



GLOBAL  
ENTREPRENEURSHIP  
NETWORK

---



GUÍA PARA LA  
CULTURA EMPRENDEDORA  
EN COSTA RICA  
VOL. 2

---



# Red GEW CR 2016



## Índice de capítulos

Formando agentes de cambio.....	p.05
Elementos básicos de apoyo al emprendimiento .....	p.07
Financiamiento y educación financiera, la mezcla ideal .....	p.09
¿Cómo romper el hielo con el inversionista? .....	p.11
Sinergias en la promoción de empresas de base tecnológica .....	p.13
Niños empoderados, niños líderes .....	p.15
Padrinos inversores ayudan a dar vida a ideas tecnológicas .....	p.17
Escalando los negocios sociales.....	p.19
Las leyes del Emprendimiento A Otro Nivel.....	p.21
Cuando alguien dice “emprendedurismo”, un emprendimiento muere .....	p.23
Inversión de impacto: empresas de base tecnológica en CR .....	p.25
¿Cuál es tu historia?.....	p.27
Shh, me roban la idea.....	p.29
Principales competencias de una persona emprendedora.....	p.31
Testimonios y perfiles de emprendedores (ALEI).....	p.33
Ecosistema de emprendimiento (ASECRI) .....	p.38
Glosario para emprendedores en CR.....	p.39



## Introducción

*De parte del ente rector del emprendimiento en Costa Rica, MEIC, y de los actores de la Red de la Semana Global de Emprendimiento Costa Rica:*

El emprendimiento es fundamental en la economía del país, de ahí la importancia de que el Estado cumpla adecuadamente su papel, para eliminar obstáculos y liberar todo el potencial y energía de las personas emprendedoras y empresarias; considerando que cada ecosistema de emprendimiento es único, lo que ciertamente implica que está conformado por pilares y actores diferentes.

No podemos olvidar que el rol de los diferentes actores que conforman el ecosistema de emprendimiento en nuestro país es sumamente relevante, siendo en parte estas instancias responsables de identificar nichos de oportunidades de negocio y a su vez identificar a las personas adecuadas que realmente puedan desarrollar actividades productivas que tengan impacto social y económico. Además, el rol de estas instancias es fundamental a la hora de dotar a las personas con las herramientas adecuadas y modernas para que puedan tener éxito en el desarrollo de una idea o modelo de negocio.

En esta oportunidad, el Ministerio de Economía, Industria y Comercio, como ente rector en el diseño de las políticas de apoyo y fomento a las pequeñas y medianas empresas y también al emprendimiento, se complace en presentar la "Guía para la Cultura Emprendedora" en su segunda edición. Esta guía se convierte justamente en una herramienta que permite a las personas emprendedoras obtener consejos de la mano de expertos en diferentes materias, pero, sobre todo, permite aprender de las mejores prácticas nacionales e internacionales y de la experiencia que han acumulado las instituciones de apoyo al emprendimiento en los últimos años.

Cerca de 40 instituciones de diferentes sectores colaboran con el desarrollo y la edición de esta guía. El trabajo que realizan se vuelve fundamental para que cada vez más personas pierdan el miedo a emprender, pero a la vez dimensionen qué elementos deben tener en cuenta cuando inicien su negocio.

Los textos aquí planteados, abordan desde las cuestiones que tienen que ver con el aporte del proyecto o negocio a la sociedad o al país en general, los elementos diferenciadores que ofrece, el impacto esperado, los elementos innovadores que aporta, además de los temas que tienen que ver con la sostenibilidad financiera del proyecto; siendo el contenido de la guía muy valiosa para las personas que en este momento tengan intenciones de emprender o estén emprendiendo.

Debemos seguir creando políticas inclusivas a corto, mediano y largo plazo que favorezcan e incentiven el emprendimiento, esto debe ir de la mano con ciertos cambios en los sistemas de educativos para generar, desde etapas tempranas, cultura y mentalidad emprendedora e innovadora. No podemos seguir pensando en formar más empleados, es necesario que las personas generen nuevos modelos de negocio, de manera que contribuyan al crecimiento económico y desarrollo del país.

### *Agradecimientos*

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

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

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

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

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

A usted, lector, por querer y por actuar para hacer de nuestra sociedad, nuestra economía y nuestro país en general algo mucho mejor a través de su negocio y su propósito. Esta guía está hecha para usted, y para todas las personas que serán impactadas positivamente en su camino como emprendedor o emprendedora. ¡Éxitos!



## Formando agentes de cambio

¿Recuerda la primera vez que le preguntaron, ‘¿Qué quiere ser cuando sea grande?’ ¿Cómo hubiera sido diferente si en vez de esto, le hubiera preguntado ‘¿Cuál es el impacto que quiere tener en el mundo cuando sea grande?’ Esta pequeña diferencia refleja la raíz de lo que es la formación de un agente de cambio. Para nosotros, esta segunda pregunta realmente nos lleva a pensar en cuáles son las habilidades, conocimientos y valores que se necesita para estar preparado para tener un impacto positivo en nuestro mundo interconectado.

Un agente de cambio se siente empoderado para tener impacto. Reconoce que sus acciones afectan a los demás y que tiene la responsabilidad y la habilidad para actuar de forma alineada con sus valores, intentando dejar el mundo un mejor lugar para todos.

¿Pero cómo se enseña esto? Sobre el transcurso de los últimos 10 años que lleva el Centro de Educación Ejecutiva de la Universidad para la Paz, hemos logrado identificar algunas intervenciones y lecciones claves para la preparación de agentes de cambio.

1. Un agente de cambio tiene cierta mentalidad que no se deja vencer y está enfocado en lo positivo. En vez de fijarse en lo que no funciona y querer arreglarlo, se fija en las fortalezas de un sistema, viendo lo mejor que tiene para tratar de replicarlo en el futuro. ¿Existe un marco teórico que presenta este punto de vista, la Indagación Appreciativa, y lo puede enseñar y aprender!
2. Segundo, la empatía es clave. Hay que tener una comunidad y poder ver la fuerza de juntar personas con diferentes ideas y puntas de vista, respetando siempre que cada uno tiene aportes importantes. La mejor manera de hacer esto es exponerse a personas diferentes y situaciones incómodas, siempre dejando ver que el grupo acepta el uno al otro y tiene un propósito común.

3. Un agente de cambio tiene auto-conocimiento. Es importante tomar el tiempo y espacio para evaluarse a sí mismo, puede ser por medio de evaluaciones externas o retroalimentación de personas conocidas. Uno que conoce sus fortalezas está mejor situado para enfocarse en cómo usarlas para efectuar un cambio positivo.
4. También, es importante poder ‘celebrar’ los fracasos. Todos tenemos momentos de duda que no nos permiten alcanzar nuestro potencial. Es importante poder ser vulnerable, compartir sus fallas y reconocer que los fracasos son una oportunidad de aprendizaje y mejoramiento.

**La Segunda Pregunta:** Pero, a final de cuentas, hay otra cuestión de gran importancia cuando se piensa en la formación de agentes de cambio. En su nivel más sencillo, ¿Qué es lo que le hace feliz? Un agente de cambio necesita saber renovar su energía y disfrutar el proceso, con todos sus altos y bajos. Si no, acaba agotándose y no logra tener el impacto positivo en el mundo que desea tener. La base de crear impacto es el bienestar de uno mismo.

¿Qué sabemos de la felicidad? El psicólogo Dr. Martin Seligman, conocido como el padre de la psicología positiva, nos dice que la felicidad o bienestar consta de cinco elementos, conocidos por sus signos en inglés como PERMA:

1. Experimentar emociones Positivas (P)
2. Compromiso (Engagement en inglés) con todo lo que hace (E)
3. Desarrollo de fuertes Relaciones interpersonales (R)
4. Sentir que su vida tiene Significado (Meaning) más allá de uno mismo (M)
5. Llegar a realizar Logros personales (Achievements) (A)

La investigación del Dr. Seligman reafirma algunos de los puntos mencionados anteriormente en cuanto a cómo capacitar a un agente de cambio. Él plantea la necesidad de conocer sus propias fortalezas, para utilizarlas de la mejor manera y lograr un impacto positivo en el mundo interconectado en el que vivimos. Lo ideal sería dejar que los fundamentos de la psicología positiva y el bienestar penetren en todos nuestros procesos educativos, desde kínder en adelante. Así podríamos brindar a los estudiantes el espacio, estructura y apoyo necesario para entender sus pasiones, sus fortalezas únicas y cómo combinar los dos para encontrar trabajo, sea en la fuerza laboral o personalmente y que pueda contribuir a nuestra sociedad global.

