



# Para Emprender

Número 2 / Año 2

Agosto /2012



## EMPRENDEDORES EN ACCIÓN

- Armando Propuestas de Inversiones
- Emprendedores en el mundo
- Casos Exitosos de Emprendedores en Junín

Emprendedores ■  
Continental

Colegios en Acción ■

Brújula, webs y libros ■  
para Emprendedores

# Presentación



**José Barrios Ipenza**  
Vicepresidente Ejecutivo  
del Directorio Corporativo  
Educativa Continental



Desde sus inicios, la historia de la humanidad ha estado llena de pioneros, quienes marcaron el camino que orientaría a muchos otros en las distintas actividades humanas. Sin embargo, los constantes cambios que ha experimentado el mundo debido al avance de la ciencia y la tecnología, a los altos niveles de desempleo y a la baja calidad de los empleos existentes, han orientado el camino de estos pioneros hacia el ámbito de los negocios y, en las últimas décadas, el emprendimiento se ha convertido en la actitud clave que define el éxito en el ámbito empresarial.

Justamente, desde el punto de vista etimológico, el término emprendimiento –que proviene del francés entrepreneur (pionero)- se refiere a la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional por alcanzar una meta u objetivo. Y, en la actualidad, esta actitud define a aquellos empresarios innovadores que renuncian a la aparente estabilidad económica que ofrece un empleo y emprenden nuevos retos con los que se alejan de sus competidores por las propuestas de valor que ofrecen para nuevos mercados.

Este segundo número de “Para emprender” lo hemos dedicado a los jóvenes emprendedores que apuestan por el cambio y contribuyen al desarrollo de nuestra región. Por ello, en esta oportunidad, presentamos experiencias exitosas de emprendedores en el mundo, así como ideas para propuestas de inversión rentables y consejos útiles para todo aquel empresario que apueste en una nueva idea de negocio.



ISSN versión Impresa:  
2304-8964

Depósito Legal  
201209243

#### Directora:

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

#### Editora:

Lic. Alicia Tello Berenstein

#### Colaboradores:

Antonio R. Díaz, Director General  
Parque Científico de Madrid - España

José Alberto Sampaio Aranha  
Director Del Instituto Génesis De La PUC  
Rio De Janeiro - Brazil

M.C Claudia Ibarra Baidón  
Directora del Sistema Estatal de  
Emprendedurismo. Secretaría de Educación.  
Jalisco - México.

Luis Carlos Arraut Camargo  
Universidad Tecnológica de Bolívar - Colombia.

#### Dirección:

Av. San Carlos Nro. 1980. Huancayo - Perú

#### Correo Electronico

revistaparaemprender@continental.edu.pe

#### Impreso en:

Corporación D´Acuarela EIRL

# Sumario



**2**

Nuestro Espíritu emprendedor: Estudio ¿Cuántos Alumnos quieren emprender su propia empresa?



**6**

Armando Propuestas de Inversiones



**11**

Emprendedores en el mundo: Colombia - España Brasil - México



**16**

Experiencias de Emprendedores en Junín



**18**

Emprendedores Continental



**19**

Colegios en Acción



**20**

2do Torneo de Emprendimiento



**21**

Brújula para Emprendedores



**22**

Webs para emprendedores



**24**

Libros para Emprendimiento

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



# Nuestro Espíritu Emprendedor

**Estudio**

**¿CUÁNTOS ALUMNOS QUIEREN EMPRENDER SU PROPIA EMPRESA?**

Elaborado por el equipo de trabajo de Conti-Emprende

Se aplicó un sondeo de opinión a los estudiantes de las diferentes carreras profesionales de la Corporación Educativa Continental (Universidad e Instituto) para conocer las expectativas de emprender una empresa propia al finalizar los estudios; para ello, se aplicaron tres preguntas vía intranet disponibles desde el 15 de diciembre del 2011 hasta el 23 de marzo del 2012 con una muestra de 9,158 estudiantes.

Los resultados demostraron que un 22.54% de los estudiantes piensan desarrollar su propia empresa al finalizar sus estudios, en especial las carreras de Administración, Marketing y Negocios Internacionales, Ing. Civil y Contabilidad por el lado de la Universidad mientras que por el lado del Instituto, son "los estudiantes" de las carreras de Admi-

nistración, Gastronomía y Diseño Gráfico quienes proyectan generar su propio autoempleo a través de la generación de un negocio.

Ante la pregunta: ¿Te consideras emprendedor?, un 47.17% de los estudiantes de la Corporación

Educativa Continental nos responde que "Sí, bastante" y luego en detalle, observamos una ligera diferencia entre los resultados de identificación en los estudiantes del Instituto con un 50.78% y un 46.17% en la UC. Ver la Tabla No 01. Siguiente:

**TABLA: ¿Te consideras emprendedor?**

ALTERNATIVAS	UC		ISTPC	
	Cantidad	%	Cantidad	%
Sí, bastante	3399	46.17	912	50.78
Sólo lo necesario	1736	23.58	347	19.32
Más o menos	1211	16.45	299	16.65
Un poco	640	8.69	150	8.35
No	376	5.11	88	4.9
<b>TOTAL</b>	<b>7362</b>	<b>100</b>	<b>1796</b>	<b>100</b>

Fuente:  
Sondeo vía intranet del 15/12/11 al 23/03/12 a una muestra de 9,158 estudiantes

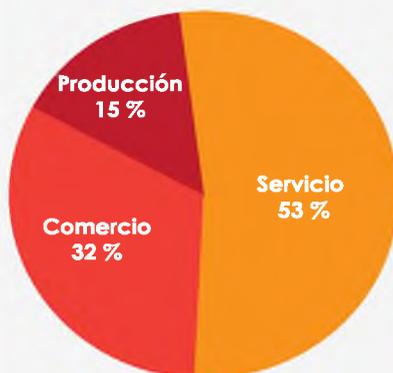


Si bien, se pudiera pensar que todos estos estudiantes con espíritu emprendedor provenían de familias que ya, actualmente, cuentan con una empresa, el resultado obtenido rompió este paradigma, pues, solo el 19.38% de los encuestados contaban con su propia empresa. De este total, el 20.13% correspondía a alumnos universitarios y el 16.31%, a los alumnos del Instituto Continental. ¿Y en qué carreras se concentró la mayor cantidad de alumnos con empresas propias? Aquí encontramos una constante, pues, en el caso de la Universidad, estos alumnos provenían del ciclo regular de Administración, Marketing y Negocios Internacionales (4.36%) e Ingeniería Civil (2.81%). ¿Y en el caso del Instituto? Pues, los alumnos con empresas propias están concentrados en las carreras de Administración (6.74%) y Gastronomía (2.9%).

