubadoras) no es posible tener muchos empleados, ni pagar grandes salarios, siempre se encuentran personas con una vocación de servicio muy alta que comparten los logros de los incubados. Y, con su apoyo, cada año organizamos servicios o eventos nuevos para capacitar a los incubados o para promover el emprendedorismo en nuestro país.

Finalmente, cabe resaltar la importancia de las redes de contactos. Nuestros graduados nos enseñaron esta lección, cuando, en las encuestas que hicimos preguntándoles qué servicio de la incubadora, ellos valoraron más: la capacidad de ingenio de abrirles puertas, de permitirles llegar a lugares donde no hubieran llegado solos.

Por esa razón, somos muy activos en el “ecosistema emprendedor”. Tenemos diario intercambio con otras instituciones que apoyan emprendedores: pre-incubadoras, universidades, redes de ángeles inversores, cámaras empresariales, incubadoras de otros países... la lista, definitivamente, es larga.

Nuestra labor implica una importante inversión de tiempo (de todos nuestros colaboradores internos), pero es una inversión que ha demostrado que se obtiene muy buen retorno. Por ejemplo, sólo por el hecho de lograr ingresar a la incubadora, nuestros clientes se afilian automáticamente a las 3 principales cámaras empresariales.





*Rafael García con todo el equipo en pleno de INGENIO*

riales de Uruguay. Eso les da acceso a mayores oportunidades de participar en eventos empresariales, recibir información calificada, o acceder a actividades de capacitación.

Un área en la hemos puesto hincapié ha sido en la relación con nuestros graduados: aquellas empresas que han completado el período de incubación, y que llevan ahora una vida independiente. Con más de una década de actividad, algunos se han graduado mucho antes de que nuestros incubados actuales ingresaran al proceso de incubación. Ni se conocían. Hemos impulsado actividades de intercambio entre ellos. Tenemos la enorme ventaja de estar ubicados en un parque tecnológico, que además de la incubadora alberga otros clientes de lujo: un museo de ciencias, las dos principales empresas de software de Uruguay, dos de las tres cámaras empresariales citadas antes, el plan de una computadora por niño, una universidad, y alguna empresa

multinacional. Entre ellos, cuatro graduados de la incubadora tienen su centro de operaciones en edificios contiguos al nuestro. El intercambio de experiencias y negocios es allí muy fácil.

Recientemente, siguiendo la idea de una de nuestras colaboradoras, pusimos en práctica una nueva experiencia: poner cara a cara a un grupo de entre tres y cinco graduados, con todos los incubados actuales: la charla es muy fácil y abierta pues los graduados conocen exactamente lo que sienten los incubados actuales, la empatía es total. Saben de sus miedos, de sus incertidumbres, de sus esfuerzos por comenzar a vender sus productos innovadores. Y son muy locuaces para explicar cómo lograron salir adelante con su emprendimiento; y también son muy sinceros en contar sus fracasos y sus errores.

Lo más importante es que esta experiencia mantiene a los graduados

cerca de la comunidad de la incubadora y es muy formativa para los incubados actuales.

Finalmente, qué ocurre con la gestión "clásica" de la incubadora. Aunque no la he incluido en mis tres objetivos estratégicos, es muy importante, al punto que la National Business Incubation Association (NBIA) recomienda gestionar la incubadora como una empresa en sí.

Nosotros compartimos ese concepto y consideramos que la administración de los recursos, presupuesto, inversiones, el edificio, el financiamiento de nuestras actividades, etc. es fundamental. Nuestros clientes, Los incubados, nos ven gestionar la incubadora día a día: cómo nos preocupamos por los costos, cómo pagamos los impuestos, cómo tratamos a nuestro personal. Y eso es también parte de la incubación: estamos obligados a hacerlo bien, pues ellos nos ven en la tarea día a día. Como casi todas las incubadoras, tenemos la suerte de pertenecer a una institución mayor, el Laboratorio Tecnológico del Uruguay. Aunque, nos distingue el hecho de que no pertenecemos a ninguna universidad ni a un gobierno local. Esta característica singular es la que nos ha permitido mantener una gestión independiente, con la que hemos podido ser más eficaces y, por supuesto, más eficientes.

