

# Emprendimiento que potencia

REDACCIÓN ISTMO



a **México**

**D**entro del FORO ISTMO 2021, llevado a cabo en noviembre pasado, un panel destacado fue el protagonizado por Alicia Rosas, fundadora de Alicia D'Core, Alfredo Rendón, creador de ChiloChill y la profesora Silvia Cacho-Elizondo del área de Comercialización en el IPADE Business School como moderadora. En la sesión, ambos empresarios compartieron el origen y la motivación que los llevó a crear sus negocios, los primeros obstáculos que encontraron y las ventajas que pudieron aprovechar. Adicionalmente, ofrecieron *insights* interesantes sobre el futuro de sus respectivas industrias. Finalmente, respondieron preguntas de la audiencia acerca de cómo captar financiamiento y sobre la experiencia de emprender. Estos son algunos de los temas relevantes del panel Emprendimiento que potencia a México.

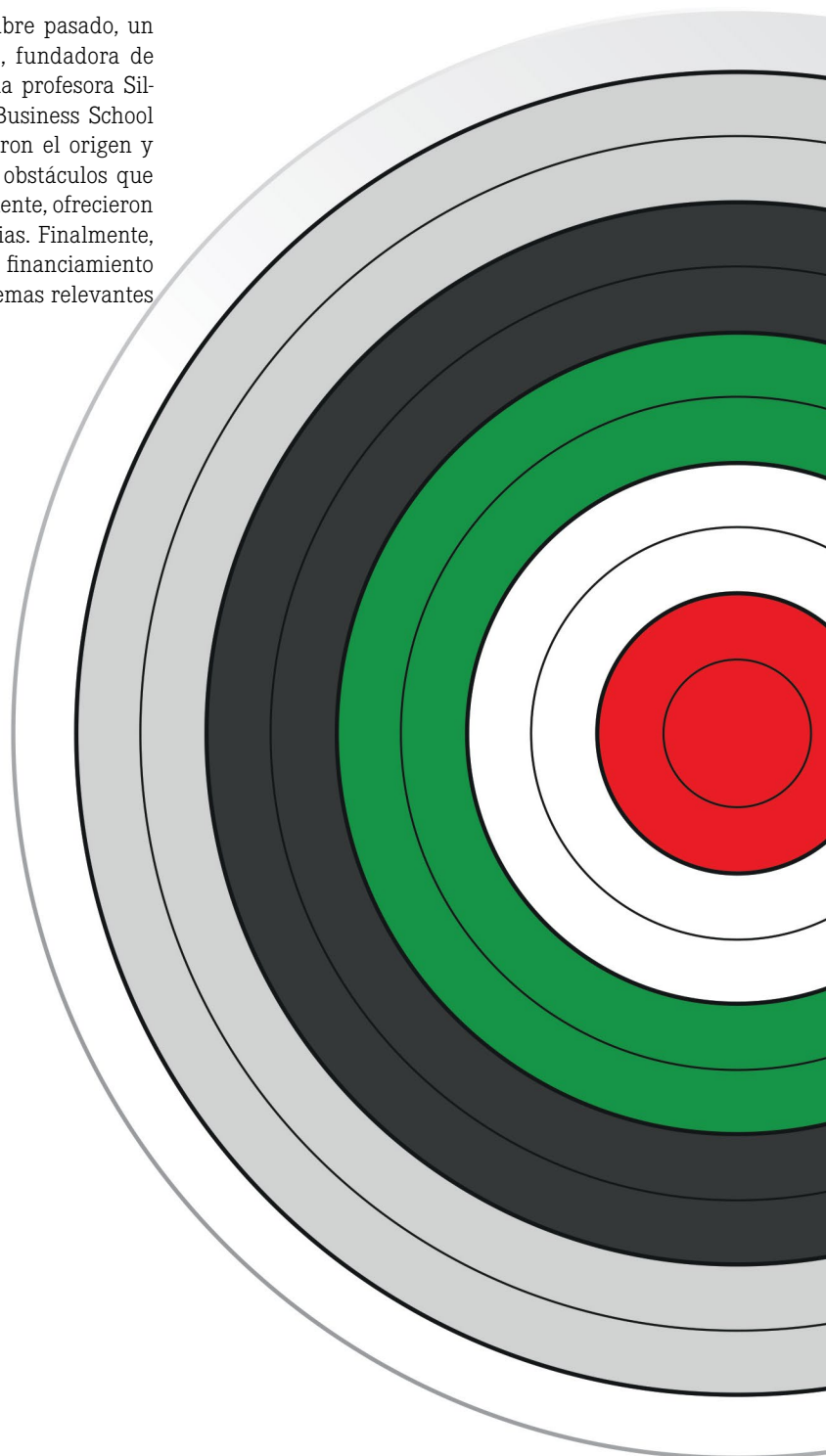
#### **ALICIA ROSAS Y EL TRABAJO CON LOS ARTESANOS**