Ahora bien, si consideramos que la Región Junín se caracteriza por una floreciente agricultura y por el repunte de sus exportaciones de alcachofa, trucha, flores, trabajos en plata y artesanías, este hecho no se refleja en los resultados de la encuesta, puesto que 53.0% de los encuesta-

dos con empresas propias están orientados al sector servicios. Del 80.62% que manifestó "no tener su propia empresa"; un 44.30% responde que "sí quiere tener su propio negocio" mientras que un 2.63% no tiene proyectado generar su propio autoempleo.

**Gráfico : ¿En qué sector se ubica la empresa que tienes?**



Fuente:  
Sondeo vía intranet del  
15/12/11 al 23/03/12 a  
una muestra de 9,158  
estudiantes



Los retos que plantea el Siglo XXI nos llevan a la gestión del conocimiento y al emprendedurismo como las llaves maestras que van a impulsar el desarrollo. Todavía, una gran parte de estudiantes se proyecta a trabajar como dependientes, es decir, no internaliza la necesidad de autogestionar su propia empresa y apoyar al desarrollo y a la generación de empleo en la región.

La tarea es ardua y es por ello que el Centro de Emprendimiento Continental viene organizando un conjunto de actividades que ayude a despertar y desarrollar el espíritu empresarial de todos los estudiantes mediante la organización de seminarios, simuladores vivenciales, talleres especializados, ferias virtuales de planes de negocios, concursos tanto internos como externos entre otros afines con un enfoque global, innovador y competitivo.

Ficha Técnica	
Universo:	Estudiantes de las diferentes carreras profesionales de la Corporación Educativa Continental
Tamaño Muestra:	91.58
Tipo Muestra:	Aleatoria simple
Margen de error:	5%
Nivel de Confianza:	95%
Fecha de aplicación:	Del 15/12/11 al 23/03/12



# ARMANDO PROPUESTAS DE INVERSIONES

Hasta la fecha, Conti-Emprende ha desarrollado cuatro ferias virtuales de planes de negocios, [www.ucci.edu.pe](http://www.ucci.edu.pe). En las que los alumnos de la Corporación Educativa Continental, con 77 proyectos presentados, han demostrado que, cuando se trata de buscar ideas de negocios innovadoras y rentables, no hay límites. Aquí mostramos cinco ideas muy atractivas que nos presentan desde una Coffee - Lavandería Autoservicio hasta sabrosas mermeladas de cactus.



## Sazonando con... Jorita

Jorita SRLtda. es una propuesta de inversión presentada de la carrera de Administración, Marketing y Negocios Internacionales: Zaira Castro, Ana Centeno, Jhoanna Figueroa, Andrés Güere, Shirley Herrera, Carlos Rau y Nataly Tueros, quienes buscan ingresar al mercado con sazonadores.

Estos sazonadores serán presentados en cajitas, cada una de las cuales contendrá dos cubitos envueltos minuciosamente para su preservación

**SAZONADOR JORITA**  
VAN: S/. 144,826.11  
TIR: 123%



## Mmmm... ¡Mermelada de cactus!

Sherly Córdova, las hermanas Maricruz y Guisela Quiñones, Helen Granados, Roxsana Toscano y Blanca Maraví, alumnas de la carrera profesional de Gastronomía y Arte Culinario del Instituto Superior Tecnológico Continental aprovechan las enormes propiedades de la familia de las cactáceas y presentan una idea de negocios muy interesante que consiste en la comercialización de mermelada de cactus, la que se ofrecerá en distintas presentaciones.



## Bebidas saludables al alcance de la máquina

Cristian Anticona Beraún, Janet Congachi Nestares, Aldo Torrejon Lino y Luis Meza Alania, alumnos de las carreras de Ingeniería Civil, Derecho, Psicología e Ingeniería de Sistemas presentan el proyecto con el fin de brindar al mercado, máquinas expendedoras que ofrezcan bebidas saludables elaboradas a base de cebada, maní, soya y maca.

**BEBIDAS SALUDABLES**  
**VAN: S/. 341,609.91**  
**TIR: 53%**

A su vez, estas bebidas podrán ser combinadas con frutos deshidratados como higos, pasas, manzana y plátano, al gusto del cliente.



## Naturalmente Dulce...

Es un proyecto presentado por Rocío Arias, Lila Bendezú y Yeni Zumalabe, quienes son alumnas de la carrera de Administración, Marketing y Negocios Internacionales.

Ellas quieren ofrecer a todos los dulceros, confites elaborados a base de hierbas naturales de la propia región como son, por ejemplo, la hierba luisa, muña, hierba buena y la borraja.

**NATURALMENTE DULCE**  
**VAN: S/4, 833,197.87**  
**TIR: 141%**



## ¿Un cafecito mientras lavas?

Cecilia Balbín Rodríguez, Nnizkar Gonzales Gamarra, Augusto Martínez Campian, Aldo Mestre Reynoso; Diana Piñas Zumalave., Daniel Quintanilla Gonzales, y Alex Taipe Balbin, se apiadaron de la hora de agonía que pasa uno en una lavandería autoservicio y presentan una propuesta muy interesante: la primera lavandería autoservicio que incluya una cafetería para distracción y espera de los clientes.

La empresa, denominada "Coffe-Lavandería a Autoservicio", brindaría las facilidades para que los clientes puedan lavar a su gusto, mientras pueden degustar desde un capuccino hasta un frapuccino, por supuesto, con el complemento obligado de un riquísimo postre.

**COFFE- LAVANDERÍA:**  
**VAN: S/ 144,896.06**  
**TIR: 162 %**

# **La innovación en el mundo:** **Tareas emprendidas**

**Las Experiencias de Colombia, España, Brasil y México.**



# EART - TIERRA MAGNALA INNOVACION EN UNA EMPRESA DEL SECTOR TURISTICO

Colombia

(EXTRACTO DEL LIBRO "LA INNOVACIÓN EN CARTAGENA Y BOLÍVAR. TRES CASOS EMPRESARIALES" ESCRITO POR LUIS CARLOS ARRAUT CAMARGO Y ZULY CORREA CANTILLO. UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR, ABRIL 2012.)



LUIS CARLOS ARRAUT CAMARGO  
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE  
BOLIVAR - COLOMBIA.

## “La Idea de negocio que hace historia”

Fundada en el 2003, EART (Empresa Administradora de Recursos Turísticos Patrimoniales) surge con el objetivo de crear productos atractivos para las personas que visitan el patrimonio cultural o natural de Cartagena de Indias, para que puedan conocerlos de una manera muy amena y completa. Esta compañía es la encargada de la comercialización de los productos y administración de bienes inmuebles de valor patrimonial cultural o natural, con énfasis en la aplicación de tecnologías de vanguardia en el diseño y creación de productos que faciliten recorridos atractivos por Cartagena. Tierra Magna es una marca de EART.