*Dr. Rafael García, Director de la Incubadora Ingenio, frente a un grupo de entusiastas emprendedores.*





# EXPERIENCIAS DE EMPREENDEDORES EN JUNIN

## FABRICA DE MUEBLES CHANO BALBÍN



La fábrica de Muebles, se inicia cuando la señora Mery Pimentel de Balbín tuvo la oportunidad de adquirir dos juegos de muebles en remate, proporcionados por su hermano, el Señor Víctor Pimentel Witron, quien ya se había iniciado en este negocio.

Con el paso de los años y el apoyo de sus hijos ya jóvenes, decide ingresar al proceso de fabricación. Y empieza a diseñar sus propios muebles. Asimismo, incorpora el servicio a domicilio y, además de elaborar sus productos según los requerimientos de espacio y estilos, añade un servicio más: decorado de interiores, lo cual constituye su gran diferenciación con sus competidores.

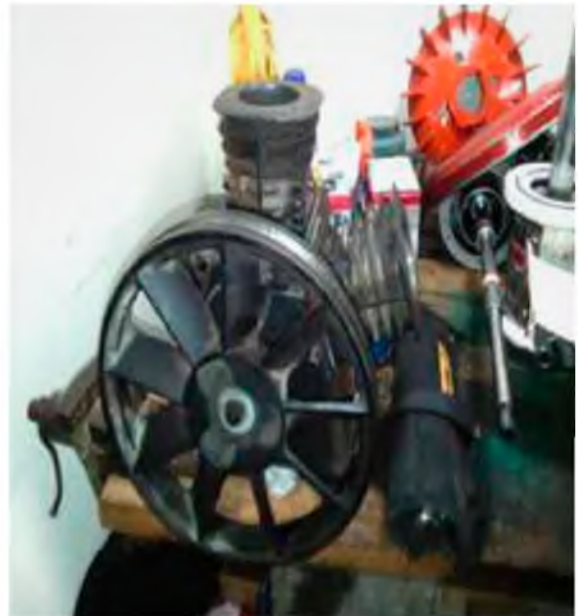
El esfuerzo de la familia Balbín ha dado sus frutos. Actualmente, la empresa cuenta con tres plantas para la estructura, fabricación de muebles, tapizado y acabados. Y se está expandiendo al sector de la construcción: "Mi empresa ha crecido bastante. He podido realizar otra empresa dedicado a la construcción de casas y (ahora proyecto) implementar un hotel ecológico en Pichanaki.

## ELECTRO BAES & HLM SRL

El Ing. Leoncio Baltazar Esteban inicia la empresa, hace 19 años, con el nombre de ELECTRO MEZA SRL y en el año 2012 se convierte en ELECTRO BAES & HLM SRL, empresa que se ubica en la Av. Mariscal Castilla N°1871, en el Parque Industrial.

ELECTRO BAES se ve impulsada por el gran dinamismo que existe en el mercado de reparación y venta de maquinarias orientadas a los sectores agrícola, agroindustrial, eléctrico, maderero, y manufacturero.

Actualmente, su éxito la impulsa a metas cada vez más ambiciosas y se ha enfocado hacia la apertura de talleres para la fabricación de maquinarias especializadas (como compresoras, molinos industriales, tableros eléctricos y montajes eléctricos), pero, a precios asequibles.



# LOS 10 AÑOS DE WAREHOUSE PC

WAREHOUSE PC EIRL, empresa comercializadora de equipos de Cómputo y accesorios, inició sus operaciones hace 10 años, cuando Max Huanca Ticse, su Gerente General, en ese entonces, de solo 21 Años, fue despedido de la empresa donde se desempeñaba como técnico.

Inicialmente, la empresa brindaba servicios técnicos que complementaba con la venta de accesorios. Y, luego de un tiempo, se orientó de lleno a la venta de accesorios.

Aunque, en estos 10 años, WAREHOUSE PC ha sufrido pérdidas, y robos, ha superado los contratiempos y ahora es conocida por la calidad de sus productos y la atención que brinda a sus clientes.

Actualmente no sólo cuenta con cinco establecimientos y un módulo de HP en Real Plaza en la ciudad de Huancaayo. También se ha expandido a Pucallpa, Lima y Huánuco, donde brinda sus servicios con personal especializado.



# CALZADOS “CAPELL” MENDOZA

La empresa nace en el año 2001, como una empresa natural y su nombre comercial es “CAPELL”. Al inicio ofrecía tres tipos de calzados: dieléctrico, zapato de punta de acero y de uso diario. Con el tiempo, buscó especializarse en calzado de seguridad industria, chalecos y mamelucos. Y se orientó hacia los centros mineros y otros sectores que demandan estos productos, ofreciendo, calidad y un precio diferencial en el mercado.