El proyecto de Alicia D'Core tuvo desde el principio una vocación de impacto social. Actualmente trabaja con artesanos de Temalacatzingo y de Olinalá, ambas comunidades del estado de Guerrero. «Mi amor y pasión por la artesanía, por lo hecho en México, y por el gran patrimonio cultural que tenemos en nuestro país es lo que me hizo emprender hace seis años con mi marca», comenta Alicia Rosas para el panel.

La idea, refiere, nació en el IPADE, en el último semestre de Emprendedurismo. «Se tocó la idea de que cada vez era más importante que las empresas generaran un impacto social en la comunidad. Se hablaba mucho de sustentabilidad, sostenibilidad e impacto social». Ella tenía un *background* como licenciada en Comercio Exterior y estaba muy enfocada en el transporte internacional y las exportaciones.

Si la misión de Alicia D'Core era mejorar la calidad de vida de las personas, el primer trabajo previo a su fundación consistió en buscar productos cuya venta se pudiera potencializar mediante una buena estrategia comercial. Rosas viajó por más de un año a través de diversas comunidades en la búsqueda de casos idóneos para su intervención. Fue en Olinalá y Temalacatzingo que encontró lo que estaba buscando: en ambos pueblos se hacía un producto con denominación de origen, de una calidad que era posible mejorar y que se manufacturaba con diversas técnicas artesanales ancestrales.

«Tenían problemáticas como el acceso, al estar a ocho horas de camino desde la Ciudad de México, que incluía caminos de terracería», refiere Rosas. Olinalá es la cabecera municipal y Temalacatzingo pertenece al mismo municipio. En este





Alicia Rosas, fundadora de Alicia D'Core



Alfredo Rendón, creador de ChiloChill

segundo poblado se habla náhuatl y la endogamia es común, «lo que sucede en muchas comunidades de artesanos», señala Rosas. En ambos casos, las generaciones más jóvenes preferían migrar antes que intentar preservar la técnica y la tradición artesanal de la familia. «Tienen tradiciones, técnica, todo lo necesario para potenciar lo que hacen, pero no los recursos para comprar materias primas y generar productos».

La empresaria comenzó trabajando con seis familias, y ahora son más de cincuenta. «Es algo de lo que se buscaba: unir cada vez más, mucho trabajo hacia dentro, mucha capacitación, fomentar el liderazgo colaborativo y participativo



**Alicia Rosas comenzó trabajando con seis familias, y ahora son más de cincuenta.**

con grupos artesanales. No es fácil, sobre todo en comunidades donde tienen sus propias ideologías y culturas. Se trataba de desarrollar, innovar y llevar la artesanía al siguiente nivel».

Rosas recuerda aquella primera visita a estos pueblos. «Se llega a un lugar donde realmente hay vida, costumbres, tradiciones, hacen piezas asombrosas que están hechas de minerales de la montaña. Sacan tecoxtle, caliza y cuarzo, las funden en hornos tradicionales, le ponen pigmentos naturales. La madera es de lináloe, que es parte de la denominación de origen de la pieza. Son muchas cosas que a veces desconocemos. Me ganó el amor por esto».

A pregunta expresa de Silvia Cacho, Alicia Rosas señala que efectivamente el problema de inseguridad es alto en la región, al grado de que en Olinalá se organizó hace varios años un grupo de autodefensa, ahora desactivado.

