

Firmas pioneras ganan \$40.000



Carmen Mayela Fallas está comprometida con la docencia, porque reconoce que fue el dorado de 2001 su empresa actual.

Un negocio que nació en aulas universitarias

César Brenes Quirós
francisco@elcomercio.com

A principios de los años ochenta comenzó a ofrecer asesorías en comunicación con relaciones públicas a una posibilidad desconocida para la mayoría de empresarios costarricenses.

En esa misma época, la abarca reconocida pública Carmen Mayela Fallas cursaba su carrera en la Universidad de Costa Rica, Fallas le igual que sus compañeros de clase, debía enfrentarse a un mercado laboral limitado a las pocas oficinas de prensa o dirección de instituciones estatales.

Poco a poco se fue preparando para salir de su zona de confort, en su caso de la enseñanza, en la búsqueda de las alternativas, en ese entonces, agencias de relaciones públicas.

Así escribió un anteproyecto que se presentó en 1988 al presidente, con la ayuda de su esposo y cofundador, Edgar Mora, en lo que hoy es Comunicación Corporativa.

Las labores de asesoría se fueron convirtiendo para la administración de la comunicación en diversas instituciones y su relación con públicos internos, externos, estatales, etc.

En 1995, abrieron su

primera oficina regional en Guatemala, al año siguiente, se afiliaron a su homóloga la agencia de relaciones públicas y en el 2005 inauguraron su actual oficina matriz en San José. Pese a precisamente esos esfuerzos previos del desarrollo de todo un sector que lo hicieron destacar ante los ojos del programa Pioneros de la Prosperidad.

Cambios en anales de capacitación para los 10 colaboradores en toda la región, impulsó a iniciativas estructurales de formación de nuevas agencias, selección cuidadosa de clientes (seleccionando relaciones con el trabajo y las áreas) y hasta un edificio diseñado específicamente con cubiertas vegetales, son parte de las características que dan ejemplo a iniciativas como esta que a seguir para otros emprendedores.

Actualmente, Comunicación Corporativa atiende a grandes corporaciones como KFC y Nucca, a instituciones educativas como la universidad Earth y a pequeñas empresas como Flores y Sisco y Barum.

La visión de una mujer y el trabajo de su compañero de vida y colega, supieron demostrar que las oportunidades siempre están ahí.

Son ticas y están lideradas por mujeres y sus parejas

César Brenes Quirós
francisco@elcomercio.com

Las firmas costarricenses Flores y Comunicación Corporativa recibieron un premio de \$30.000 por sus esfuerzos de innovación. A ellas les cabe deber a invertir más de la mitad de sus recursos humanos.

Comunicación Corporativa es una empresa de relaciones públicas y Flores comercializa productos de limpieza ecológicos.

El premio, titulado Pioneros de la Prosperidad, lo otorgó el Fondo de Inversión para la Reciclación Social (Seve), el cual reconoce los modelos mentales de personas que saben ver la realidad y desarrollan propuestas de negocios innovadoras, creativas y dinámicas.

Las firmas ganadoras debían ser ambientalmente responsables y generar ganancias a sus clientes, captar a más colaboradores y brindar productos o servicios innovadores.

Su objetivo es construir una red de PYME ejemplares que contribuyan al desarrollo de cada región.

Mujeres líderes

Una coincidencia entre ambas firmas pioneras es la de ser lideradas por mujeres y sus parejas.

En Costa Rica, 45 empresas se inscribieron a un proceso de más de tres meses. A ellas, fueron Flores y Comunicación Corporativa las que ganaron la oportunidad de competir por un premio de \$30.000, además del inicial de \$10.000, que se definió en la edición regional del concurso, el 12 de marzo en el Salvador (no se había efectuado al cierre de esta edición).

Otros dos esfuerzos nacionales reconocidos fueron Mendaza (fabricante de la insignia) y Ros Tropicales (turismo de aventura). Otras empresas recibieron nominaciones honoríficas de \$10.000.

Además de Seve, el premio es apoyado por el grupo CITE (desarrollo de competitividad) y la fundación John Templeton y el Banco Interamericano de Desarrollo.



Silvia Chaves cambió su rumbo y creó Flores, fabricante de productos de limpieza ecológicos.

Cambiar las leyes por los detergentes

César Brenes Quirós
francisco@elcomercio.com

Su pasión por el ambiente le llevó a algo que va más allá de su entorno: labor como consultora legal en temas ambientales administrativos a una empresa de productos verdes y duran 100% natural.

Mañana, Julia, esposa, abogada y desde 1986 pionera empresaria, Silvia Chaves, creó la línea de productos ecológicos de profesión, su propia PYME Flores.

Todo inició cuando la pareja aprovechó una coyuntura de apoyo estatal que le facilitó construir en San Ramón de Alajuela, una humilde empresa que brinda servicios de limpieza y asesoría a instituciones públicas.

La mayoría de sus colaboradores, mujeres solteras que trabajaban como miscelánicas, empezaron a presentar problemas de respiración, alergia y otros padecimientos provocados por la exposición a los químicos encontrados en los productos de limpieza.

La esperanza que Chaves había adquirido mientras brindaba asesorías ambientales se perdió, con el apoyo de su marido como la Cámara de Industrias y de dos químicos, iniciar una serie de

investigaciones para crear productos de limpieza que no dañaran la salud de quienes los utilizaban y que además, fueran biodegradables.

En el 2003, logra presentarse al concurso Pioneros como empresa pionera del mercado verde en detergentes y desinfectantes. El primer producto que ofreció es un desinfectante concentrado en dos etapas que sirve como un gel de esterilización.

Desde una fábrica que cuenta con iluminación natural, una planta de tratamiento de aguas que recha y aprovecha el líquido, hasta materias primas como el jabón, ahorro en transporte (productos son más pequeños) y accesorios en etiquetas y empaques; todo se hizo con conciencia ambiental.

Aun así, van más allá y ofrecen a empleados y consumidores. "Un jabón no basta que dice rico o huele mucho espuma pero que sea efectivo. Más bien, esas características nos pueden jugar contra el medio ambiente y es ahí donde entra nuestra labor de educación hacia el consumidor", dice Chaves.

El reto ahora es seguir mejorando esos estándares y realizar más investigación para desarrollar nuevos productos.

TRES PARA TENTAR

1 Un CD **Cuéntame**

El nuevo disco de Roberto Calvo cuenta a la vez es un CD que cuenta como un CD que ha hecho tanto en España, tiene el color que recorren desde 2003 con el lanzamiento del álbum, hasta en estos días como "Roberto Calvo Habla de Masiva", de 1999. En tiendas a \$8.300.



2 Un libro **Anatomía de un instante**

El escritor Javier Cercas rescata en un reportaje reciente el día de febrero del 23 de febrero de 1981, en Madrid, el momento en que el autor apostó por la opción de comprar el relato de los hechos de manera documentada, en un libro reportaje. En Librería Internacional a \$12.800.



3 Un DVD **Capadocia**

Primera temporada de la serie dramática Capadocia, producida por HBO Latinoamérica, y que cuenta la historia de un científico que se muda a la Ciudad de México. Althayos administradores e internos. El paquete de cuatro discos se vende en Amazon a \$35.