La experiencia ganada, le ha permitido ser seleccionada en reiteradas oportunidades por programas de apoyo a las Microempresas como el Programa Compras MyPerú, que son muy rigurosos en la selección de las empresas que cumplirán con lotes de producción que deben ser entregados de acuerdo a rigurosas especificaciones técnicas y en el tiempo establecido.

Actualmente, CAPELL se ha concentrado en mejorar la efectividad de sus canales de distribución, de modo que sus productos lleguen en el tiempo previsto a zonas alejadas. Más, aun, cuando uno de sus principales retos es convertirse en el principal proveedor de la región Centro.



# CHICHARRONERÍA DOÑA INÉS

Ya desde el año 1962, doña Alejandra estaba pensando en formar su propio negocio dedicado a la venta de chicharrones, pues, desde muy niña sus abuelos le enseñaron los secretos para la preparación de este plato típicamente andino.

Al comienzo, la Chicharronería Doña Inés funcionaba en una pequeña carpa ubicada al frente del estadio Castilla, donde brinda servicio en la actualidad: “Al principio empezamos a vender los chicharrones en pancas de choclo por falta de platos, solo contábamos con 9 mesas de madera”.

Posteriormente, sus padres le brindaron un pequeño terreno, sobre el que ella construyó una casa de adobe, donde seguiría con la venta de sus chicharrones

En el año de 1987, gracias a la iniciativa de don Melitón Carhuamaca, esposo de doña Alejandra, incorporan a la chicharronería la venta de menús para la clase trabajadora.

La empresa ha cumplido ya 43 años de servicio. Ahora cuenta con un local de tres pisos y alquila la parte superior para avisos publicitarios.

Doña Alejandra se emociona al hablar de la evolución de su empresa. Recuerda que no fue fácil llegar hasta donde está, pues, tuvo que trabajar arduamente, pero contó con el apoyo de su familia a quien otorga todo el crédito.

# LACTEOS LA SERRANITA

**H**ace más de 23 años, el padre del empresario Miguel Eduardo Mitterhofer Yañez tenía un establo, ubicado en el anexo de Uñas, en el que contaba con 15 vacas lecheras. En un inicio, la producción de leche se comercializaba a nivel vecinal y local. Sin embargo, ante la creciente demanda, procedieron a fundar la empresa natural, dedicada a la transformación y elaboración de productos a base de la leche como queso en distintas variedades, mantequilla, manjar blanco y yogurt. Su puesto de venta se ubicó en el mercado Modelo de Huancayo, desde donde vieron que el negocio prosperaba gracias al apoyo de la familia.

Con el pasar del tiempo fue creciendo y logró ingresar a nuevos mercados. Comenzó a brindar sus productos a instituciones públicas como el Hospital "El Carmen", el Hospital "Daniel Alcides Carrión", el Ministerio de Salud, así como al Programa Nacional de Asistencia Alimentaria PRONAA, donde brindó desayunos escolares por más de 8 años.

Ahora, también encontramos La Serranita en Huánuco, Huancavelica y Lima, donde ya se saborea sus riquísimos productos lácteos.

Además, la empresa también ha incursionado en el mercado con los helados de crema de leche. Sus módulos de atención al cliente se ubican en el Centro Comercial Real Plaza y en la esquina entre el Jirón Ayacucho y la Calle Real.

Los retos que tiene la empresa son grandes ya que la misma competencia los obliga a mejorar la producción e industrialización de sus lácteos, a emplear maquinaria moderna y a contar con las certificaciones de calidad respectivas, para continuar con su sueño: Seguir expandiéndose a nivel nacional, por medio de la cadena de centros comerciales Real Plaza.



## NOVOCENTRO UNIVERSAL

**E**sta experiencia empresarial se inicia hace muchos años, cuando el Gerente, Marcelino Martínez Galván y la Sub Gerente de NOVOCENTRO UNIVERSAL S.A.C., Ana Cosme Seguil, tenían 20 y 19 años edad y contraen matrimonio. En ese entonces, estudiaban de noche y trabajaban de día.