El mundo cambia cada vez más rápido, pero tenemos confianza de que las preguntas de ‘¿Qué impacto quiere tener en el mundo?’ y ‘¿Qué le hace feliz?’ nunca se van a volver obsoletas.



## Elementos básicos de apoyo al emprendimiento

Emprender es un proceso que conlleva aprendizajes constantes. Este camino es más enriquecedor cuando contamos con el apoyo de compañeros, mentores y de un equipo de trabajo motivado y comprometido. A continuación, presentamos algunos elementos que emprendedores y coaches deben tomar en cuenta en el proceso emprendedor.

**Tenga una mente abierta.** No podemos encerrarnos en lo que creemos que sabemos, tenemos que estar abiertos a aprendizajes nuevos. Por más que un especialista tenga experiencia en el apoyo a emprendimientos, nunca sabrá todo sobre todas las industrias.

**Esté abierto a escuchar:** No todo lo que nos digan va a ser lo que esperamos o que queremos oír. Es importante estar dispuestos a entender de dónde proviene el punto de vista de la otra persona, y partiendo de eso valorar si es algo que podemos aplicar o hacernos cambiar de opinión.

**Mantenga objetivos claros:** debemos comprender para qué estamos brindando acompañamiento, cuáles son los objetivos del emprendedor tanto en ámbito personal como profesional y a partir de ello, definir las acciones específicas a ejecutar. Este es un aspecto básico que se debe conversar antes de iniciar el proceso de coaching.

**Fomente su capacidad de autocrítica y autoconocimiento:** es importante ser crítico con uno mismo, detectar debilidades y fortalezas para mejorar, así como tener la disposición y la humildad de admitir defectos en frente del coach o emprendedor, para que el proceso de acompañamiento fluya de la mejor manera.

**Genere confianza:** tenga curiosidad natural y empática acerca de las personas, sus aspiraciones, su historia de vida y metas, y/u otros aspectos que puedan tener influencia en el proceso de acompañamiento del emprendimiento. El emprendedor necesita confiar en el coach y la realimentación profesional que este le brinda, comprendiendo que ésta tiene por objetivo guiarlo de manera correcta, incluso cuando los resultados no sean percibidos de manera inmediata.

**Defina metas, plazos e indicadores:** A pesar de que cada proyecto emprendedor cuenta con diferentes ritmos de aceleración, es necesario definir metas, plazos e indicadores que permitan cada cierto tiempo evaluar el proceso del proyecto. Cuando las metas no se cumplan en los tiempos deseados, al menos se podrá visualizar aquellos elementos que sí fueron éxitos y determinar las razones del porque no se logró lo propuesto.

**Networking:** participar en eventos sociales es una oportunidad para generar redes de contactos. En algunas ocasiones, en el proceso emprendedor tiene más peso el “know-who” que el “know-how”. Aprovechar los espacios de networking para conversar, preguntar y escuchar opiniones diferentes, todo esto desde fases tempranas del emprendimiento.

**Aprenda sobre finanzas.** Es fundamental que los emprendedores conozcan “al dedillo” las finanzas de su proyecto. Aunque no todos deben llevar la contabilidad de su empresa, el no saber los estados financieros de sus ideas puede afectar su capacidad de negociación frente a clientes o inversionistas, así como también su imagen y credibilidad.

**Identifique mentores en su área.** Aproveche las lecciones aprendidas de personas que en algún momento emprendieron en el sector de su proyecto. Atrévase a pedir una reunión a personas que considera imposibles de contactar. El “no” ya se tiene, un “sí” es ganancia.

**Piense globalmente:** Visualizar esquemas de penetración en mercados internacionales, debe ser un factor a considerar desde el inicio de su emprendimiento. Tanto el emprendedor como el coach deben estar conscientes de que Costa Rica puede ser un buen espacio para hacer pruebas pero no es el único mercado en el que puede colocar su emprendimiento.

**Propiedad intelectual:** el coach debe tener la capacidad de identificar cuándo se debe buscar asesoría experta en temas de propiedad intelectual y el emprendedor debe de estar consciente de que existen diferentes formas de proteger sus ideas y que es importante establecer una estrategia de propiedad intelectual para su negocio, independientemente de la forma de protección que se decida utilizar. Para esto es importante conocer bien su propuesta de valor, donde está el “secreto” de su producto o de su servicio, y recordar siempre que la propiedad intelectual es una herramienta no un fin. Por su parte, también es esencial identificar cuando la propiedad intelectual puede significar una barrera para expandir el mercado.

**El fracaso no es el fin:** el emprendimiento es un camino donde los obstáculos y las caídas son parte de la ruta. Aprender lecciones de los tropiezos para incorporarlas en los nuevos proyectos es esencial en la construcción de emprendimientos más sólidos. Caer está permitido, levantarse es obligatorio.





## Financiamiento y educación financiera, la mezcla ideal

Para que un emprendimiento o empresa sea exitosa, intervienen una serie de factores, desde la idea y el modelo de negocio hasta la ejecución, el financiamiento y el manejo de las finanzas. Este último punto muchas veces se deja en segundo plano, no dándole la importancia requerida.

El fracaso de algunos emprendimientos no se da por falta de innovación o de un buen modelo de negocio, sino por el desconocimiento de aspectos financieros esenciales en el manejo del dinero para su empresa o proyecto de negocio. Si bien, no es necesario ser un especialista en finanzas o contabilidad, sí es importante que todo emprendedor sea capaz de entender cuál es la verdadera situación de sus finanzas.

La educación financiera se compone de un extenso marco de posibilidades que consiente en la ejecución de habilidades y conocimientos que, dominados, permiten a los empresarios y emprendedores tomar decisiones sanas e informadas para su idea de negocio o empresa.

Si tenés un emprendimiento en marcha, podrás responder estas preguntas: ¿Dónde se te va el dinero todos los meses?, ¿Sabes cómo se hace un presupuesto?, ¿Cumples rigurosamente el presupuesto mensual? o ¿Cómo estableces una meta de ahorro?.

Si tus respuestas fueron positivas, ¡vas por buen camino! En caso contrario, te damos estos conceptos básicos de educación financiera:

1. Prepará un presupuesto realista y detallado: Contar con un buen presupuesto de gastos mensuales es fundamental para ordenar las finanzas. Por ejemplo: capacitaciones, contrataciones, alquiler, salarios, transporte, desarrollos, entre otros. Una buena práctica es provisionar un monto para imprevistos o emergencias.

2. Separará las finanzas, las del negocio por un lado y las personales por el otro: Muchos emprendedores y empresarios mezclan las finanzas del negocio con las propias, lo que puede ocasionar un caos a la administración de ambas, dado que puede propiciar que se tomen utilidades que deberían reinvertirse en gastos. Para evitar que esto te suceda es importante que asignés un monto para tu salario y mantengás la disciplina.

3. Registrá los "gastos hormiga": Son aquellas pequeñas sumas de dinero que representan un gasto día a día y que se consideran irrelevantes dada su magnitud. Si se suman estos gastos verás que mensualmente pueden implicar un monto significativo. La única manera de saberlo es llevar un registro riguroso sobre todo lo que se gasta.

4. Mantené las deudas bajo control: No gastés más de lo ganás o de lo que tenés capacidad de pagar. Muchas veces se quiere comprar todo en un solo momento, pero debés pensar en lo realmente necesario y prioritario. Hacé una lista y conforme va creciendo el negocio, vas a ir adquiriendo lo que necesitas. No olvidés ser puntual con las deudas y mantener un buen récord crediticio, ya que esto te dará la interesante opción de tener futuros financiamientos.

COOPESERVIDORES entiende la importante de educar al público en general, y es por ello que pone a disposición el sitio web [www.genteayudandogente.com](http://www.genteayudandogente.com), donde de forma lúdica por medio de videos cotidianos y talleres, se aprenden buenos hábitos financieros que les ayudará al desarrollo sostenible de los emprendimientos y las finanzas personales.

Una buena salud financiera puede ser la calve para que los nuevos emprendimientos y empresas existentes, tengan mayores posibilidades de éxito.





## ¿Cómo romper el hielo con el inversionista?

¡Téngalo claro! Usted tiene sólo los primeros seis segundos para atrapar la atención de un inversionista, y el principal foco de atención de los inversionistas gira alrededor de... **¡negocios!** Pasados esos seis segundos o tiene su atención o ya nunca la tendrá.

Para romper el hielo empiece por ser claro en su propósito de negocio, en los seis segundos iniciales. Por ejemplo, utilice frases como:

- "...con mi negocio cada dólar que Ustedes inviertan serán ocho en tres años"
- "...gracias a mi negociación con este (prominente actor de mercado) tenemos ventas garantizadas de..."