«Varios de los artesanos con los que trabajamos estuvieron ahí. Es importante saber cómo ha ido el pueblo avanzando. Hasta que demostré que realmente quería comercializar sus piezas, que realmente las quería llevar al siguiente nivel, fue que confiaron en mí. Fue muy difícil que hubiera un liderazgo participativo. Les platicué del proyecto y les dije que para mí lo importante era que formáramos una cadena hacia dentro, que podíamos potenciar las piezas y traspasar fronteras».

El siguiente paso era algo ya mejor conocido por Rosas. Actualmente sus principales canales de venta son las exposiciones nacionales e internacionales, las recepciones de hoteles y otros puntos estratégicos en el país a donde acuden los turistas extranjeros. El mecanismo está basado en el comercio justo y sustentable. Hoy la relación va viento en popa y, como relata a los participantes al foro, «conozco solo una pequeña parte de la situación, y tengo impacto en una mínima parte de todo lo que tiene México. Trabajo hoy con solo dos comunidades y hemos hecho mucho».

### UNA PASIÓN SUSTENTABLE

Alfredo Rendón es abogado de profesión, y adicionalmente se dedica al turismo de aventura desde hace unos diez años, a través de ChiloChill, un hotel de *glamping* en Baja California Sur. El término viene de las palabras *glamour* y *camping*, lo que describe a la posibilidad de acampar en exteriores, con todas las comodidades de cualquier hotel: luz, agua caliente, internet, etcétera.

«Lo que nos movió fue el amor por lo que hacemos y por transformar la manera en que se hacen los negocios, generando un bajo impacto en las construcciones, preservando el medio ambiente y promoviendo las bellezas naturales y el deporte», asegura Rendón, a pregunta de la moderadora.

El empresario es de Los Mochis, Sinaloa. «Me di cuenta de que ahí, a pesar de contar con hermosas costas, no existe una cultura de playa. La gente solo iba a tomar y a estar parada junto a su coche. A mí siempre me han gustado el mar, la naturaleza. Comencé a practicar *kiteboarding* y vi un mundo de posibilidades en torno a este deporte. Esto nos llevó a realizar un evento en Los Mochis, que le dio un giro a la playa por tres días. Después de eso la gente, los medios nos preguntaban por qué no hacíamos de esto algo permanente».

Así sucedió, hasta que el siguiente paso fue establecer un *beach club* con una escuela de *kitesurf*, y recorridos en kayak. «Después de varios tropiezos en mi primer emprendimiento, me percaté de que quizá no era el momento para que en Los Mochis esto fuera un negocio, y decidimos mi esposa y yo abrir uno en La Ventana», refiere Rendón. Con ello se refiere a un pequeño pueblo de pescadores, al sur de La Paz, en Baja California Sur.

Ahí comenzó una nueva escuela de *kitesurf*. Sin embargo, llegó uno de esos momentos en los que «la oportunidad se junta con el conocimiento». En ese momento estaba leyendo el libro *The Virgin Way*, de Ricard Branson, en donde se hace referencia al concepto de *glamping* y decidió que era momento de comenzar un proyecto así en La Ventana. «En aquel momento, hace cinco años, esta zona no atraía al turismo mexicano. Era un pueblo fantasma».

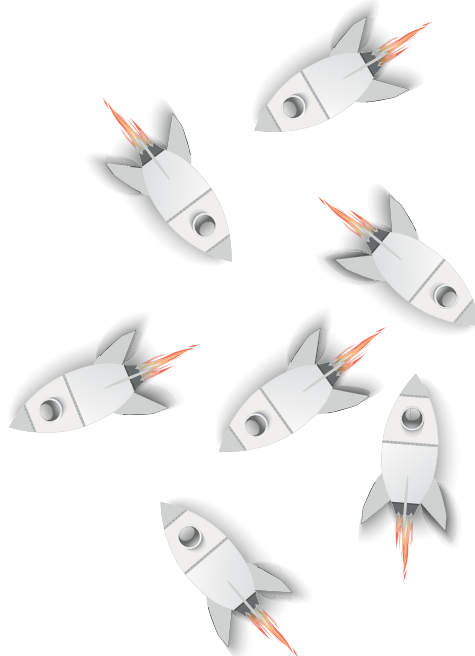
Como suele suceder en las costas al norte del país, el turismo de Estados Unidos y Canadá acudía a estos lugares remotos en los meses de frío, para dejar el lugar desierto el resto del año. Aquí encontró Rendón su “océano azul”, en referencia al libro *Blue Ocean Strategy* de Renée Mauborgne and W. Chan Kim, que describe de esta forma a los nuevos nichos libres de competencia, generados por medio de la diferenciación. De esta manera, decidió hacer algo en los días de verano, bajo el concepto de *glamping* y promoviendo sus pasiones: el *kiteboarding* y el ciclismo de montaña.