Ana era costurera y Marcelino se dedicaba a la mecánica fina (elaboración de cocinas) para una empresa local. Entonces, decidieron incursionar en el negocio de las cocinas por cuenta propia. Empezaron con 50 unidades que las vendieron en la Feria Dominical de la Calle Huancavelica.

La acogida de sus cocinas hizo que la producción se incrementara, por lo que formaron la microempresa, Cocinas "Universal". Cuando el mercado se saturó, los empresarios tuvieron que orientarse a la fabricación de camas, estructuras de metal y posteriormente, carpetas. Pero, comenzaron a tener dificultades con el proveedor de melanina, así que decidieron ingresar al mercado de los aglomerados (melanina).

En el año 2005, uno de sus hijos viaja a la ciudad de Lima para entrevistarse con el distribuidor principal de NOVOKOR (empresa ecuatoriana de aglomerados), para su ingreso al mercado del Valle del Mantaro. Es así que se convierten en proveedores de melanina en el Valle del Mantaro, dando origen a NOVOCENTRO UNIVERSAL S.A.C, que atiende tanto a las instituciones públicas, privadas, carpinterías y público en general. Los logros mencionados por los empresarios, también han estado acompañados de muchas dificultades y ellos han sabido superarlos.

Actualmente, la calidad de su servicio y la dedicación que ponen en la atención de sus clientes ha permitido que vayan creciendo. Han incrementado su stock de productos y ahora se han enfocado en incursionar en diferentes provincias de la región Junín, pero ahí no termina el sueño. ¿El siguiente paso? La ciudad de Lima. Pues, como bien dice Ana Cosme, la perseverancia lleva al éxito: "Todos los emprendedores somos capaces de sobresalir, sobre todo los huancaínos. Lo que nos proponemos, lo hacemos con tenacidad, perseverancia, con responsabilidad".



# ADRENALINA TOURS



**A**drenalina Tours EIRL es una empresa huancaína que brinda servicio de viaje y turismo. Funciona en Paseo La Breña N° 125 of. 111-B segundo nivel y, aunque su dueña y Gerente General, Katty Mosquera Cuadros, la fundó hace ya doce años, el 10 de Marzo del 2001, recién se formalizó en el año 2008.

Katty estudió Turismo y Hotelería y cuenta que la principal razón que la motivó a formar su empresa es que, cuando ya estaba en los últimos ciclos de la carrera y empezó a trabajar en agencias de viaje de la localidad, se dio cuenta que las empresas de turismo no se daban abasto frente al crecimiento significativo de turistas quienes, sobre todo en las fechas de feriado largo y/o vacaciones, buscaban conocer los atractivos de la ciudad de Huancayo y sus alrededores, pero no recibían una atención satisfactoria

Así que, con el apoyo de su familia, formó Adrenalina Tours que se fue orientando, principalmente, a turistas nacionales provenientes de la capital, quienes representan casi el 90% de todos sus clientes.

Como cualquier forjador de empresa, también Katty se topó con algunas dificultades, como, por ejemplo, el hecho de que la mayoría de la agencias de turismo en la localidad alquilaban movilidad. ¿Qué hizo nuestra empresaria para superar esa dificultad? Pues, adquirió unidades con préstamos obtenidos de entidades financieras. Ahora cuenta una mini van y un ómnibus, con los que puede ofrecer un servicio confortable y seguro a los viajeros que desean disfrutar del paisaje y los atractivos que la ciudad de Huancayo puede ofrecer.

¿Y ahora, cuál es el reto para Katty Mosquera? Pues, expandirse como empresa y aperturar sucursales en distintas regiones para seguir ofreciendo un servicio turístico de calidad del Perú, manteniendo los estándares del servicio. Pues, como bien lo dice Katty, "el mejor recuerdo que se pueden llevar los turistas es la calidad de servicio" Y, justamente, esa es su arma fundamental para enfrentar a sus competidores.

**I**nnovación Textil S.A.C. se inició en el año 1969, cuando el señor. Víctor Carrillo Cabrera, recién casado y con el apoyo de su esposa, inicia este negocio. En ese momento, desconocía todo del proceso de producción de chompas pero asume el reto.

Los inicios fueron desalentadores, pues vivenciaron todos los problemas que un empresario afronta (el desconocimiento del mercado, la falta de máquinas, el difícil acceso de financiamiento...), pero, la perseverancia y el optimismo fueron su mejor arma y años más tarde lograron posicionarse como una de las mejores empresas textiles en la región Junín. Incluso, ha incursionado en la producción de prendas juveniles.

La empresa siempre ha sido consciente de la importancia de la calidad de sus productos, por ello, desde abril del 2002, viene implantando el sistema de control de calidad con resultados halagüeños.

Actualmente, "Pelo de Oso" cuenta con tres tiendas en la ciudad de Huancayo y dos en la ciudad de Lima, donde viene luchando para posicionar su marca. El siguiente paso será ya el ingreso al mercado internacional.

# PELO DE OSO





# Emprendedores Continental

## Portafolio de Iniciativas Empresariales 2013 - 1



**Conferencia Internacional:  
Dr. Pedro Melquicedec Lozano**



## Portafolio de Iniciativas Empresariales 2013 - 2



## Torneo Empresarial UC





# Emprendedores Continental

## Taller Innovación y Creatividad



## OIT con Diseño de Modas



## Canvas Gastronómico



## Torneo Empresarial IESTPC INSTITUTO CONTINENTAL



# Más Actividades Emprendedoras



Charla informativa Indecopi, registro legal de marcas y logos



Portafolio de Iniciativas Empresariales 2013



Simulador de formalización de empresas



Manejo del SIGE-INEI



Taller de emprendimiento para docentes



Coloquio panorama emprendedor en el Perú



Participantes programa formación de emprendedores  
Vamos Perú



Taller model business canvas



# ¡Aprender para Gestionar SIEMPRE!

Durante el presente año, el Centro de Emprendimiento Continental, Conti-Emprende, realizó charlas y capacitaciones orientadas a apoyar al emprendedor de la región en todo el proceso de formalización de su empresa.

El 2013 se inició con los talleres: Constitución de Empresas y Tributación, Técnicas de Venta y Negociación que se llevaron a cabo en febrero del presente año.

Días después, se realizaron los talleres con los siguientes temas: Calidad y Producción, así como Marketing Virtual y Merchandising, los que continuaron con las jornadas de capacitación organizadas por Conti- Emprende para los estudiantes y emprendedores de nuestra Región.

Luego, ante una nutrida concurrencia, que demuestra el interés enorme de la comunidad emprendedora por su desarrollo, continuaron las jornadas dedicadas a Marketing Virtual para Emprendedores y PYMES (23 de marzo) y la charla informativa Registro Legal de Marcas y Logos (27 de abril).

Cabe recordar, que la Universidad Continental, a través de su Centro de Emprendimiento, siempre está buscando transmitir los últimos conocimientos en tendencias y herramientas tecnológicas que puedan contribuir al desarrollo de las Micro y Pequeñas empresas de la región Junín.



*Estudiantes, aprendiendo a constituir su propia empresa.*



*Alumnos de la Universidad e Instituto Continental, durante Conferencia Internacional.*

## ¡Nuevos emprendedores para un futuro mejor!



El Programa Formación de Emprendedores en Alianza con la Universidad Mayor de San Marcos, Ministerio de Trabajo y la Universidad Continental ha posibilitado que treinta nuevos emprendedores generen empresa.

Las empresas generadas pertenecen a los rubros de alimentos ricos en fibra, productos lácteos, derivados de la miel, bebidas energéticas, medicina alternativa y artesanía.

Entre los servicios, destacan los servicios de construcción y remodelación de viviendas, las soluciones informáticas y los diseños Web.



# Semillas para el desarrollo de Junín

Desde el año 2010, dos mil setecientos cuarenta y ocho alumnos, provenientes de 153 colegios han participado en los Torneos escolares de decisiones empresariales organizados por el Centro de Emprendimiento de la Universidad Continental, Conti-Emprende, como parte del esfuerzo de la Universidad por fomentar el espíritu emprendedor en los centros educativos de la Región Junín, tal como se puede apreciar en el siguiente gráfico:

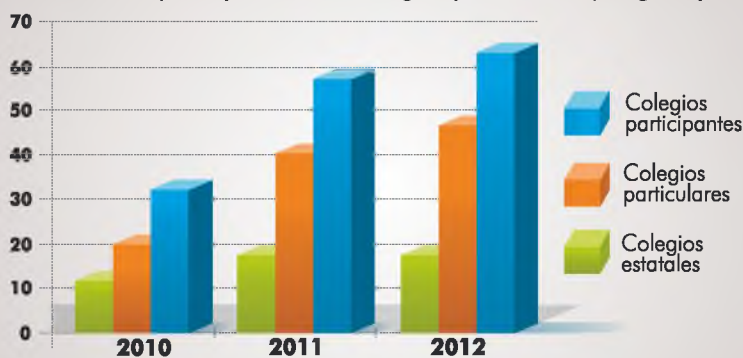
De este total, el 69% de participantes corresponde a Colegios particulares y el 31%, a colegios estatales. En cada caso, como se puede apreciar, el interés por los estudiantes en participar en los torneos de emprendimiento se ha incrementado notablemente. Por ejemplo, Nótese que el año 2010, se inscribieron 20 colegios particulares en el primer Torneo Escolar de Decisiones Empresariales, en cambio el 2011 participaron 40

centros educativos particulares en el siguiente torneo organizado. Lo mismo ocurrió con los colegios estatales. Pues entre 2010 y 2011, el número de participantes también se duplicó.

Ahora bien, solo durante el 2012, dos mil diecisiete alumnos provenientes de sesenta y cuatro colegios, participaron en el Segundo Torneo Escolar de decisiones Empresariales (cuya final se llevó a cabo el sábado 9 de junio) y en el Segundo Concurso Interescolar de Emprendimiento, que se realizó los sábados 13, 20 y 27 de octubre, respectivamente.

En esta oportunidad, los Colegios 9 de Julio de Concepción y Colegio Lorenzo Alcalá Pomalaza de San Jerónimo se hicieron merecedores al Primer Puesto, seguido por los agueridos alumnos de José Carlos Mariátegui (también de Concepción) y del Colegio Winner del Tambo, quienes ocuparon el segundo puesto, respectivamente.

Evolución de participaciones de colegios (2010 - 2012), según tipo.



Fuente: Centro de Emprendimiento Continental.

# Brújula para Emprendedores



## ¡ELLAS SIGUEN MANTENIENDO EL PODER EN EL HOGAR!

El 90% de la compra de los productos que se consumen en el hogar peruano son decididos por el "ama de casa", señaló el country manager de Kantar Worldpanel (KWP), Fidel La Riva. Explicó que el "ama de casa" al que hace referencia está enfocado en el concepto que la define como la mujer que administra el hogar y en esa línea decide la compra. (Fuente: *Diario Gestión*, Abril del 2013).



**GENERAN  
US\$122 MLLS**

Más de US\$ 120 millones sería la cifra en negociaciones que alcanzarían en los próximos doce meses las empresas peruanas que participaron en Perú Moda y Perú Gift Show 2013, según informó el ministro de Comercio Exterior y Turismo, José Luis Silva. El funcionario detalló que llegaron aproximadamente 2000 compradores internacionales provenientes de 63 países, siendo las delegaciones con mayor número de integrantes: Estados Unidos, Brasil, México. (Fuente: *Diario Gestión*, Abril del 2013).

## YOGURES NUTRITIVOS: OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

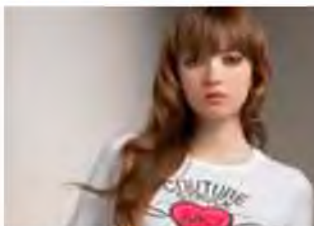
El consumidor está dispuesto a pagar más por un yogur natural que por uno industrial, debido a su mayor valor nutricional. Es así, que el yogur va ganando terreno en la dieta regular de los hogares peruanos. Ello convierte a este producto en una alternativa de negocio. De hecho, cada vez más empresas se dedican a la producción del yogur natural, elaborado a base de frutas, sin usar saborizantes.

(Fuente: *Diario Peru21*, Abril del 2013).



## ¿QUÉ PREFIEREN LAS ADOLESCENTES?

Según estadísticas de Quality Research, el 59% de los adolescentes sigue la publicidad en redes sociales y sus preferencias (sobre todo en el segmento femenino) se orientan hacia música, ocio, ropa y calzado. (Fuente: *Diario Gestión*, junio 2013)



## GANANCIAS NETAS DE INRETAIL AUMENTARON EN MÁS DE 75% EN EL 2012

La compañía InRetail, brazo minorista del Grupo Intercorp logró una facturación de S/.4.784 millones el año pasado, 12,8% más que el 2011, y registró un total de S/.4.784 millones en ingresos totales durante 2012. De acuerdo con datos reportados a la Superintendencia del Mercados de Valores (SMV), el aumento en la facturación de la empresa se debió a la apertura de nuevos locales y al crecimiento en las ventas en todas sus tiendas existentes. La utilidad operativa del brazo minorista de Intercorp totalizó S/.218 millones el año pasado, 76,7% más en relación a los S/.124 millones del 2011. (Fuente: Diario El Comercio, Abril del 2013).



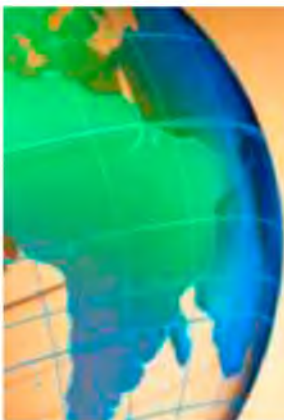
## JIRÓN DE LA UNIÓN: LA SEXTA CALLE MÁS CARA DE AMÉRICA LATINA

Un estudio de la inmobiliaria Colliers revela que el conocido jirón limeño es considerado la sexta calle más cara de América Latina, debido a que cada metro cuadrado que se alquila en La Unión cuesta en promedio US\$66,87, ello debido al sostenido avance del sector "retail" en el Perú, que viene empujando al alza la valorización del concurrido y tradicional jirón. El estudio detalla, además, que las zonas más costosas en el mundo están en Estados Unidos y Europa. (Fuente: Diario El Comercio, Abril del 2013).



## AMÉRICA LATINA A LA CABEZA DE LAS INVERSIONES

Durante el año 2012, América Latina ha desplazado a Europa (antaoño considerada como uno de los destinos favoritos de las inversiones en el mundo) y se ha convertido en una de las regiones con mayor inversión extranjera directa. (Fuente: Diario El Comercio-Portafolio Económico, Julio 2013)



## ¡SECTOR PECUARIO CRECE!

Según informa el Ministerio de Agricultura y Riesgo (MINAGRI), la actividad avícola, durante este año, creció en un 3.0% con respecto al año anterior. El mismo despunte se observa con las demás actividades pecuarias: la crianza de porcinos creció en un 5.7%; la de vacunos, en 1.2% y la producción de huevos, en un 11.5. (Fuente: Diario Gestión, julio 2013)

## PRODUCCIÓN DE CACAO SUBIRÁ EN UN 20%

La producción peruana de cacao, para el 2014, se incrementará en un 20% respecto a la esperada para el presente año, según informó el viceministro de Agricultura. Cabe recordar, que el 2012, llegó a 58,600 toneladas. (Fuente: Diario Gestión, junio 2013)



# WEBS ÚTILES PARA EL EMPRENDEDOR



## CONTI EMPRENDE, LA WEB DE EMPRENDEDOR CONTINENTAL

<http://www.continental.edu.pe/contiemprende/>

Conti-Emprende es un Programa Especial creado para fortalecer las capacidades y habilidades emprendedoras de los estudiantes y egresados de la Corporación Continental, brindándoles herramientas que les permitan generar ideas y empresas potenciales e innovadoras y así lograr un nivel competitivo en el mercado.

Es así que brinda talleres de capacitación en generación de ideas de negocios; Talleres de formación de emprendedores; brinda asesoramiento técnico y orienta en constitución de empresas naturales y jurídicas; realiza el monitoreo de negocios existentes y asesoramiento técnico y, finalmente, lleva a cabo los procesos de pre-incubación e incubación de empresas.

Si desea recibir mayor información acerca del Centro de Emprendimiento Continental puede escribir a [conti-emprende@continental.edu.pe](mailto:conti-emprende@continental.edu.pe)



## AUDIOS SOBRE MARKETING Y GESTIÓN DE EMPRESAS

[www.ivoox.com](http://www.ivoox.com)

Este es un canal de audio y radio por internet donde encuentras miles de "podcast" sobre diferentes temas: historia, ciencia, música, deporte y otras disciplinas. Lo más importante, incluye una categoría llamada empresa y tecnología. Allí se puedes escuchar charlas, entrevistas, conferencias y relatos sobre desarrollo personal, marketing y estrategia, negocios en internet y tecnología. No olvides, los archivos se pueden descargar en la misma web.



## LATINOS UNIDOS PARA DIFUNDIR EL EMPREDIMIENTO:

[pulsosocial.com/](http://pulsosocial.com/)

Un equipo de personas de diversos países se han unido para difundir casos y noticias de emprendimiento, tecnología y especial media. Además de los interesantes post, la página incluye un canal de televisión por internet (pulsosocial channel), donde se puede encontrar interesantes entrevistas a empresarios, así como también una sección de conferencias y exposiciones.



## ¡HABLEMOS SOBRE FINANZAS

[www.emprendedores.es/empresa/finanzas](http://www.emprendedores.es/empresa/finanzas)

Esta página es la versión on line de la revista "emprendedores" y cuenta con muchas secciones de interés para el emprendedor (marketing, gestión, estrategia, tecnología, etc.). Por ejemplo, solo sobre compras en el sector financiero, puedes encontrar más de cincuenta artículos, que pueden servirte de guía. Además, encontrarás un diccionario de términos especializados.

# LIBROS PARA EL EMPRENDIMIENTO



## EL CAMINO EMPRENDEDOR

### Ser Soñar y Hacer

Javier Zapata  
Editorial Malabares Perú, 2013

En todo el mundo los emprendedores forman asociaciones civiles, difunden cultura, mejoran el entorno, generan nuevos negocios para las compañías donde laboran o crean su propia empresa; inspiran a nuevos emprendedores.

Este libro busca derribar algunos mitos comúnmente aceptados sobre el emprendimiento, prestando atención a los inicios, a los momentos más duros, a las dudas que atravesaron y a los fracasos que superaron diversos emprendedores, y reconociendo estos obstáculos como parte importante del camino.

## EL MÉTODO LEAN STARTUP

Eric Ries  
Editorial Deusto S.A, España 2012

El método Lean Startup ofrece a los emprendedores de grandes y pequeñas empresas la mejor manera para poner a prueba su visión, para adaptarla y ajustarla a distintos escenarios. Con él, las empresas pueden aprender nuevas maneras de crear nuevos productos y pueden llegar a ser más eficientes en el uso del capital.



## GENERACIÓN DE MODELOS DE NEGOCIOS

Timothy Clark, Alexander Osterwalder  
Editorial Deusto SA España, 2012

“Generación de Modelos de Negocios” muestra una visión integrada del elemento más importante de una empresa: su modelo de negocio. Es un libro práctico, y visualmente muy atractivo, en el que se exploran los componentes de un modelo de negocio, los tipos más habituales y sus claves así como la forma de diseñarlos y replantearlos. En fin, este libro te ayudará a entender a la empresa como un todo y a comprender las relaciones entre sus componentes.



## THE ENTREPRENEUR'S GUIDE TO CUSTOMER DEVELOPMENT

ERIC RIES  
EDITORIAL CROWN BUSINESS 2011, INGLES

Este libro se basa en la metodología “Customer Development” y se orienta a las ventas y validación del cliente. Trata sobre cómo diseñar una estrategia de ventas repetible y estructurada y, aunque la mayoría de los ejemplos que utiliza se centran en casos de negocios entre empresas, también resulta aplicable a la venta al consumidor.



**INSTITUTO  
CONTINENTAL**

**Primer instituto tecnológico con  
carreras Acreditadas en el Perú**



# Carreras profesionales con gran demanda laboral

## Escuela de Diseño y Tecnología

- Computación e Informática
- Diseño de Interiores
- Diseño Gráfico Publicitario
- Diseño de Modas

## Escuela de Gestión y Negocios

- Administración
- Banca y Finanzas
- Contabilidad
- Secretariado Ejecutivo

## Escuela de Gastronomía y Arte Culinario

- Gastronomía y Arte Culinario (3 años)
- Chef Continental (1 año)

### Informes e inscripciones:

Calle Real N° 125 – Huancayo  
Central Telefónica (064) 481430

[www.instituto.continental.edu.pe](http://www.instituto.continental.edu.pe)

[f /instituto.continental](https://www.facebook.com/instituto.continental) [t @ins\\_Continental](https://twitter.com/ins_Continental) [i icontinental](https://www.instagram.com/icontinental)



**UNIVERSIDAD  
CONTINENTAL**



# Exigencia académica para grandes cambios

- Facultad de Ingeniería
- Facultad de Ciencias de la Empresa
- Facultad de Derecho
- Facultad de Ciencias de la Salud
- Facultad de Humanidades

Encuétranos en:

 /uni.continental  @UContinental  conticanaltube

[www.universidad.continental.edu.pe](http://www.universidad.continental.edu.pe)