La empresa tiene como misión ofrecer soluciones innovadoras de tecnología, especializadas en la

administración y puesta en marcha de recorridos culturales y turísticos multimedia en bienes inmuebles de valor patrimonial y cultural o natural.

EART recrea los bienes históricos y naturales de una forma amena e innovadora, llegando a todos los sentidos de los visitantes; la propuesta museográfica y de infraestructura de servicios de eart, eficiente y adecuada, facilita su comprensión.

## Productos innovadores en EART

Tierra Magna, una marca EART, desarrolla productos innovadores que buscan favorecer y resaltar los recorridos culturales y naturales. Dentro de esos productos y/o servicios tenemos:

- La Cartagena de García Márquez.
- La Catedral de Cartagena.
- El Templo de Santo Domingo
- El Castillo de San Felipe.
- También ofrece paquetes de servicios turísticos entre los que podemos mencionar:
- Recorridos culturales con audio-

guías para conocer monumentos patrimoniales y el Centro Histórico.

- Alquiler e equipos exclusivos de sistema de audio inalámbrico (Grupos TGS), para paseos por la ciudad.
- Administración por outsourcing o concesión sobre bienes inmuebles de valor patrimonial natural o cultural. Ello incluye, entre otros servicios:

Investigación y desarrollo de guiones históricos y museográficos de los bienes inmuebles.

Producción de audio en diferentes idiomas, dramatizados y musicalizados, videos y dispositivos didácticos para la comprensión de cada inmueble y su contexto histórico y natural.

Administración de taquilla, áreas de alimentos y bebidas, y almacenes de souvenirs.

Venta y/o alquiler de equipos de audio guía y TGS para uso de los visitantes en áreas cubiertas y al aire libre; alquiler de vestuario.

Implementación de software especializado para monumentos y museos.

### Cómo surge de la innovación

La idea inicial del negocio surgió en el 2003, cuando, luego de veintitrés años de trabajar en el sector turístico, María Victoria Maldonado y sus dos socios concluyeron que era necesario mejorar la gestión de patrimonio y actuar coordinadamente con los propietarios o administradores del patrimonio cultural y natural para desarrollar productos que exploraran nuevas formas de empleo y productividad, hacerlos competitivos e internacionalizar su operación con guiones históricos rigurosamente elaborados y en múltiples idiomas y tecnología.

El proyecto tuvo desde el principio el apoyo de la Universidad Tecnológica de Bolívar, que para la época presidía la Incubadora de base Tecnológica de Bolívar. Esta última acogió inmediatamente la idea, en ese momento la entidad era dirigida por la doctora Rocío Corena.

También contó con el apoyo del Sena y del Ministerio de Cultura, y con el respaldo financiero de Bancoldex, el Banco de Crédito y el Fondo Nacional de Garantías.

Como bien se sabe, más que playas, Cartagena tiene un gran tesoro monumental y una historia centenaria. La idea nació, entonces, para satisfacer las necesidades —o desterrar las debilidades— que había por la inexistencia de una



herramienta en materia turística que permitiera, de forma moderna y fácil de manejar, la posibilidad de profundizar en temas históricos y culturales, indispensables para atender a los turistas y potencializar los atractivos turísticos de la ciudad.

Su producto estrella es Tierra Magna, una historia contada frente a los monumentos patrimoniales con ayudas tecnológicas. ¿Cómo funciona?

Se trata de un sistema electrónico de audio guías que permite a los turistas tener acceso a guías personalizadas que ofrecen información histórica y técnica de la fortificación, monumento o recorrido. También se puede elegir el tiempo de permanencia y el recorrido en el sitio; las audioguías están disponibles en español, inglés, francés, italiano y alemán. Con este sistema se pueden hacer dos tipos de recorrido: el básico, que dura alrededor de 45 minutos, y el largo, de dos horas y media.

El viaje por Tierra Magna inicia en la Plaza Santo Domingo. El recorrido del Templo de Santo Domingo, por ejemplo, cuenta la historia de este lugar que tiene más de cuatrocientos años de construido, y que fue atacado y destruido parcialmente por los piratas ingleses. Con una audioguía, paneles didácticos, videos y la recreación de actores ataviados con pomposos vestidos de los tiempos del dominio español, el visitante se transporta a los orígenes del templo, en el siglo XV. Al entrar a la iglesia, los turistas prenden las audioguías - parecidas a un discman - que los acompañan en todo el recorrido. Reciben, además, un mapa con las doce estaciones en las que se dividió la historia de Santo Domingo, el templo que domina la plaza del mismo nombre y donde se encuentra la gorda "Gertrudis", la escultura que donó a la ciudad el maestro Fernando Botero. En cada estación el visitante encuentra una pantalla de video con imágenes que complementan la historia hablada. Como sucede en los grandes museos del mundo, el turista, a medida que llega a una estación determinada, presiona el número correspondiente en la audioguía para continuar con la historia.

### "La Cartagena de García Márquez"

«La Cartagena de García Márquez. Historias reales e imaginarias» es el nombre de este paseo literario por los portales, jardines, casas y escondites que presenciaron los amores contrariados de Florentino Ariza y Fermina Daza en El amor en los tiempos del cólera.

También permite al visitante recorrer el convento donde ingresó la niña Sierva María en Del amor y otros demonios o visitar la casa de su padre, el extraño marqués de Casalduero, además de otros lugares vinculados a la literatura y a la historia personal de García Márquez.



## LA CRISIS ECONÓMICA, UNA OPORTUNIDAD PARA EL CAMBIO DE MODELO PRODUCTIVO

Sede del Parque Científico de Madrid.

**POR ANTONIO R. DÍAZ**  
DIRECTOR GENERAL

PARQUE CIENTÍFICO DE MADRID

La crisis actual que vive Europa, en general, y España, en particular, ha puesto de relieve la necesidad de un cambio del sistema productivo hacia un modelo basado en el conocimiento.

Al respecto, España puede afirmar que investiga mucho, e investiga bien. En 2004, un análisis realizado sobre la literatura científica que aparece citada en páginas de las patentes estadounidenses reveló que el 40% de las citas se referían a trabajos de autores españoles publicados en revistas de investigación básica. Sin embargo, en la mayoría de los casos, España no llega, a transferir esta investigación a las empresas para que la conviertan en productos innovadores accesibles a la sociedad. Por tanto, el que esta investigación se traduzca en un producto o servicio para el mercado es el reto que debe marcarse España, si

quiere virar hacia el citado modelo productivo basado en el conocimiento.