Otros consejos para romper el hielo con el inversionista:

- A) Recuerde que la solidez de su reunión está en función de lo exitoso que usted sea transmitiendo lo que procura.
- Esa solidez no suele darse solo por la exposición de un basto currículum o una interminable lista de logros, sino por la claridad con que transmita su objetivo.
  - Sólo si sabe responder al inversionista la típica pregunta: "¿bueno y cómo puedo, yo como inversionista, ser parte de esta oportunidad de negocio?"
- B) Recuerde que su propósito tiene siempre tres medios para ser comunicado:
- Su material de apoyo, que debe ser claro en su objetivo. No se distraiga exponiendo disertaciones en formato de tesis.
  - Su expresión corporal, la cual será su mejor apoyo pues con ella transmite todo ese lenguaje no verbal que le ayudará a venderse.
  - Su comunicación verbal que debe ser oportuna y relativa al negocio.
- C) Aprenda a hablar en el idioma del dinero, pues a muchas personas en nuestra cultura les suele agobiar o incomodar hablar de dinero. Procure naturalidad ante preguntas como:
- ¿Cuánto se gana Usted con esto?
  - ¿Cuánto gana Usted actualmente?
  - ¿Qué gano yo si le invierto?

- D) Recuerde además mantenerse en foco: Cuando le pregunten ¿Por qué es esto negocio? responda en el lenguaje de dinero. Es decir, de maneras como:
- Porque hay un margen (en dólares) que la competencia no puede lograr.
  - Por los contratos que nos garantizan ventas (definidas en montos -\$s- anuales)
  - **¡Estos datos son vitales para hacer ver el negocio!**
- E) ¿Qué garantiza que no voy a perder mi dinero?, responda tranquila y fríamente con:
- ... la información que hay disponible y los arreglos con {el CODE}, pues nuestra línea de negocio representa para él ventas por... (\$s/año).
  - ... el historial de éxito que en este tipo de negocio ha alcanzado {mi equipo}, cuyos indicadores (en \$s ganados/\$s invertidos) hablan por sí mismos.
- F) Vale destacar que en todos los ejemplo anteriores destacan dos cosas:
- Siempre se habla en el idioma del dinero. Use dólares y cantidades por mes o año, no hable de “mucho” o “poco”, hable de cantidades concisas.
  - No se aborda temas de conciencia o de índole emocional. Esos temas son posteriores a procurar el apetito de negocio de los inversionistas.

Debe tenerse claro que la pasión de la persona que emprende siempre es evaluada como insumo para el éxito del negocio, no obstante, no se define al negocio por un enfoque meramente pasional. Los inversionistas son personas avezadas en hacer dinero con el conocimiento de otras personas en las que realmente puedan confiar; procure su confianza.

Finalmente, no confunda la inversión ángel con donaciones. Los ángeles inversores son referidos de esta manera porque no son los típicos inversionistas que sólo aportan capacidades financieras al emprendimiento sino que, en su papel de “ángel”, son capaces de aportar conocimientos, criterios, contactos y experiencia a la empresa. Pero son inversionistas, y como tales esperan beneficios, dividendos y ganancias por su dinero.

Hablan cuando están cómodos, están cómodos cuando hablan de lo que conocen, de lo que más conocen es de dinero y negocios; hábleles de dinero y negocios. Ellos no están en la aguda necesidad de salir de su área de confort, posiblemente usted sí. Haga usted ese esfuerzo razonable por hablarles en su idioma, negocios y dinero.

Si ellos se interesan ellos aportarán más de su propio tiempo para ahondar en lo que consideren necesario. Serán ellos quienes, una vez habiéndose interesado del negocio, habiendo roto el hielo, profundizarán en su propuesta.





## Sinergias en la promoción de empresas de base tecnológica

Las empresas de base tecnológica basan su actividad empresarial en la innovación tecnológica orientada al mercado, dedicándose a la comercialización y rentabilización de productos y servicios innovadores generados a partir de un uso intensivo del conocimiento científico y tecnológico, y que cuentan con personal investigador y técnico de alta cualificación en sus equipos.

Con el fin de promover la creación de estas empresas el MICITT ha implementado dos programas ( Click para Innovar – Proyectos de innovación Tecnológica -PITs ) con el apoyo de la Oficinas de Transferencia e Incubadoras de las universidades públicas y diversos entes del ecosistema de Innovación, reuniendo a académicos, diseñadores, emprendedores y empresarios para impulsar este tipo de proyectos productivos en el país.

Se han realizado dos eventos Click en la GAM, uno en el área “Agroalimentaria y biotecnología” y otro en el área de ingenierías. En ambos eventos participaron alrededor de 200 personas y se lograron aproximadamente 152 click o vinculaciones en proyectos relacionados con insecticidas naturales, biocontroladores, productos orgánicos, alimentos funcionales, bioprocesos, gestión ambiental, energía limpias, realidad aumentada, técnicas georreferenciadas, mantenimiento preventivo, encadenamientos productivos, entre otros.

Para el mes de noviembre se realizará Click para Innovar en el Caribe costarricense, como parte de un evento que pretende potenciar alianzas en campos como el turismo, la logística, la ingeniería y la administración aduanera. Esto con el fin de gestar nuevos retos y proyectos innovadores, y lograr una visión más amplia de la innovación tecnológica, la vinculación y la transferencia que se mueven en nuestro país. Igualmente se buscará generar sinergias entre los diferentes actores del ecosistema de innovación que, una vez consolidadas, logren pasar a ser una innovación tecnológica e impactar social y económicamente y dinamizar la economía en la zona caribeña como se ha hecho en la GAM.

En la iniciativa PITs, Investigadores, emprendedores, empresarios y diseñadores buscan diseñar una estrategia país que enmarcado en cuatro Áreas (Salud y Bienestar; Ambiente y Energía; Agroalimentarias y Sociedad Inteligente; 40 fronteras del conocimiento), buscan generar emprendimientos de base tecnológica de alto valor y aprovechar mejor los recursos que ya están en ejecución en áreas definidas como prioritarias dentro del Plan Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación.

PITs es una novedosa iniciativa impulsada por el Ministerio de Ciencia, Tecnología y Telecomunicaciones (MICITT) y ejecutado por la Universidad de Costa Rica (UCR) a través de la Agencia Universitaria para la Gestión del Emprendimiento (Auge), la Unidad de Gestión y Transferencia del Conocimiento para la Innovación (Proinnova) y es apoyada por diversas organizaciones del ecosistema de innovación.

Más de 50 investigadores, más de 50 diseñadores, casi 100 emprendedores y más de 50 empresarios se reunieron para conocerse y gestar iniciativas en las áreas y fronteras señaladas.

PITs apoya las ideas con potencial en todo el territorio, por medio de metodologías como Lean Startup y Design Thinking, para llevar el conocimiento del laboratorio al mercado y un grupo de ideas seleccionadas podrán seguir en el proceso, que darán inicio los “Sprints” que han sido diseñados a partir de la metodología que utiliza la empresa Google y que lleva ese mismo nombre. Estos estarán dirigidos a equipos mixtos, que se capacitarán para definir sus proyectos, generar y probar prototipos y finalmente optar por recursos de apoyo del Sistema de Banca para el Desarrollo (SBD) y el MICITT.





## Niños empoderados, niños líderes

Empoderar es “Hacer poderoso o fuerte a un individuo” Facultar: Conceder facultades a alguien para hacerlo que sin tal requisito no podría. (RAE)

Cuando hablamos de empoderamiento en niños nos referimos a ayudar a nuestros hijos, a encausar su potencial innato. Un niño empoderado es un niño que toma decisiones, no permite que le falten al respeto, actúa con seguridad, se conoce y se acepta, y enfrenta retos. Además, es un niño con alta autoestima.

El liderazgo “es la capacidad para influir sobre otras personas, generalmente para alcanzar un objetivo”. Un niño líder es aquel que, mediante su personalidad y su forma de ser, logra que aquellos a su alrededor se motiven, se enfoquen y den su mejor esfuerzo cuando están tratando de lograr algo.

En la actualidad nuestro sistema educativo desarrolla niños académicamente brillantes, sin embargo, existe un vacío en la formación de habilidades blandas. Por lo tanto, es muy recomendable trabajar en casa y en actividades complementarias a la formación escolar el desarrollo de las mismas.

Algunas recomendaciones para trabajar el empoderamiento en niños y niñas son las siguientes:

1. **Delegue responsabilidades a sus hijos:** El dar responsabilidades a niños es de vital importancia para el desarrollo de la toma de decisiones ya que continuamente surgen y enfrentan problemas a resolver, por mínimos que sean. Eventualmente esto dará como resultado un aprendizaje enfocado en el abordaje y resolución de conflictos. Cuando delegue responsabilidades a sus hijos tenga en cuenta aspectos como la edad o sus habilidades y gustos, y reconozca siempre su esfuerzo y motíveles.

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

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

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



## Padrinos inversores ayudan a dar vida a ideas tecnológicas

¿Cuál es la diferencia entre un padrino inversor y un capitalista de riesgo? Y lo más importante, ¿dónde los encuentra un emprendimiento?

En el Valle del Silicio (Silicon Valley) y otros lugares, los capitalistas de riesgo pueden hacer inversiones de millones de dólares en una prometedora nueva empresa a cambio de una participación de propiedad. Como propietarios en parte, a menudo insisten en tener una intervención significativa en las operaciones de la nueva empresa, incluyendo un puesto en el consejo de administración.

Los padrinos inversores, por otro lado, son individuos o varios inversionistas que escriben cheques de menores cantidades, unos pocos miles de dólares hasta 100.000 o algo más, en un momento crucial para ayudar a que una empresa emergente dé el salto. Proporcionan dinero semilla, luego tienden a salirse del camino. A pesar de que negocian una simple participación en la empresa, rara vez se ocupan de su estructura o incluso de si tiene un consejo de administración.

Hay muchos más emprendimientos que fracasan que los que triunfan, así que, ¿cómo encuentran los propietarios de pequeñas empresas estos primeros patrocinadores? ¿Y qué términos deben ofrecer para obtener su apoyo?

*"Busca un inversor lo antes que puedas. Si estás desesperado por conseguir fondos, eso les desanima."*

- Marcia Dawood -

Dos expertos abordaron estas preguntas en una charla electrónica reciente en el Departamento de Estado "De-risking the Deal: Angel Investing in Science & Tech Startups" (Tratos sin riesgos: Padrinos inversores en emprendimientos de Ciencia y Tecnología). La charla fue parte de una serie de sesiones mensuales de asesoría del programa GIST (Global Innovation Through Science and Technology, Innovación Global por medio de la Ciencia y la Tecnología), que se pueden ver en el sitio web de GIST (en inglés) y en YouTube.

Marcia Dawood, de BlueTree Capital Group, dice que los inversionistas en fase inicial buscan nuevas empresas que ofrezcan “una solución a un gran problema”. Pueden buscar una participación de un 20 a un 25 por ciento para financiar el emprendimiento, pero no intentarán dirigir la empresa.

### **Pensar en el futuro**

Los padrinos inversores quieren ver que los fundadores hayan pensado en los próximos pasos después de arrancar de la salida. “Estudia tu mercado. ¿De dónde vendrán los primeros clientes? ¿Cómo se puede ampliar esto? ¿Tiene tu equipo la experiencia y conocimiento para crecer?”, dijo.

Los padrinos inversores “no quieren soportar todo el riesgo”, dice Eli Velásquez de VentureWell, que ayuda a comercializar descubrimientos de investigaciones académicas. Querrán saber detalles como cuánto de su propio dinero proporcionarán los fundadores para financiar la puesta en marcha.

Dawood aconseja a los empresarios que pidan a sus familiares y amigos que inviertan. “Si no te sientes muy cómodo [pidiendo], no deberías estar iniciando tu negocio”.

Destaca la importancia de que los fundadores de emprendimientos “hablen con todo el mundo que puedan: clientes, inversores, futuros compradores. Que reciban comentarios y no tengan miedo de hacer preguntas”.

En muchos países y regiones han surgido redes de padrinos inversores.

Los padrinos inversores son gregarios por naturaleza, dice Velásquez. “Les encanta pasar el rato unos con otros” y escuchar sobre nuevas oportunidades.





## Escalando los negocios sociales

El tema de escalamiento es muy relevante para generar más empoderamiento en nuestro ecosistema de innovación. Las empresas que hayan logrado superar los obstáculos y barreras de emprender y consolidarse como negocios rentables en crecimiento, no deberían tener que empezar sus procesos de escalamiento sólo, en especial los negocios sociales. Pero primero ¿qué es un negocio social/ambiental?

El principal objetivo de un negocio social o ambiental es impactar positivamente alguna necesidad social, pero a la vez debe aspirar a ser una empresa rentable. Es considerada un híbrido que combina los fundamentos de impacto y los conceptos de un negocio rentable en su esencia.

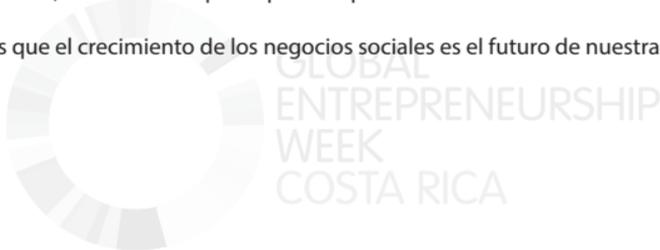
En un mundo en el que las necesidades de las personas crecen y donde el alcance de las entidades gubernamentales, fundaciones sin fines de lucro, municipales u otros actores ya no es suficiente, las empresas sociales están concientizando a los mismos individuos de las comunidades a contribuir activamente en la solución de las problemáticas sociales. En términos generales, un negocio social se enfoca en desafíos como: pobreza, desigualdad, discriminación, paz, migración, educación de calidad, sostenibilidad, accesos a servicios de salud, ciudades inteligentes, incluyendo otros temas muy relacionados con las metas de desarrollo sostenible de la Organización de las Naciones Unidas. De esta forma, una empresa social podría transformar la socioeconomía de los países, por lo que apoyar su crecimiento y sostenibilidad en el tiempo es no sólo importante, sino también prioritario.

¿Cuándo una empresa está lista para escalar? Va a depender, pero los prerequisites básicos son: una definición precisa de su misión, visión y valores principales, así como haber desarrollado un modelo de negocio sólido con un crecimiento de ingresos en los últimos años y por último, pero no menos importante: su capacidad de validar su impacto en la sociedad.

El proceso de escalamiento en negocios sociales se refiere a la capacidad de extender o expandir el potencial o alcance de su impacto social, puede ser a nivel local o internacional, sin incrementar agresivamente los costos por medio de la selección del método correcto de replicabilidad o escalamiento. La colaboración, el acompañamiento uno a uno y la definición de una ruta de acción, basada en las necesidades para escalar que existen en el modelo que permitió el crecimiento inicial, son claves para abordar esta etapa avanzada en el flujo de la innovación y reducir el impacto de los obstáculos que enfrentan las empresas sociales para escalar.

En esta línea, existen metodologías de escalamiento que pueden acompañar a los emprendedores como la utilizada por el Centro Internacional de Franquicias Sociales (ICSF), guía del Programa de Escalamiento o “Scaling” de Impact Hub San José. Sin lugar a dudas, las posibilidades de éxito aumentan si los empresarios sociales toman decisiones reflexivas ante un mecanismo de escala prometedor y perfeccionan y adaptan continuamente su estrategia y como resultado, aumenta el impacto positivo percibido en las sociedades.

Recordemos que el crecimiento de los negocios sociales es el futuro de nuestra sociedad.





## Las leyes del Emprendimiento AON

Vamos a dejarnos de tonterías. Vamos a dejarnos de cordialidades y apegos protocolarios. Vamos a quitarnos ese disfraz que está casi pegado a nuestra piel y vamos a hablar con claridad, directos y sin espacio para susceptibilidades. Vamos a plantear los temas necesarios y a rechazar por dos páginas lo “normal” para enfrentar lo “extraordinario”, aunque para aquellos de corta visión represente lo “utópico” o lo inalcanzable. Nada es inalcanzable. Si no cree en esta última frase, deténgase. Pare de leer. Esto está escrito para emprendedores, nuevos empresarios y para el que quiere entender e incursionar en el crudo, dinámico y excitante mundo de los negocios. Los negocios de verdad. Está escrito, también, para los que de una u otra forma son parte de la cadena de valor del emprendedor tico, y que sienten que no es suficiente. Si usted relaciona la palabra “emprendedor” con “pobrecito” cierre esta guía, por favor. Vamos a hablar de emprendimiento, no de lo que queremos, sino de lo que en verdad necesitamos. Vamos a dejarnos de tonterías.

*“Si hay algo que me encanta de Get in the Ring en Costa Rica es que no pide permiso...ni perdón. Un poquito de impertinencia e intrepidez puede ser justo lo necesario -guiño-.”*

*- Fernando Arce, director GITR SJ -*

Haciendo gala de nuestra identidad disruptiva y sutilmente impertinente, aprovechamos este capítulo para pronunciar lo que nos gustaría llamar **“Las 5 leyes fundamentales del emprendimiento (a otro nivel)”**.