A pregunta de Silvia Cacho, acerca de cómo tomar esta difícil decisión y dejar Los Mochis para emprender algo completamente nuevo, Rendón refiere que lo hicieron en un momento apropiado. «En ese momento no teníamos hijos, teníamos ella 29 y yo 30 años. Contábamos con la experiencia del negocio de Los Mochis, teníamos mucho conocidos en La Ventana y conocíamos, sobre todo, lo que ha sido nuestro soporte a lo largo de estos años, que es la comunidad *kitera* de México».

Con un terreno disponible para expandirse, Rendón invitó a dos socios más, para invertir y operar el negocio. Hoy, ChiloChill consiste en un grupo de «casas de campaña» con todos los lujos disponibles, a la orilla del mar. El lugar cuenta con club de playa y todo tipo de amenidades deportivas relacionadas. Rendón refiere que se tomó un año sabático como abogado para echar a andar el negocio. «Cuando algo te apasiona, no hay limitantes», refiere.

### EL GRAN INTERLUDIO: LA PANDEMIA

Pregunta Silvia Cacho: ¿Cómo afectó la Covid-19 a estos negocios, de alguna manera muy relacionados con el turismo y las ventas en el extranjero? El caso más directo fue el de ChiloChill, que tuvo que cerrar sus puertas por tres meses. «Fue para mí, como para todos, un susto tremendo, pero



Hoy, ChiloChill consiste en un grupo de «casas de campaña» con todos los lujos disponibles, a la orilla del mar.



afortunadamente no tuvimos que despedir a nadie. El dueño del terreno nos apoyó mucho, quitando la preocupación de la renta hasta que pudiéramos abrir de nuevo».

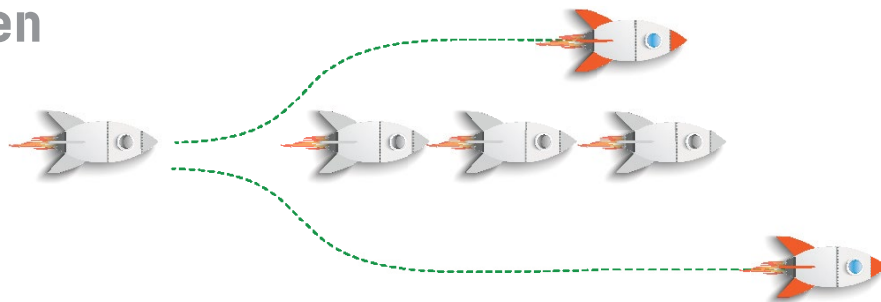
De hecho, ahora describe este periodo como «una gran oportunidad, porque teníamos un crecimiento sumamente acelerado. Un año antes nos habían inyectado capital, el crecimiento nos rebasó y no estábamos muy bien en controles, en organización». El tiempo se aprovechó en afinar la administración del negocio para mantener el nivel de servicio. Finalmente, por tratarse de un negocio prácticamente al aire libre, pudieron abrir con el 30% de ocupación. «No estoy exagerando, teníamos gente queriendo brincarse la barda para entrar al negocio. Eran esas las ganas que tenía la gente de salir. En ese entorno se sentían seguros y tenían razón».

De aquel momento surgió la estrategia del Day Pass, para quien lo solicitara en caso de haber cupo. «En nuestro caso la pandemia sirvió para que la humanidad volteara a ver la naturaleza, buscara lugares menos densos, sitios donde encontrarse, algo que promovemos mucho. La crisis, para todos, ha sido un gran aprendizaje, que a final de cuentas ha tenido efectos muy positivos».