### **Ecosistemas de la Investigación**

En este contexto, los Parques Científicos y Tecnológicos españoles, se erigen como ecosistemas que apoyan a los investigadores y a las empresas quienes apuestan y creen en la necesidad de esa transferencia tecnológica.

Las cifras hablan por sí solas. A finales de 2010, los Parques Científicos y Tecnológicos contaban con 145.155 trabajadores. De esta cantidad, 25.443 personas trabajaban directamente en tareas de I+D (Investigación y Desarrollo). La cifra global de facturación durante dicho año alcanzó los 21.475 millones de euros. Y sólo el Parque Científico de Madrid alberga, en estos momentos, 150 empresas de base tecnológica, quienes, día a día, demuestran que la transferencia es posible.

Ejemplos hay muchos. Se puede citar a la empresa Diomune, que

ha lanzado una vacuna autoinmune contra la leishmaniosis canina; o a MyGen, quien ha puesto en el mercado kits para detectar la predisposición genética a la obesidad o la diabetes. También podemos citar a Álamo Consulting, que cuenta con un programa informático para ayudar a las mujeres víctimas de violencia de género, o Qoolife, una plataforma web para ayudar a los familiares que atienden a enfermos crónicos desde el hogar. Estos son ejemplos de un largo etcétera de empresas biotecnológicas, nanotecnológicas, quimiotecnológicas y de las Tecnologías de la Información, compuestas por personas emprendedoras que creen en una idea y luchan por hacerla llegar al mercado y así revertir en un mejor bienestar social.

### **Una lucha incesante**

Pero no todo es un camino de rosas. En el Parque Científico de Madrid, somos testigos de la lucha diaria de estos emprendedores, científicos y tecnólogos por lograr



sus objetivos, y para ello la financiación que les permita avanzar en sus investigaciones y poder hacer real esa transferencia del conocimiento.

Hasta hace poco tiempo, las empresas podían basar sus vías de financiación en las ayudas y créditos públicos. Una vez que, en Europa, el sistema de las administraciones públicas ha caído en una dramática crisis, se hace necesario trabajar con el sector financiero privado o buscar financiación en el extranjero para encontrar apoyos a la I+D+i.

Hacer que las pequeñas empresas tomen conciencia de que estamos en un mundo donde las fronteras ya han desaparecido y que tienen que mirar hacia el mercado global, incluso en la obtención de recursos, es todo un reto.

En cuanto al trabajo con el sector privado, se ha de abordar desde dos frentes: por una parte, es necesario implicar a inversores que quieran apostar por negocios emergentes basados en el conocimiento. Estos inversores han de saber que, lejos de tratarse de inversiones de riesgo, estas empresas son el verdadero valor de futuro tal y como declaró M<sup>o</sup> Luisa

Castaño, Subdirectora General de Colaboración Público-Privada del Ministerio de Economía y Competitividad de España, en el marco de unas jornadas de Nanotecnología organizadas en el Parque Científico de Madrid. Por otra parte, las grandes y pequeñas empresas han de estar abiertas a acercarse a los grupos de investigación y empresas de base tecnológica para descubrir cómo los últimos avances pueden repercutir en la eficacia de los productos que ofrecen.

### **Abiertos al mundo**

Respecto a la toma de conciencia de aprovechar la globalización, las empresas innovadoras tienen que entender que su mercado ya no se limita a la ciudad, región o país en el que se ubican. El mercado es el mundo en su totalidad.

En esta línea, en el Parque Científico de Madrid contamos con un servicio específico de internacionalización y con un programa de soft-landing. Mediante este programa, por un lado, desde el Parque Científico de Madrid apoyamos a emprendedores extranjeros que quieran conocer el mercado español ofreciéndoles un espacio de trabajo, unos servicios de asistencia empresarial y un entorno

de networking adecuado para encontrar "compañeros de viaje", así como un ecosistema donde el emprendimiento y la innovación que se respira les hace sentir como en casa. Hace cuatro años estamos acogiendo en nuestra aceleradora empresas mexicanas y recientemente hemos sentado las bases para acoger empresas chilenas, mediante sendos acuerdos con los gobiernos de estos países. Del mismo modo, a nuestras empresas asociadas les brindamos la oportunidad de tener pasantías en a otros países para abrirse a nuevos mercados. Actualmente tenemos la posibilidad de que acojan a nuestras empresas en México, Colombia, Chile, Brasil Portugal y Argentina. Para ello les facilitamos la estancia en una de las incubadoras del país de destino y les apoyamos en la búsqueda de socios tecnológicos, planificación de agendas de visitas y encuentros, etc. En estos momentos en el Parque Científico de Madrid, además de con RedEmprendia, tenemos acuerdos con Tecparques en Portugal, Corfo en Chile o Techba en Méjico.

Por todo lo dicho, el mundo de la I+D+i tiene, en el momento actual, una oportunidad internacional que no hay de dejar escapar.



# Encuentro de empresarios

**“La vida es el arte de la reunión, aunque hay mucho desacuerdo por la vida”  
(Vinicius de Moraes)**

POR JOSÉ ALBERTO SAMPAIO ARANHA - DIRECTOR DEL INSTITUTO GÉNESIS DE LA PUC-RIO DE JANEIRO

Una de las variables más importantes cuando se habla de la innovación y el espíritu empresarial es el medio ambiente. Se compone de un conjunto de “capital” - en la formación (capital humano), en infraestructura (capital público), recursos financieros (capital financiero); impuestos y burocracia (capital político); avances tecnológicos (capital tecnológico), y en el medio ambiente natural o construido / modificado (espacio de capital). En este artículo, me centraré en la importancia de los seres humanos con su capital, de relación intelectual, social e intergeneracional. El artículo recomienda acciones para mejorar el capital social mediante el aumento de la inteligencia social de las personas y por lo tanto retener el capital intelectual en el entorno de la innovación

La competitividad de las ciudades en la era del conocimiento se relaciona con su capacidad de generar innovación (que depende de la capacidad de convertir el conocimiento en nuevos productos, procesos o servicios a la sociedad). Esta capacidad es uno de

los factores críticos de éxito para la calidad vida de las personas. Cuanto más se genera la innovación, obtenemos más desarrollo económico que, a su vez, provee más recursos para invertir en la calidad de vida, lo cual añade más conocimiento para el proceso y, además, genera más cambios tecnológicos que, a su vez, conducen a una mayor innovación, lo cual provoca un círculo virtuoso como se muestra en Informe sobre Desarrollo Humano del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo - PNUD.

La innovación es un proceso en el que participan diferentes grupos sociales (investigadores, inventores, productores, empresarios, innovadores y de la sociedad civil), cada uno con su propia especificidad, lo cual nos permite ver este proceso desde una perspectiva sistémica y no lineal (Spider 2010). Para ello se requiere una conciencia de “grupo”, con objetivos comunes para su consecución.

La gestión estratégica de los agentes de la innovación, de acuerdo con Senge, (1990), necesita un entorno donde los equipos la perciben de forma continua. Machado y Leitão (2004) sugieren que estos agentes están apoyados por la tríada de aprendizaje - conoci-

miento - el cambio. Por lo tanto, necesitamos una red de emprendedores con capital y, sobre todo, con capital intelectual.

El capital implica la contribución individual de cada persona. Por ello, tenemos que movilizar a la gente para intercambiar y crear juntos. De acuerdo con este enfoque de “comunidad” del capital social, las externalidades positivas generadas por las redes de relaciones interpersonales facilitan el proceso de desarrollo económico. El mayor capital social entre los miembros de una comunidad local, mejor para la sociedad en su conjunto.

Pero, ¿cómo hacer que los diferentes actores del proceso de innovación puedan emplear las redes sociales, como ejes importantes para el desarrollo del capital social? - Pues, colocando una interfaz entre ellos, que comience por el empresario innovador, quien puede entender, traducir y dar lugar al conocimiento, el cual luego podrá llegar al mercado.

Este empresario, que actúa como catalizador de los diferentes actores de la innovación, y ayuda al fortalecimiento de una red social de la innovación,

es el denominado empresario cí- vico, quien articula a los diferentes empresarios locales y permite la formación de una comunidad verdaderamente innovador (Spider 2007).

Este fenómeno se produjo en Atenas, Bagdad, Florencia y, recientemente, en Stanford y Boston ( EE.UU). y Santa Rita y San José dos Campos (Brasil) (Spider 2012). Como bien afirma Klaus Schwab, creador del Foro de Davos 2012, lo que debería reemplazar al capitalismo en el futuro es "talentismo", un modelo basado en el talento.

El futuro será determinado por la escasez de capital y la falta de talento. Quien pueda ganar la guerra del talento y mantener a largo plazo a su personal y sus alianzas será el líder en el siglo XXI. La competición migra de la competencia para ubicarse en los espacios de mercado, donde la innovación es constante.

Para atraer y retener el talento, la calidad de vida es un factor clave. Para reproducir los ambientes antes mencionados, es necesario contar con un buen capital social. "Para mejorar nuestras habilidades sociales es fundamental contar con más capital social y calidad de vida" Para ello, debemos desarrollar mejor nuestra inteligencia social en las disciplinas de espíritu empresarial, estimular la formación de empresarios innovadores y proporcionar un entorno propicio para las reuniones que atraerán el capital intelectual que va a proponer cambios en nuestras empresas, instituciones, ciudades y países.

**BIBLIOGRAFÍA:**

- ARANHA, JA. 2007.Los empresarios de espíritu público - II Taller para Emprendedores de la Universidad Formación del Mercosur - Universidad de Concepción - (PCCh).
- ARANHA, JA. 2010. Las relaciones humanas en el proceso de innovación - XI Reunión de Rectores de Grupo Tordesillas-Seminario: Liderazgo en El Espíritu Emprendedor - Universidad Mackenzie (SP).
- ARANHA, JA. Innovación en la Empresa y de Investigación Aplicada - Cuadernos de Tecnología N° 5 FIRJAN (Federación de la Industria de Río de Janeiro) - pp 161-182 (RJ) en 2012
- LEITÃO, Sergio AM, SJ. 2004. Dirección Estratégica y Cambio: Problemas y Posibilidades - Revista de Administración Pública vol. 38, N° 6 (RJ).
- SENGE, Pete. 1990. La Quinta Disciplina – Arte, teoría y práctica de la organización de aprendizaje. Best Seller (SP)



# Ecosistemas de Emprendimiento

*POR: M. C. CLAUDIA IBARRA BAIDÓN,  
DIRECTORA DEL SISTEMA ESTATAL DE  
EMPREDURISMO  
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN, GOBIERNO  
DEL ESTADO DE JALISCO; MÉXICO*

**P**or definición, un ecosistema es una comunidad de seres vivos, cuyos procesos vitales se encuentran interrelacionados.

Así entonces, un ecosistema de emprendimiento, en analogía al concepto anterior, puede entenderse como un ambiente o comunidad donde las empresas y proyectos de los emprendedores están vinculados de tal manera, que sus interrelaciones generan valor para su inclusión o consolidación en la comunidad empresarial. Para contribuir al desarrollo de un ecosistema de emprendimiento, es fundamental primero identificar en qué contexto de emprendimiento se colabora. Aquí algunos tipos identificados desde la práctica cotidiana:

**Emprendimiento Tradicional.** Es aquel que se da en sectores económicos más conocidos, para los cuales puede haber guías completas para el desarrollo del negocio; no necesariamente debe ser entendido como un emprendimiento con menos valor en el mundo empresarial, al contrario.

**Emprendimiento Social.** Este tipo de emprendimiento busca generar un cambio a gran escala y sustentable. Se inspira en entornos sociales vulnerables y en los países con economías emergentes está siendo combinado con el emprendimiento de base tecnológica de manera muy exitosa.

**Emprendimiento de Base Tecnológica.** Es el emprendimiento que promueve la innovación disruptiva en el ámbito tecnológico para lo cual son fundamentales: el networking y las redes de mentoría.

El valor de un ecosistema radica en que, de manera individual, ninguno de los miembros podría apoyar el desarrollo de un proyecto desde todas las aristas. En cambio, si el proyecto se desarrolla en un ecosistema de emprendimiento bien articulado, seguramente podrá ser atendido en todas sus necesidades. Algunos integrantes en un ecosistema de emprendimiento son:

- Centros de Investigación y Fondos de investigación (públicos y privados). Fondos de Venture Capital e Inversionistas Ángeles.
- Redes de Empresarios y Mentores.
- Gobiernos con indicadores basados en la generación/creación de riqueza.
- Universidades con programas efectivos de emprendimiento.
- Corporativos interesados en el fomento del ecosistema.

Puede que existan más o menos actores en este tipo de ecosistemas, lo importante es que se genere una interconexión de todas aquellas instituciones y grupos de interés que están enfocados en actividades de emprendimiento y alto valor.

Una reflexión importante en torno a las estrategias de emprendimiento, está en el hecho de asimilar que, no es la macroeconomía, (al menos no de manera determinante), la que permite que los emprendimientos se desarrollen y

sean exitosos, sino más bien, son factores internos en un ecosistema, los que verdaderamente inciden en que un emprendimiento pueda surgir y desarrollarse efectivamente; entre éstos podemos mencionar: gasto en ciencia y tecnología, eficiencia del gobierno, acceso a la información, acceso a inversión, brecha digital, entre otros. Hay que destacar también que ninguno de estos factores funciona por sí solo, es decir, si un país o un estado decidiera incrementar su gasto en ciencia y tecnología, y por tanto se incrementara también la cantidad de investigación y desarrollo (I+D) generados, sin los factores internos adecuados que empujen al ecosistema, el problema no sería la cantidad de I+D generado, sino la eficiencia en su aprovechamiento, comercialización e impacto social sostenible.