Así como Isaac Asimov organizó el ideal del concepto de la robótica hace 75 años con sus famosas leyes (buscar en internet o ver la película Yo Robot), nosotros pretendemos organizar esta ola de los **nuevos negocios (emprendimientos, startups, etc.)**, que recién esta llegando a nuestro país pero que se ha convertido en un torbellino de intenciones, egos, conformismos, promesas, trabas, ideas, miedos e intereses que agresivamente (y también pausadamente) se desplazan en diferentes direcciones.

Ojo, si bien los torbellinos o huracanes avanzan, lo hacen lentamente y dejan destrozos en su camino.

Antes de revelar las leyes, cabe aclarar un par de cosas:

- Los estándares que manejamos en nuestras definiciones y acciones son de lo más alto, por el respeto que le tenemos al talento costarricense y a las oportunidades que hay aquí.
- No nos interesa si quieren contradecir, negar o burlarse de estas leyes. Probablemente nada más nos estén dando la razón. Sí nos interesa si están alineados con lo que buscamos.

Ahora sí, las 5 leyes:

- Un emprendedor no puede hacer daño intencional a otro emprendedor ni a sí mismo, ya sea **por acción o por inacción**.
- Un emprendedor tiene la obligación de **competir** y de **colaborar** por igual, siempre y cuando esto no entre en conflicto con la Primera Ley.
- Un emprendedor debe **generar** dinero, no pedirlo.
- Un emprendedor **nunca debe cesar** la búsqueda del **crecimiento de su negocio** ni de su persona.
- Un emprendedor debe **saber de negocios** y luego aprender lo demás según se lo indique su destino.

Para otra ocasión dejaremos la explicación de cada una de las leyes, pero se entienden bien. Es necesario elevar los estándares de los emprendedores y de los que conforman su red de apoyo. Es también importante que estos consideren horizontes y mercados globales, y piensen en la profesionalización del conocimiento en las áreas clave a la hora de emprender o apoyar al que lo hace. No obstante, lo más relevante es disfrutar.

¿Cómo se disfruta el emprendimiento?

Lea libros nuevos, locos, de ficción y/o formativos. Hable con gente nueva, pregúntele cuál es su historia. Conozca lugares nuevos...casas, hoteles, cafés, lugares turísticos, ciudades, países. Visite congresos y eventos de la industria o de negocios, o de alguna de sus pasiones. Lea reglamentos, calcule sus números, entienda acerca de impuestos, aprenda a diseñar. No lo haga siempre, pero aprenda a hacerlo y luego delegue y supervise. Entienda sus miedos y enfrentelos. No diga que no tiene miedos. No sea hipócrita ni desleal; felicite, agradezca y píquese en el buen sentido. Equivóquese, es riquísimo superarse. No se limite a pensar.

En fin, vamos a dejarnos de tonterías. Hagamos. Haga.

Si cumple con las leyes, es emprendedor.

(De los buenos.)





## Cuando alguien dice “emprededurismo”, un emprendimiento muere.

“Cada vez que una persona dice la palabra “emprededurismo”, un emprendimiento muere”. Es algo que comenté hace unos años, luego de escuchar este concepto en múltiples charlas. Fue inevitable parafrasear una frase similar de la película “Peter Pan”, con el fin de resumir el constante uso del término, similar a la alta incidencia en la tasa de mortalidad de los emprendimientos, y la relación que existe entre los problemas de comunicación y el impacto de los programas que apoyan a los emprendedores.

El mundo del emprendimiento o de las “startups”, ha traído consigo una ola de nuevos conceptos que es importante conocer y aplicar correctamente. Aun más, por aquellas personas encargadas de orientar los recursos e inversiones que se dan en este campo, ya que el uso adecuado y homogéneo de los conceptos permite una mejor comunicación entre las organizaciones, los ministerios, instituciones financieras, empresas y emprendedores que interactúan en este ecosistema que ha venido en desarrollo.

Una de las palabras más empleadas a la hora de hablar sobre crear nuevos negocios en Costa Rica, es “emprededurismo”. Este término proviene de una traducción errónea de la palabra “entrepreneurship” del idioma inglés (emprendimiento), aunque hay quienes dicen que la equivocación provino de la palabra “entrepreneur” del francés (emprededor), ya que fueron economistas franceses quienes en el siglo XVIII comenzaron a aplicar el término para referirse a personas que realizaban actividades empresariales y no solo a los aventureros o exploradores, como hasta entonces se hacía.

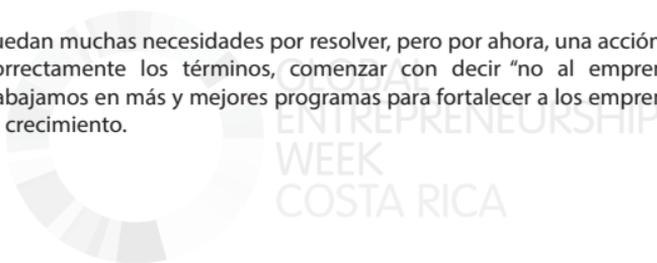
El término correcto que debe ser empleado es “emprendimiento”, cuyo significado fue incluido en la 23ª Edición del diccionario elaborado por la Real Academia Española y que explica este término como “la acción y efecto de emprender (acometer una obra)” y “la cualidad de emprendedor”. Sin embargo, el significado de la palabra aún no es consensuado y es sumamente relativo a cada economía, por lo que su interpretación sigue en debate.

¿Es innovar? ¿Es coordinar recursos? ¿Crear nuevas empresas? ¿O tomar riesgos en general? Para nuestro concepto, un emprendimiento es un proyecto que conlleva riesgos y que busca aportar valor a un elemento del entorno.

Esto es aplicable a la creación de una empresa, así como a actividades dentro de una corporación o institución pública, y también se puede asociar a los procesos de investigación y desarrollo. Eso nos da una gran lista de emprendedores, que, reconocidos o no como tal, están realizando un trabajo con el fin de cambiar su entorno y mejorarlo.

Al final del día, la mortalidad de estos esfuerzos es alta, sin embargo, podemos ayudar a reducirla empezando con una comunicación asertiva que filtre los recursos importantes dentro del “mar de información” y le acorte el camino al emprendedor en el proceso de comprender todos los nuevos conceptos que llegan día con día. Sabemos que para el desarrollo de nuevos negocios no tenemos precisamente una falta de recursos, los hay y en abundancia. El problema o más bien, el reto, es su comunicación, coordinación y medición; tres elementos que ameritan unificar la aplicación de conceptos que sean comprensibles por cada uno de los actores involucrados en el ecosistema, en especial para los emprendedores y para quienes destinan recursos en el desarrollo de nuevos proyectos.

Sin duda quedan muchas necesidades por resolver, pero por ahora, una acción pequeña es emplear correctamente los términos, comenzar con decir “no al emprendedurismo”, mientras trabajamos en más y mejores programas para fortalecer a los emprendimientos y expandir su crecimiento.



**yo** emprendedor  
TALENTO IDEAS INNOVACIÓN



## Inversión de impacto: empresas de base tecnológica en CR

La inversión de impacto es un fenómeno global que consiste en desarrollar instrumentos de inversión donde se consideren aspectos sociales y ambientales, además de los económicos, a la hora de que los inversionistas tomen decisiones de inversión.

Usualmente podemos encontrar inversionistas diversos, entre los cuales podemos nombrar instituciones de desarrollo, fundaciones, asesores de inversión, fondos de inversión, bancos y gestores de fondos de pensión. La inversión de impacto busca medir con más precisión los resultados del sector social y una comprensión más completa de la relación entre las inversiones y los resultados obtenidos. Esta además busca el aprovechamiento del capital privado para alcanzar objetivos sociales y ambientales, que hasta hoy era un tema reservado para gobiernos y ONGs. Los inversionistas de impacto están motivados por la misión y el grado de impacto social de una organización.

Evidentemente como todo inversionista racional, los inversionistas de impacto están buscando oportunidades de multiplicar sus beneficios, obteniendo un rendimiento financiero atractivo, conociendo también el grado de impacto de sus inversiones en temas clave como alimentación, agua, vivienda, energía y salud.

Trasladando buenas prácticas usuales de hace muchas décadas en firmas de venture capital y banca de inversión en general, podemos aumentar bastante las posibilidades de ofrecer rendimientos financieros que ayuden a garantizar que las organizaciones beneficiadas generen un impacto medible que sea escalable y auto sustentable en el tiempo.

La Fundación Madre Tierra Verde (FMTV) es una ONG cuyo objetivo es facilitar la transición de Costa Rica hacia una sociedad verde e inteligente, con un enfoque de financiamiento, transferencia de tecnología y generación de cultura.

Innova VC, uno de los proyectos de la fundación, funciona como un banco de inversión de impacto, que busca facilitar el proceso de transferencia y adaptación de las tecnologías digitales, generando ahorros que pueden financiar el salto tecnológico que dote de "inteligencia" a la infraestructura, en la cual servicios de valor agregado pueden ser ofrecidos (innovación social tecnológica).

Esto aceleraría la transición de combustibles fósiles a energías limpias y apoyaría el desarrollo de nuevos modelos de negocio adaptados al contexto latinoamericano, con el fin de reposicionar la región ante este nuevo paradigma.

El propósito de Innova VC es ofrecer recursos que permitan fomentar el desarrollo de empresas de base tecnológica (EBT) en el país, preparándolas no solamente en temas de investigación y desarrollo, ambiente y vinculación académica, sino que se les asesora en temas de gobierno corporativo y transparencia, siendo aptas para recibir inversión de terceros. La creación de empresas de base tecnológica se posiciona como una de las principales rutas de transferencia de tecnología para la comercialización de resultados de investigación. Éstas son organizaciones que basan su actividad empresarial en la innovación tecnológica orientada al mercado, dedicándose a la comercialización y rentabilización de productos y servicios innovadores generados a partir de un uso intensivo del conocimiento científico y tecnológico, y que cuentan con personal investigador y técnico de alta cualificación en sus equipos.

La metodología de gestión de Innova VC incluye un modelo de gestión de innovación, el cual impulsa la creación de empresas de base tecnológica, integrando las reglas del Mercado Alternativo para Acciones (MAPA) de la Bolsa Nacional de Valores, con los requisitos del MICIT y CONICIT para que las empresas obtengan tal reconocimiento y puedan optar por el paquete de incentivos que ofrece la Ley de Promoción al Desarrollo Científico y Tecnológico N° 7169. Además, se ofrece el acceso a un programa de vinculación con el sector académico, que permite enfocar recursos para la ejecución de investigaciones conjuntas y cursos de formación técnica especializada, utilizando una comunidad académica digital como herramienta. El portafolio de Innova VC consiste en una serie de empresas que en conjunto pueden desarrollar el prototipo de ciudad inteligente para Latinoamérica, mediante la integración de tecnología enfocada a internet de las cosas, análisis de datos, nubes, realidad aumentada, manufactura y seguridad.

La intención de FMTV es aprovechar los mecanismos e incentivos ya existentes en el país, para impulsar el desarrollo de nuevos modelos de negocio basados en la solución de problemas, alimentando una comunidad de investigación enfocada al mercado, generando spinoff que se encadenan a instrumentos de inversión de oferta privada de impacto global, que provean exposición, a inversionistas institucionales y sofisticados, a un portafolio de EBT costarricenses.

Si ustedes conocen emprendedores de impacto, con alto potencial de escalamiento, y que busquen recursos económicos y metodológicos para convertirse en EBT, por favor nos pueden escribir al correo [rcastillo@mtvfund.org](mailto:rcastillo@mtvfund.org).





## ¿Cuál es tu historia?

Pensá en aquellas situaciones, proyectos o personas que te inspiran más. ¿Has analizado alguna vez por qué te inspiran? Muy probablemente es por que conocés su historia, ya sea reciente, antigua, corta o prolongada.

Muchas veces hablamos de los logros como principal argumento inspirador, mas lo cierto es que lo que está detrás de esos logros es lo admirable y lo que define la grandeza de los mismos.

Las historias son poderosas, y antes de explicar por qué los emprendedores y las emprendedoras deberían contar su historia, es necesario desglosar y entender ese poder con 3 reglas o máximas del "storytelling":

- 1) El poder de una historias solo se activa al ser contada: si no se externalizan los acontecimientos, situaciones o emociones que comprenden una historia, esta nunca tendrá impacto, ni siquiera en el o los protagonistas de la misma.
- 2) El impacto es bidireccional: una historia no solo impacta al que la escucha, sino también al que la cuenta. Una historia es un conjunto de recuerdos llenos de sensaciones y emociones que podrían, o no, ser transmitirlos a un oyente, pero que definitivamente se reactivan al contarlas y revivirlas.
- 3) La autenticidad es el motor de este poder: no hay admiración más profunda que aquella que el ser humano siente por lo auténtico y lo original. No importa la dimensión de los hechos o la manera en que se cuenta la historia, esta siempre debe mantener una total veracidad e incluso abrir paso a expresar los momentos y emociones "negativas".

Ahora bien, como emprendedores y portadores de talentos únicos que buscan alcanzar propósitos transformadores, es importante expandir nuestro rango de influencia, credibilidad y nuestra consciencia.

## El recorrido inspira

El recorrido (todo lo que hayamos hecho o por lo que hayamos pasado para llegar donde estamos) siempre resulta inspirador, tanto lo bueno como lo malo de él. Los logros que hemos alcanzado y los momentos triunfales son un excelente motivador para mirar hacia adelante y decir “ya pude, puedo de nuevo y puedo más”. Los fracasos y momentos amargos nos dicen, a nosotros y a los demás, que somos resilientes y aversos a renunciar, y que tenemos la capacidad de enfrentar cualquier obstáculo.

Hay una frase que dice: “nunca mires hacia atrás”. Error. Quizás “nunca camines hacia atrás” sea un poco más adecuada a la hora de emprender, pero si no miramos y analizamos nuestros pasos previos probablemente no podremos aprender de los errores y de los éxitos, y peor aún, no podremos descubrir y mejorar las habilidades espontáneas que tenemos, esas que solo surgen ante situaciones inesperadas.

## Vulnerabilidad y empatía

Ser vulnerable tiene muchas veces una connotación negativa. “Si sos vulnerable, te van a hacer daño”. En el caso de las historias no es así. La vulnerabilidad y la sinceridad son herramientas invaluable a la hora de contar nuestra historia, pues son sumamente perceptibles y contagiosas. Lograr vulnerabilizarse es difícil, pero altamente recompensado, pues depara en una mayor empatía y conexión emocional con quien escucha. En un plano social cercano (socios, clientes, colaboradores, familia, amistades, etc.), nos ayuda a desarrollar confianza y también a diferenciar a aquellos con los que podemos contar de aquellos con los que no. En un plano social más amplio, esta empatía puede proyectarse exponencialmente hasta el punto de que nos será más fácil involucrar seguidores de nuestro proyecto o propósito.

Finalmente, 2 consejos para vos emprendedor(a) que estás leyendo esto:

- Contá tu historia, y cuando lo hagás buscá maneras creativas para hacerlo.
- Viví más historias. Apuntate, animate y tomá riesgos. Emprendé nuevos caminos y disfrutá el recorrido mientras lo estás viviendo, para que luego nos lo contés.





## Shh, me roban la idea.

No sé cuántas veces he dicho: “Nooo Yo pensé en hacer eso”, “¡le juro que yo había tenido esa idea!”, “¿se acuerda que lo hablamos? pero no teníamos tiempo” (podemos reemplazar tiempo con: dinero, ganas y convicción).

Estamos seguros de que esto no es una historia única, miles de personas repiten esto cada día. Entonces, si sabemos que estaremos prontos a decir esas palabras y a los 5 minutos de haberlas dicho vamos a sentir remordimiento, ¿por qué no actuamos? Dejemos que sea alguien más quien las diga cuando nosotros lancemos el próximo mega invento.

Cada idea es valiosa, sí, pero es valiosa sólo para quien la piensa; no podemos ponerles un valor económico a nuestros pensamientos. Esta es la primera regla al declararse “hacedor de conceptos innovadores”.

¿Cómo que no? Pregunta constante, pero si tan solo tengo un concepto; el cual no he probado, validado y no tengo ventas o al menos un prototipo que lo consolide, no tengo nada. Un concepto que no puedo vender porque no se quién está dispuesto a comprarlo.

Es entonces cuando llegamos a la segunda regla, compartir tanto como podamos. Solo así podemos llegar a un primer resultado, para asegurarnos que tenemos algo que sane el dolor de los consumidores, algo que resuelva ese problema constante que tienen las personas, o bien si somos los dueños de algo tan innovador que hará que en lugar de resolver una carencia abra una nueva necesidad.

¿A quién debemos compartir? De la manera más sincera debemos decir que nuestra familia y mejores amigos no son el público deseado para validar. Estas personas cercanas siempre nos dirán que tenemos algo increíble entre manos, después de todo, ¿quién quiere desanimar a sus seres queridos? Así que si queremos criterios un poco más certeros, busquemos personas con carácter y con la potestad de tomar decisiones en el medio al cual nos dirigimos, personas con algo más que un buen proyecto detrás, y aquellos que no teman decirnos lo que debemos oír.

Compartir los conceptos no es dar en bandeja de plata un negocio, es buscar mejoras y un aumento del éxito, o una vía rápida para dejar de lado algo sin buenas expectativas.

Como consejo, cuando se les presente la oportunidad de exponer ante alguien con poder de inversión o de desarrollo, no pidan un acuerdo de confidencialidad, ya que esto normalmente no es bien visto y puede cerrar las puertas antes de abrirlas. Dejemos de lado el secretismo y el miedo a perder, después de todo quienes trabajan en el ecosistema están para ayudar en el surgimiento de los emprendedores, no para desarrollar cada concepto compartido de forma propia.

En cuanto a los eventos, para startups y emprendimiento, la mayoría están diseñados para dar herramientas y empoderar por medio del conocimiento a los emprendedores. Si realmente no queremos compartir de forma tan pública aquello que hemos pensado tanto, de igual forma es recomendado asistir, vivir la experiencia y hacer networking, o bien tomar el camino acertado y aprovechar el acceso a personas con opiniones de gran valor, que en minutos nos pueden ayudar a concretar la vía que vamos a tomar.

Para terminar, recordemos que la idea como tal no tiene valor económico, es la ejecución la que podemos valorar, vender y cuidar, ahora sí, en un baúl propio.

Es hora de perder el miedo y de hablar sobre aquel día que un pensamiento nos dio permiso para cambiar al mundo.





## Principales competencias de una persona emprendedora.

Para el Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC) y con base en la normativa vigente, un emprendedor/a es la persona o grupo de personas que tienen la motivación o capacidad de detectar oportunidades de negocio, organizar recursos para su aprovechamiento y ejecutar acciones de forma tal que logren obtener un beneficio económico y social por ello. En este sentido, el emprendimiento se entiende como una fase previa a la creación de una empresa.

La literatura enumera una serie de competencias que deberían desarrollar las personas que tienen la intención y motivación para emprender, y que desean hacer realidad su sueño de tener su propio negocio. Algunas de las principales competencias a considerar son:

- a) **Motivación:** Es el conjunto de factores internos que impulsan a un emprendedor para que ejecute una acción o un conjunto de acciones que le permitan alcanzar ciertos objetivos específicos y lograr metas en relación con el desarrollo de una idea o modelo de negocio.
- b) **Fijación de objetivos:** Los objetivos son la base en la definición de las estrategias de un emprendimiento, estos van a permitir dar un rumbo a las distintas actividades en el desarrollo de una idea o modelo de negocio y se deben fijar para ir avanzando poco a poco ya que le dan sentido al desarrollo del negocio.
- c) **Liderazgo:** Es la capacidad de comprometerse, adaptarse, acompañar y guiar una idea o modelo de negocio; además del conjunto de habilidades necesarias que un emprendedor tiene para influir en la forma de actuar de su equipo de trabajo cercano, con el fin de alcanzar metas y objetivos. El liderazgo permite sobreponerse a la incertidumbre, los fallos y los problemas para sacar un proyecto delante de manera exitosa.
- d) **Capacidad de asumir riesgos:** Es la actitud relacionada con el logro de una meta y la capacidad de analizar situaciones riesgosas durante el desarrollo de una idea o modelo de negocio y busca poner en práctica capacidades y competencias que permitan mitigar riesgos o tomar riesgos calculados para prevenir las situaciones podrían afectar el cumplimiento de las metas.

Esta es una competencia que está estrechamente relacionada con el emprendimiento y donde el emprendedor o emprendedora se enfrenta a lo desconocido y a situaciones que en algunos casos no van poder controlar por lo que siempre habrá un componente de riesgo inmerso.

**e) Perseverancia:** Se refiere a la constancia, persistencia, firmeza o dedicación de un emprendedor, tanto en una idea de negocio, como en la actitud para ejecutar acciones o estrategias que le permitan alcanzar objetivos y metas preestablecidas. Cuando se inicia un emprendimiento, ciertamente el emprendedor debe trabajar con mucha persistencia en aras de alcanzar el éxito de su modelo de negocio.

**f) Creatividad:** Es la capacidad de un emprendedor para generar nuevas ideas y por lo general produce soluciones originales a problemas, necesidades o deseos específicos; también es sinónimo del pensamiento original o creativo y de imaginación creativa.

**g) Innovación:** Es un elemento indispensable en relación con el éxito del desarrollo de una idea o modelo de negocio; se refiere principalmente a la creación o modificación de un producto o servicio para posteriormente introducirlo en el mercado. La creatividad y la innovación son herramientas diferentes, pero que tiene una estrecha relación cuando se habla de emprendimiento.

**h) Orientación al cliente:** Es la capacidad de adaptarse a las necesidades de los clientes, entendiendo que cada cliente es único. Por lo cual es necesario conocerlo bien lo que implica escucharlo, analizarlo, entenderlo, anticiparlo y brindarle soluciones a sus necesidades, problemas o deseos.

**i) Adaptación al cambio:** implica modificar o adaptar las prioridades, los hábitos y los objetivos a los cambios continuos que se presentan en el entorno; cambios que deben ser positivos y constructivos aprovechando las oportunidades y anticipando las dificultades.

Es importante recordar que las competencias se pueden definir como un conjunto de características que posee una persona para alcanzar un objetivo específico. Ciertamente, las competencias de un emprendedor tienen una relación muy estrecha entre conocimiento y vivencia, además exigen combinar la educación formal, no formal y experiencia.

Al final, las competencias emprendedoras ayudan a las personas a desarrollar con éxito una idea o modelo de negocio, ya que si se logran desarrollar y ponerse en práctica van a permitir resolver con éxito las diferentes barreras que se presentan durante las etapas de un emprendimiento.



# TESTIMONIOS & PERFILES

DE EMPRENEDORES



ALUMNI LÍDERES EN EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN





**ALONSO QUESADA.** Soy fundador de la empresa Innovando Business Group que se encarga del impulso a las Pymes de Costa Rica y Latinoamérica con modelos de negocios fundamentados en innovación sistemática para lograr revertir la alta tasa de mortalidad de empresas en la región. También promuevo el ecosistema emprendedor por medio de la Asociación Alumni Líderes en Emprendimiento e Innovación (ALEI) que tiene como objetivo promover el emprendimiento social, red de mujeres emprendedoras, emprendimientos en niños y equidad de género en Costa Rica.

Bajo el encadenamiento con otras organizaciones regionales, formo parte de una red de jóvenes emprendedores de la región para fortalecer el ecosistema no solo con los programas de innovación que Innovando Business Group ofrece, sino también formando parte de los comités organizadores de los eventos más importantes de Costa Rica. Por último soy exbecado del programa Jóvenes Líderes de las Américas (YLA) del Departamento de Estado de la Embajada de EEUU, dónde logré presentar y validar mi proyecto de innovación en Dallas, Carolina del Norte, y Washington D.C.; así como crear contactos directos con ejes de emprendimiento social, fundación y academia en el estado de Carolina del Norte.

**IGNACIO CUBERO.** Soy el fundador de Tiger House LATAM, una firma de traducciones costarricenses con oficinas en San Jose y Bogotá (Colombia). A través de la investigación y desarrollo al igual que con la inversión en tecnología, Tiger House apunta a nivelar las fortalezas de cientos de traductores independientes en América Latina para brindar ingresos a sus familias, reducir la huella ecológica en sus servicios y mejorar la calidad del servicio. El objetivo de Tiger House es convertirse en la mejor de la región, mejorando la sociedad, ambiente y economía de la región.



Por lo tanto, en el 2015 Tiger House lanzó una subsidiaria llamada Zero Army que promueve el movimiento "cero desperdicio" a través de la venta de bebidas en botellas de vidrio reutilizables. La compañía Zero Army actualmente se encuentra reinventándose a sí misma y será lanzada nuevamente a finales del 2017. Yo soy el presidente de la compañía y poseo un nivel de Bachillerato en Negocios con énfasis en Finanzas del ITCR



**DEBORAH CHAVARRÍA.** Soy experta en cooperación internacional, desarrollo y también soy emprendedora social. En 2014 co-fundé 2da Mano, una empresa social que tiene por objetivo empoderar a mujeres jefas de hogar en condición de vulnerabilidad social, a través de un modelo de negocio que les brinda la oportunidad de generar un ingreso extra. En 2016, fui seleccionada para formar parte de YLAI y formo parte de los Global Shapers San José Hub iniciativa del Foro Económico Mundial.

A través de mi experiencia laboral en países como, Costa Rica, Nicaragua, Santa Lucía y Ecuador, entendí que la lucha contra la pobreza no es competencia exclusiva de los gobiernos de turno, sino una responsabilidad que debe ser distribuida entre los distintos actores internacionales, públicos, privados y civiles. Es a partir de la incomodidad con el estatus quo, que nací como activista social para generar un cambio en mi entorno. Tengo experiencia en organismos internacionales como la UNESCO, JICA, en empresa privada, ONGs y actualmente impulso proyectos en Derechos Humanos en la Embajada de Holanda. Me gradué del Instituto Universitario Ortega y Gasset en Madrid en 2012, luego de cursar una Maestría en Cooperación Internacional y Administración de Proyectos.

**KARLA DELGADO FALLAS.** Soy diseñadora de modas y asesora de imagen. Me he dedicado por 5 años al sector textil en el diseño y confección de prendas de vestir; dedicando parte de mi conocimiento y el de mi equipo de costureras al ajuste, arreglo y transformación de ropa. Mi primera marca, Koala Designs, nace para la confección de uniformes en el área de la salud, y al día de hoy he ampliado mi catálogo de productos a uniformes para pymes, hoteles, restaurantes. Esta labor la complemento con mi clínica de ropa donde se ajustan, transforman y confeccionan prendas de vestir.



Ante esto, nace la necesidad de crear otras marcas, tomando en cuenta el mercado nacional e internacional, y es cuando se crea Berded Man, marca especializada en la ropa y accesorios para hombre y Alma de Sirena, marca resort de vestidos de baño y ropa de playa inspirada en las playas. Participé en el intercambio de Jóvenes Líderes de las Américas (YLAI) de la Embajada de EEUU, lo que me ha servido de plataforma de conocimiento y aprendizaje para el desarrollo de mi empresa. También he logrado crear alianzas empresariales y personales, permitiendo expandir horizonte y agregar metas al plan de trabajo.



**JORGE MENA.** Soy el co-fundador de las obras de arte afro, RIISH and TOOSH®, que nacen con el objetivo de rescatar y preservar la Afro Cultura costarricense, por medio del arte. Yo y Rishane Isaac; quien es mi socia, desarrollamos coloridas obras de arte en diferentes técnicas, para mostrarle al mundo la riqueza del Caribe tico. Los talleres, charlas y demás actividades, buscan contar la historia del caribe a la población, haciendo conciencia del gran aporte que el afrodescendiente le da a Costa Rica en diversas áreas.

Mis estudios en Administración de Negocios en la UCR, aunados a mi experiencia en turismo sostenible y dirección deportiva, me han dado una base sólida y una visión muy integral a RIISH and TOOSH® en la parte social y cultural. Las obras de arte han sido condecoradas con el Premio OMPI-Registro Nacional, a la creatividad e innovación, y recibí el Premio Nacional Impulso Joven del ICOMOS por el Rescate Patrimonial del Caribe. El ser emprendedor me ha enseñado a ver todas las dificultades como oportunidades, me ha empoderado a sentirme orgulloso de mis raíces Afro, para mostrarle al mundo que el caribe tiene muchas cosas positivas y que es parte importante del desarrollo de nuestra nación pluricultural.

**ERICK RAMÍREZ FONSECA.** Soy el fundador de Corcovado Cervecería Artesanal, microcervecería artesanal costarricense ubicada en Heredia e inspirada en el Parque Nacional Corcovado. Soy Ingeniero en Producción Industrial del Tecnológico de Costa Rica y certificado APICS en Gerencia de Producción e Inventario. Cuento con 11 años de experiencia en manufactura y servicios, principalmente desarrollando proyectos de mejora en plantas de manufactura de diferentes industrias en Latinoamérica. Además de mi rol de director en Corcovado Cervecería Artesanal, soy profesor.



En el 2016 fui escogido por la Embajada de Estados Unidos para representar al país junto a 9 costarricenses más en el programa Jóvenes Líderes de las Américas (YLA) por sus siglas en inglés). Este programa me permitió tener una pasantía profesional en Four Corners Brewing Co en Dallas, Texas. Gracias a esta experiencia, decidí dedicarme tiempo completo a mi empresa y apoyar al Parque Nacional Corcovado en el programa Guardaparques Junior, el cual busca educar niños y adolescentes de zonas aledañas al parque con el objetivo de concientizarlos en la labor de los guardaparques.



**EDUARDO LEITO.** Soy fundador la organización no gubernamental OneSea, fundación que tiene como visión playas y océanos saludables, libres de contaminantes y protegidos de la mano de aquellos que aman la vida. Buscamos conectar vidas al océano inspirando conciencia hacia un cambio positivo, por medio de una red conformada de líderes y de apasionados. También soy fundador de Blu Sea, línea de accesorios amigables con el ambiente de los cuales un porcentaje de las ganancias financian programas de conservación de los océanos.

Fundé de Realty Law Advisers grupo de profesionales de distintas áreas dedicados a asesorar inversionistas y compradores en los procesos de adquisición de bienes inmuebles, con el fin de evitar estafas y fraudes. Mi profesión es el derecho.

**OMARA FUKS.** Soy fundadora de Smartkii, empresa de tecnología que digitaliza procesos para Tour Operadores; capitana de la Selección Nacional de Rafting, apasionada por deportes extremos y la tecnología. Emprender para mí, es una filosofía que significa aprender a soñar y hacer los sueños realidad, y la red de exbecados de la Embajada del programa de Jóvenes Líderes de las Américas, a la cual estoy orgulloso de pertenecer, es una comunidad de soñadores que están cambiando el mundo.



**ALBERTO COLLADO.** Soy Co-fundador de Studio Cromat, una empresa dedicada a integrar a las personas en el proceso creativo de diseño de sus hogares a través del uso de alta tecnología de visualización. Desde antes de mi graduación (2014) de la Escuela de Arquitectura de la Universidad de Costa Rica (UCR) he aplicado mi investigación en realidad virtual, aumentada y mixta al diseño y comercialización de empresas y desarrollos residenciales. Mi especialidad es estrategia y pensamiento creativo, mecanismos y CNC, planeamiento urbano y visualización arquitectónica.

Miembro activo del ICOMOS CR (Consejo internacional de monumentos y sitios) en el rescate y comunicación del patrimonio histórico y profesor de tecnología y comunicación en la Universidad de Costa Rica y Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología.



# ASECRI

ASOCIACIÓN DE EMPRENDEDORES DE COSTA RICA

## ECOSISTEMA DE EMPRENDIMIENTO

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

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

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

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



## GLOSARIO

PARA EMPRENDEDORES EN CR



## ¡Bienvenidas y bienvenidos!

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

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

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

### **Aceleración**

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

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

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

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

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



Son tres las etapas integrales de la aceleración:

#### **- Emprendimiento (0)**

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

#### **- Crecimiento dinámico (+1)**

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

#### **- Consolidación de participación de mercado (+2)**

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

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

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

#### **Capacitación**

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

Definición de la RAE

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

Real Academia Española © Todos los derechos reservados

### **CODe (Comprador óptimo definido)**

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

### **Creatividad e inventiva**

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

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

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

### **Emprendedor, ra**

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

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

Definición de la RAE

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

Real Academia Española © Todos los derechos reservados



## **Emprendimiento**

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

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

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

### **Emprendimiento y la economía creativa.**

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

### **Sectores de la Economía Creativa.**

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

### **Emprendimiento Cultural.**

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

## **Gestionar**

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

## **Gestión**

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

Gestión= Administración + Empuje

## Hito

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

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

## Incubación

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

Definición de la RAE

Incubar

(Del lat. incubāre).

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

Real Academia Española © Todos los derechos reservados

Son cuatro etapas integrales las de la incubación:

### - Clarificación (-3)

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



## - Generación (-2)

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

## - Desarrollo (-1)

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

## - Emprendimiento (0)

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

## Innovación

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

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

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

Definición de la RAE

Del lat. innovatio, -ōnis.

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

Real Academia Española © Todos los derechos reservados

## **Inversión**

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

En resumen las implicaciones de inversión son las siguientes:

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

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

### **Inversionista o inversor**

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

### **Rondas de inversionistas**

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

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



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

### **Capital semilla**

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

### **Capital semilla institucional**

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

### **Capital ángel**

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

### **Capital de riesgo**

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

### **Rondas o series de inversión**

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

### **Club de ángeles**

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

## Red de ángeles

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

## Métrica

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

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

## Monetización

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

## Negocio

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

## Oportunidad

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



## **Negocios de oportunidad ante negocios de subsistencia (necesidad)**

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

## **Oportunidad en los negocios**

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

## **Prototipado**

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

### **A) Prototipo de baja definición**

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

### **B) Prototipo de alta definición**

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

## **Técnica**

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

## **Tecnología**

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



# GLOBAL ENTREPRENEURSHIP WEEK COSTA RICA