La pandemia también afectó a Alicia D'Core, pues buena parte de sus ventanas de comercialización, los hoteles, fueron cerrados. Desde la Riviera Maya, Baja y demás puntos turísticos, llegaron solicitudes para retirar sus productos. «Al principio esto sí nos dio miedo a nosotros y a los artesanos. Por eso buscar redes de colaboración siempre ayuda», refiere. Por ejemplo, han buscado colaborar con artistas y arquitectos en pedidos especiales, de mayor tamaño. Igualmente, el contrato de producción con empresas, como es el caso de una tequilera mantuvo algo de flujo, así como trabajo para todos.

En ese sentido, pregunta Silvia Cacho, ¿cuáles son los planes para seguir creciendo? De acuerdo con Alicia Rosas, su modelo es definitivamente escalable. «De hecho estamos trabajando ya en ello. La idea es replicar esta cadena de valor en otras comunidades de artesanos con características muy similares a los pueblos con los que ya trabajamos, que tengan carencias y un producto que se pueda desarrollar. Hemos tenido pláticas en Hidalgo y Michoacán».

**Me parece relevante que hoy las empresas busquen cómo generar valor a su comunidad, al entorno, a la empresa, al país en donde estén», dijo Alicia Rosas.**



También, busca colaborar con otras compañías del sector artesanal. «Desde el año pasado me di cuenta de que existen varias empresas que realmente impactan en comunidades indígenas. Queremos construir lazos con ellas. Más allá de vernos como competencia, nos vemos como un sector artesanal que se está reforzando». Igualmente, está reacomodando su estrategia internacional. Por lo pronto, está volviendo a algunas exposiciones, como el Vegas Market y otros por el estilo.

Por su parte, Alfredo Rendón señala que también tiene ya planes de crecimiento. El nuevo proyecto en La Ventana es un centro de experiencias, que también promueve el turismo de aventura y los deportes acuáticos. Llevará por nombre Tatehuari (en referencia al dios protector de los huicholes) y, asegura, está basado en los Calmécacs, que eran centros de estudio en la cultura náhuatl. El nuevo lugar abre sus puertas este mes de diciembre, y Rendón anuncia una inauguración formal hacia el mes de marzo.

«En este mismo proyecto, en una segunda etapa, haremos más *glamping*, con un poco más de cuartos, tipo safari africano. Tenemos la intención de contar con tres lugares más aquí en Baja, que sean cinco en total. Posteriormente veremos si lo hacemos internacional».

#### LO QUE ATRAE A LOS INVERSIONISTAS

En un ecosistema de emprendimiento e inversión privada que cada vez arroja mejores empresas al mercado, Silvia Cacho pregunta cuáles son los proyectos que atraen hoy en día el interés de los inversionistas.

Para Rendón, los elementos favorables son un proyecto disruptivo, que califica como «una característica esencial», luego vienen «la pasión y

el amor por lo que hacemos» y en tercer lugar el enfoque en la sustentabilidad, es decir, la garantía de que las generaciones futuras podrán seguir aprovechando el proyecto, sin agotar los recursos en un corto plazo.

«En mi caso –y creo que esto funcionaría para cualquier emprendimiento–, tengo la filosofía de dejar cualquier lugar o persona con la que intervenga, mejor que como la encontré. Si aplicamos esta regla a nuestra vida y a nuestros proyectos, seguramente va a llegar gente que crea en nosotros».

Para Alicia Rosas, una de las recomendaciones es «conocer perfectamente tu sector, ser un líder informado, capaz de adaptarse a los cambios». Describe cómo el distanciamiento social generado por la pandemia provocó que nacieran nuevos modelos de negocio. «Necesitas ser capaz de adaptarte a los cambios, a los nuevos estilos de vida y abrazar la innovación. Constantemente, dentro de tu negocio o cadena de valor, tienes que reinventarte: es fundamental».

Rendón agrega: «Sobre todo, que tengas esa hambre de conocimiento, de seguirte preparando, aprendiendo, para ser mejor cada día, pero también para dar confianza a los inversionistas de que no les vas a fallar. Creo que cuando menos en la primera ronda de inversión, la confianza que se trasmite a través de la pasión es lo más importante».