Un ecosistema de emprendimiento es trascendente porque en el clima empresarial que se vive actualmente, en el que se pierden cierta cantidad de empleos (por cambios globales, falta de competitividad en el mercado interno o innovaciones que los desplazan), éstos siempre serán reemplazados por otros, de mayor o menor calidad. Si estos nuevos empleos, que se requieren permanentemente, surgen en medio de un ecosistema de emprendimiento, tendrán la tendencia a ser de mayor valor. Para conocer sobre la experiencia mexicana iniciada por grupos de inversión, le invitamos a visitar <http://www.ituesday.mx/>, ¡compartamos experiencias y hagamos crecer el ecosistema! [empredurismo@jalisco.gob.mx](mailto:empredurismo@jalisco.gob.mx).

# Experiencias de emprendedores en Junín



## Empresa de Calzados Cota



La idea de empresa nace hace 14 años cuando su propietario, el señor Fabio Salazar Gonzales, llevado por su pasión de diseñar y elaborar calzado, con sus propios recursos, constituye una fábrica de calzado. Sus amigos y conocidos se convierten en sus primeros clientes, pero poco a poco con la ayuda de su esposa, Norma Román Tapia, incrementa su capital y comienza a diseñar sus propios modelos, orientados al mercado juvenil femenino.

En el 2004, con tan solo 800.00 soles en sus bolsillos viaja a la ciudad de Lima en busca de nuevos horizontes: Todo un reto para el señor Fabio Salazar, así que, después

de analizar el mercado, mejora la calidad de su producto, presenta nuevos modelos y orienta su producción solo a comerciantes. De esta manera, garantizaría pedidos en mayor magnitud.

Actualmente, "Cota" cuenta con una planta en Huancayo y otra en la ciudad de Lima y se ha especializado en el diseño de botas con nuevos modelos, lo cual le ha permitido ingresar a los mercados de Ayacucho, Arequipa, Cuzco, Juliaca, e incluso, Bolivia y Ecuador.

*(Entrevista realizada por los estudiantes Gago Carrillo Misshel, Leiva Lazo Spencer, Núñez Candiotti Irvin, Salazar Román Martín, Ticse Otálora, Thalía).*

## Mantari Sweater



La empresa MANTARI SWEATER SAC surge el 12 de noviembre del 2004, gracias al empuje de su fundadora, Juanita Julia Huamán Mantari. Su idea de empresa se sustenta en una tradición familiar iniciada años atrás por sus padres, los señores Juana Mantari Mallqui y Pedro Huaman Chuchullo.

Si bien, en un inicio, la empresa se orientaría a la fabricación de ropa para niños, luego incursiona en el mercado femenino, incidiendo en la variedad y originalidad de sus diseños que fueron el aporte de Edith Huamán, quien fue ganadora del concurso Jóvenes Creadores al Mundo y del

premio Luces a la Innovación del diario El Comercio.

En la actualidad la empresa exporta Estados Unidos y Europa. Su meta es ofrecer prendas de alpaca y algodón de alta calidad y con nuevos diseños. Para ello, cuenta con el apoyo del Gobierno Regional de JUNIN y Promperú (Sede JUNIN), instituciones que promueven la exportación en la región.

*(Entrevista realizada por los estudiantes Astucuri Apaza Marycarman Fortunata; Santiváñez Calle Hayri Sisa Rayen; Valencia Huamán Rocío P; Valencia Huamán Rocío Pilar; Peralta Calixto Rody Robert; Laurente Ruiz Helem Ruth).*



## Fuente de Soda "La Papayita"

**Y**rene Ygnacio de Yaranga cuenta cómo nace su empresa: "La Papayita" se inicia por la motivación de uno de mis profesores universitarios quien constantemente me decía que, si terminaba la carrera de administración, tendría la opción de trabajar para alguna empresa o de manera independiente. Por ello decidí empezar con mi propio negocio.

En un principio vendimos solo postres de la región, en un puesto ambulante ubicado en una de las esquinas del Parque Inmaculada. Y, al inicio, por ser ambulantes, se nos presentaron muchos problemas con los Policías Municipales. Además el puesto era incómodo para nuestros comensales, así que, debido a la gran demanda de nuestros productos, decidimos implementar cuatro triciclos en los cuales brindábamos el servicio con la misma calidad y al mismo precio. Con ello creció la aceptación de nuestros clientes, entre quienes ya contábamos a los pasajeros de empresas interprovinciales.

Después de cinco años, alquilamos un local en el que, además de los postres, decidimos incursionar en la preparación de bebidas de la región (chicha) y algunas comidas típicas como "chicarrones y humitas".

Para nosotros, calidad, plaza y buen servicio son los tres pilares que distinguen a "La Papayita" y, actualmente, contamos también con varios puestos en ferias dominicales".

*(Estudiantes que realizaron la entrevista: Claros Murga José; Serpa Lara, Zapata Ugarte Franz Peter; Flores Yaranga Freysy Yaret).*



## Color para cada Momento de tu Vida

**PINTURAS COLORAMA** es una empresa especializada en la comercialización de todo tipo de productos ferreteros y artículos de iluminación (Lumicentro).

### Los primeros pasos:

Su Gerente, el señor Moisés Guía Pianto, cuenta que, en un inicio, el contar con una familia numerosa y de bajos recursos, lo impulsó a incursionar en la venta ambulatoria de artículos de iluminación: "La venta ambulatoria hizo de mí lo que soy, si bien mis ingresos fueron mejorando, lejos de gastar, empecé a invertir en más y más mercadería. Claro está que cierta parte la destiné al ahorro, ya que tenía en mente el buscar un local y dejar de vender en la calle. Era consciente de que para ello necesitaba una mayor solvencia económica".

Con el tiempo apertura su primer local, con el nombre "PIANTO" (su apellido materno) en la Av. Ferrocarril, donde se concentraba la mayoría de sus clientes. Su servicio de atención dirigido exclusivamente por mujeres permitió que se

diferenciara de sus competidores y que ganara más clientes. Con el transcurso del tiempo, abre otro local comercial en la calle Real.

### Pinturas Colorama

"Me inquietaba que, si bien, uno de los productos con mayor rotación en el mercado eran pinturas, sus márgenes de ganancia no eran tan buenos. Por lo que pensé que, si podía sacar al mercado un nuevo producto, de calidad y más barato, podría tener más utilidades. Es así como, hace aproximadamente 12 años, nace PINTURAS COLORAMA".

### Ya en el mercado capitalino

"Poco a poco nuestra participación en el mercado fue creciendo. Por eso, el año 2000 incursionamos en el mercado capitalino, con nuestro local ubicado en la Avenida Flora Tristán, distrito de la Molina, donde también ofrecemos materiales de construcción.

*(entrevista realizada por los alumnos Javier Bustillos, Julio Cesar; Matos Enríquez, Ingrid; Pinedo Orellana, Gabriela).*

## Panaderías Lalos



**E**n los años 1995, el señor Humberto Velásquez inició un negocio con una pequeña juguería, que después de varias etapas se convirtió en la, hoy, reconocida panadería de la región.

"LALOS", pionera en utilizar Los hornos Industriales (Marca Nova MAC 1000) en Huancayo, con el transcurso del tiempo llegó a ganar el Concurso "Crear para Crear", organizado por PROVIDE.

*(Esta entrevista fue realizada por los estudiantes: Coronel León Edith Lourdes; Zamudio Romo Alex Rubén; Cuicapusa Paucar Pablo Ronald; Montalvo Poma Jorge Dionicio).*

# Emprendedores Continental

1er Desafío Emprendedor  
para Cachimbos 2012



Ciclo Emprendedor para encontrar  
Oportunidades e Ideas  
de Negocios Creativos e Innovadores



Aprendiendo a Constituir  
mi Propia Empresa

## Portafolio de Iniciativas Empresariales 2012-01



Ciclo del Emprendedor  
para las carreras de  
Arquitectura e Ingeniería



Alumnos participantes durante el ciclo del emprendedor para las carreras de Arquitectura e Ingeniería, llevado a cabo durante el 21 al 25 de mayo del presente año.



Directora de Conti-Emprende, Econ. Tula Mendoza Farro con los organizadores y expositores del Ciclo Emprendedor Oportunidades e Ideas de Negocios Creativos e Innovadoras



Alumnos del ISTP Continental, durante la Primera Competencia de Negocios llevada a cabo en febrero de este año.



Alumnos del ISTP Continental, durante la Segunda Competencia de Negocios llevada a cabo en marzo de este año.

Alumnos de la Universidad Continental, durante el Ciclo Emprendedor Oportunidades e Ideas, realizado los días 21, 27 y 28 de abril del presente año.



Participantes durante la jornada organizada por Conti-emprende para los alumnos de Diseño (ISTP) en marzo de este año.



Participantes durante la jornada organizada por Conti-emprende para los alumnos de Gastronomía (ISTP) en abril de este año.

# Emprendedores Continental

**1era Competencia  
de Negocios**



**3era Competencia  
de Negocios**



**2da Competencia  
de Negocios**



**Jornada:  
Aprende a Emprender - Gastronomía**



**Jornada: Aprende a Emprender  
Diseño Gráfico - Diseño de Modas**



**Ciclo Emprendedor para encontrar  
Oportunidades e Ideas  
de Negocios Creativos e Innovadores**





# Colegios en Acción

Para el 2012, A la fecha, más de 100 colegios huancaíños han participado en las actividades organizadas por el Centro de Emprendimiento Continental, "Conti-Emprende".

Conti-Emprende es un Programa Especial creado para fomentar y desarrollar las capacidades y habilidades emprendedoras de jóvenes estudiantes y egresados, brindándoles herramientas necesarias, para generar ideas y empresas potenciales e innovadoras

*ENTUSIASTAS ALUMNOS DE LOS COLEGIOS EMBLEMÁTICOS DE LA REGIÓN, DURANTE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS POR CONTI-EMPRENDE DURANTE EL 2011-2012.*



# 2do Torneo Escolar de Decisiones Empresariales



El 9 de junio se desarrolló la Etapa Final del "2do Torneo Escolar de Decisiones Empresariales", organizado por el Centro de Emprendimiento Continental, "Conti-Emprende".

Dicho evento, que contó con la participación de 127 alumnos y 33 docentes, de 32 Colegios huancaínos, se realizó en el Campus de la Universidad Continental.

En esta oportunidad, los ganadores fueron los alumnos Juan Diego Guerra Salinas, del Colegio Luis Aguilar Romaní (Primer Puesto); Ruth Elizabeth Balbín Surichaqui, del Colegio Nuestra Señora de Cocharcas (Segundo puesto); y Samuel Atos Yantás, del Colegio Saco Oliveros (Tercer puesto). En la categoría de profesores, el Primer puesto fue para el docente Richard Revollar Idone, del Colegio Alfredo Bryce; el Segundo puesto, para la profesora Ana Gabriela Rojas Núñez, del Colegio Arcangel Micael; y el Tercer puesto, para la Docente Jessica Vila Romero, del Colegio Antioquía.



**Alumnos y docentes ganadores del 2do Torneo Escolar de Decisiones Empresariales 2012**

El Torneo de Decisiones Empresariales busca fomentar el espíritu emprendedor en los estudiantes de 3er grado de Secundaria, de una manera divertida y didáctica, mediante el desarrollo del Simulador Empresarial denominado "Empresario". De este modo, los alumnos seleccionados ponen a prueba sus habilidades de negociación compitiendo con otros colegios de la Región Junín.



# Brújula para Emprendedores



## Aumentan exportaciones No tradicionales

Durante el 2011, crecieron en 36%, las exportaciones peruanas no tradicionales hacia Estados Unidos.

A fines del año pasado, éstas representaron el 42% del total vendido a dicho país (Fuente: Diario Gestión, marzo 2012)

## Proyectos regionales se promocionarán en Brasil

En el segundo semestre habrá un road show en Sao Paolo, para promocionar los proyectos de inversión de los gobiernos regionales que solo en infraestructura suman unos US\$ 8,000 millones (Fuente: Diario Gestión, marzo 2012).

## Perú: Noveno mejor destino para inversión minera

La consultoría internacional de la industria minera Behre Dolbear destacó al Perú como el noveno país en el Ranking de mejores destinos para inversiones mineras en el 2012 (Fuente: Diario Gestión, abril 2012).

## Cien firmas de Canadá ya tienen Oficinas de negocios en el Perú

Alrededor de 100 empresas de Canadá ya tienen oficinas de representación en el Perú y la perspectiva es que siga en aumento, valcizó Louis Pierre Emond, Consejero Comercial de la Embajada de Canadá en el Perú.

El funcionario norteamericano detalló que, del total de empresas canadienses afincadas en Perú, 80 se desempeñan en el sector minero la mayoría en la etapa de exploración (junior);

cinco en el sector petrolero (en exploración); 12 en los sectores de ingeniería, proyectos de infraestructura y medio ambiente; y una en el sector financiero (Scotiabank).

Según estimaciones de Promperú, las exportaciones no tradicionales a Canadá crecerán 20% en el presente año y alcanzarán unos US\$ 115 millones (Fuente: Boletín de Prensa No 303, Adex Perú, marzo 2012).

# Webs útiles para el emprendedor



## El Generador de ideas

Si internet fuera para un emprendedor una fuente de inspiración y un canal de contacto con otras personas, [www.businessinnovationfactory.com/](http://www.businessinnovationfactory.com/) sería una de sus páginas más visitadas.

HubBOG



## El Centro de emprendimiento

Si un emprendedor necesita que lo asesoren para elaborar su plan de negocio puede recurrir a Hubbog (<http://hubbog.com>). Esta institución colombiana no sólo asesora en la creación de las empresas, sino que también puede otorgar apoyo financiero.



## El Analista de su trabajo virtual

Es imposible concebir un negocio sin una estrategia de medios sociales. Por ello, las páginas web y las cuentas de Facebook son indispensables para una empresa. Recuerde, no solo se trata de poner la marca en Internet: Es necesario usar técnicas de fidelización.



## Ideas únicas para temas comunes

¿Quiere conocer casos exitosos de emprendimiento? Visite la página francesa [www.creativ-entrepreneur.com](http://www.creativ-entrepreneur.com), donde encontrará casos innovadores de emprendimiento. Destaca, en especial, su sección Retratos, cuyos protagonistas son emprendedores que han generado organizaciones exitosas.



## Conozca mejor a su cliente

Para conocer mejor los requerimientos y expectativas de su público meta, entre al "Journal of Consumer Research" (Periódico de Investigador del Consumidor), que desde 1974, investiga las tendencias y características de los clientes y consumidores. Por ello, las páginas web y las cuentas de Facebook son indispensables para una empresa. Recuerde, no solo se trata de poner la marca en Internet: Es necesario usar técnicas de fidelización.



## ¿Necesita orientación para su viaje de negocios?

En la vida de un emprendedor, los viajes deberían ser frecuentes. Solo si se conoce lo que hacen los empresarios de otros países se puede innovar en el mercado local. En la página [www.portafolio.com/busines-travel/](http://www.portafolio.com/busines-travel/) encontrará los principales datos sobre viajes de negocios.



## ¿Quiere tener impacto en la Web?

Recuerde que todas las campañas de marketing usan ahora internet. En [www.marketingprofs.com/](http://www.marketingprofs.com/) encontrará más de medio millón de profesionales de marketing que aportan sus conocimientos sobre cómo tener impacto en redes sociales y en los buscadores.

## Más Webs Emprendedoras

### Lecciones Iniciales Sobre la Formación de empresas

[www.smallbusiness.co.us](http://www.smallbusiness.co.us) es una Web británica que explica todos los detalles que deben tener en cuenta en esta etapa: desde los motivos para ser empresario hasta cómo se debe invertir en tecnología.

### El Especialistas en Blogs

<http://smatblogs.com/> es un portal de cuatro blogs. Cada uno está especializado en un tema (medios sociales, liderazgo, gestión de restaurantes y finanzas) y cuenta con un staff propio de escritores.



# Libros para Emprendimiento



## “Corriendo Fronteras para Crear y Potenciar Empresas”

KANTIS, Hugo – DRUCAROFF, Sergio, Editorial GRANICA, Uruguay, 2011



“Corriendo Fronteras” presenta en forma clara el proceso de creación y desarrollo de nuevas empresas innovadoras. Al basarse en numerosos casos y relatos de experiencias personales, permite al lector percibir la intensidad de un camino con numerosos fracasos valiosos que preparan el camino al éxito. El libro presenta conceptos clave obtenidos a partir de historias reales de emprendedores latinoamericanos, con sus aciertos y errores.

## “Innovación Empresarial: Arte y ciencia en la creación de empresas”

VARELA Villegas, Rodrigo, Prentice Hall, Colombia, 2001



“Innovación Empresarial: Arte y ciencia en la creación de empresas”: El libro expone de manera sencilla, las principales teorías, conceptos y experiencias más aplicables al entorno latinoamericano. Además, propone una serie de preguntas y ejercicios que permitan a los participantes validar, en cada país, esas teorías y conceptos

## Secrets of the Young & Successful: How to Get Everything You Want Without Waiting a Lifetime

KUSHELL, Jennifer – KAUFMAN, Scott, YS Media Corp, Los Angeles 2006



“Los secretos del Joven Exitoso” Define un nuevo conjunto de reglas para tener éxito en el mercado de hoy y ofrece consejos prácticos para averiguar quiénes somos y cómo podemos usar nuestras propias habilidades únicas e intereses para encontrar el éxito en el mundo real.



**INSTITUTO  
CONTINENTAL**

*27 años*

# trabajo seguro en corto tiempo



## ESCUELA DE DISEÑO Y TECNOLOGÍA

- Diseño de Modas
- Diseño de Interiores (en proyecto)
- Diseño Gráfico Publicitario
- Computación e Informática
  - Ingeniería de Redes y Comunicaciones
  - Ingeniería de Sistemas de Información
  - Ingeniería de Software
  - Seguridad Informática
- Secretariado Ejecutivo
  - con especializaciones en
  - Administración, Marketing y Contabilidad

## ESCUELA DE GESTIÓN Y NEGOCIOS

- Administración de Negocios
  - con mención en: Marketing y
  - Negocios Internacionales
- Administración Bancaria
  - con mención en Finanzas
- Contabilidad
  - con mención en Tributación y Auditoría

## 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.continental.edu.pe](http://www.continental.edu.pe)





**UNIVERSIDAD  
CONTINENTAL**

# Exigencia académica para grandes cambios



## carreras:

- Administración y Finanzas
- Administración y Marketing
- Administración y Negocios Internacionales
- Administración y Recursos Humanos
- Arquitectura
- Ciencias y Tecnologías de la Comunicación
- Contabilidad y Finanzas
- Derecho
- Economía
- Enfermería
- Ingeniería Ambiental
- Ingeniería en Agronegocios
- Ingeniería Eléctrica
- Ingeniería Civil
- Ingeniería Industrial
- Ingeniería Mecánica
- Ingeniería de Minas
- Ingeniería de Sistemas e Informática
- Medicina Humana
- Odontología
- Psicología

Informes:  
Calle Real 125 - Huancayo  
Campus Universitario Av. San Carlos 1980 - Huancayo

[WWW.UNIVERSIDAD.CONTINENTAL.EDU.PE](http://WWW.UNIVERSIDAD.CONTINENTAL.EDU.PE)