Finalmente, en la ronda de preguntas del público, Alicia Rosas respondió que su mayor satisfacción al impulsar a los artesanos mexicanos ha sido el crecimiento. «Comencé con dos familias, y hoy somos más de 50; con un pueblo y hoy son dos». También, la historia que se difunde en cada una de las piezas. «No solo el hecho de que estés comprando una pieza con

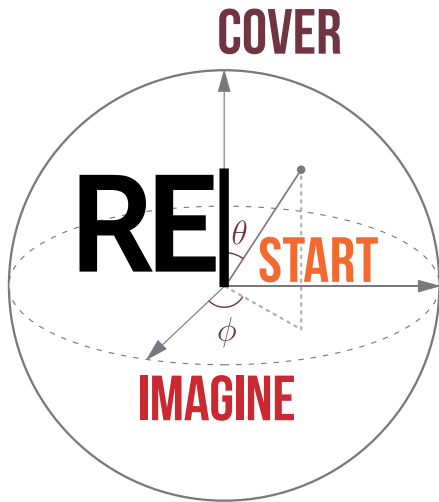
denominación de origen y de gran calidad, sino el valor social que tiene esa pieza. La fuerza creativa que tiene cada uno de los artesanos y el equipo de diseño nos contagian a toda la empresa, es algo invaluable».

Respecto de su visión hacia 2022 y la competencia en la industria del *glamping*, Alfredo Rendón considera que pareciera un negocio con pocas o nulas barreras de entrada, incluso de poca inversión. Sin embargo, «la realidad es que no es tan sencillo. Lo vimos cuando abrimos el primer año: el segundo año ya había otros tres, dos de los cuales ya cerraron».

Aun así, considera que la industria seguirá creciendo. «Nuestros competidores más fuertes en este momento están sin lugar a duda en el Caribe, pero nos enteramos por un estudio que tenemos el 10% del mercado en el país. Nuestra apuesta es incrementar esa cuota de mercado y aprovechar su crecimiento. Por eso estamos abriendo otros tres en un periodo de cinco años: sabemos que ahora es el momento».

En sus comentarios finales, los panelistas alentaron a la audiencia a emprender. «Lo que quisiera decirles a los empresarios y emprendedores que estén aterrizando una idea es que se lo crean y que piensen en grande. Esto tiene mucho que ver con qué tan escalable puede ser tu modelo de negocio. Me parece relevante que hoy las empresas busquen cómo generar valor a su comunidad, al entorno, a la empresa, al país en donde estén», dijo Alicia Rosas.

Alfredo Rendón complementa: «Tengo dos frases que son mis máximas en la vida. La primera dice que no hay viento favorable para quien no sabe a dónde va. La otra es que el cambio es la única constante, y la innovación, el único camino». </>



No pierdas la oportunidad de revivir los contenidos del **FORO ISTMO 2021**.



FORO ISTMO 2021. Re-Cover, Re-Start, Re-Imagine.

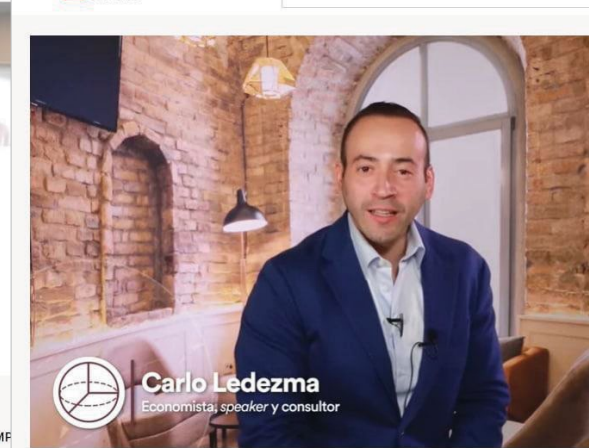
96 usuarios viéndolo ahora... 👍 14 🗨️ 0 ➦ COMPARTIR



UNETE A LA CONVERSACIÓN: #ReCover #ReStart #ReImagine

FORO ISTMO 2021. Re-Cover, Re-Start, Re-Imagine.

96 usuarios viéndolo ahora... 👍 25 🗨️ 0 ➦ COMPARTIR



**Carlo Ledezma**  
Economista, speaker y consultor

FORO ISTMO 2021. Re-Cover, Re-Start, Re-Imagine.

81 usuarios viéndolo ahora... 👍 28 🗨️ 0 ➦ COMPARTIR

**GRACIAS A NUESTROS PATROCINADORES POR SER PARTE DE LA 14ª EDICIÓN.**



PRESENTADO POR:

