



DE LA INICIATIVA A LA ACCION

1

¿CÓMO DAR LOS PRIMEROS PASOS DE UN EMPRENDIMIENTO?

Lo primero que debe existir es la motivación y la pasión. Sin estos elementos, no hay emprendimiento posible. Luego, es importante estar alerta para percibir las oportunidades y descubrir las necesidades de potenciales clientes. Recién después, se pueden pensar ideas novedosas para satisfacer esas necesidades. El siguiente paso es planificar cómo se va a producir el producto o prestar el servicio que vamos a vender. Luego, evaluar el precio y, finalmente, pensar cuál es el capital que se necesita para lanzar ese emprendimiento.

Las 10 claves para crear un negocio

Es el **sueño** de muchas mujeres que quieren **independizarse** y no tener jefes ni horarios fijos. La experta Silvia Torres Carbonell, directora del Centro de Entrepreneurship del IAE, responde a las dudas iniciales.

2

SI NO SE CUENTA CON CAPITAL PROPIO, ¿CÓMO SE PUEDE CONSEGUIR EL DINERO?

El primer capital siempre debe proveerlo el emprendedor o su círculo más cercano. Hablo de familia, amigos o compañeros de trabajo. Esto es así en la Argentina y en todo el mundo. Aquí, además, existen fondos públicos que se otorgan a proyectos emprendedores y también existen microcréditos. Cuando se trata de un negocio pequeño, es posible comenzar con poco capital,

t: Dolores Vidal / i: Robertita

pero resulta clave planear la necesidad de fondos hasta que el negocio empiece a generar dinero. Un tema muy importante es la forma de cobranza: muchas veces también hace falta capital propio para poder financiar a los clientes.

3

SIEMPRE SE ADVIERTA A LOS EMPRENDEDORES SOBRE LA IMPORTANCIA DE REALIZAR UN

PLAN DE NEGOCIO. ¿QUÉ ES Y CÓMO SE REALIZA?

Es el anteproyecto de una empresa. Para poner en marcha un proyecto, el emprendedor debe disponer de información. En primer lugar, es útil tomarse el tiempo necesario para estudiar e in-

vestigar el negocio. Hay que recabar toda la información posible. La profundidad y extensión del plan de negocio depende de la complejidad del emprendimiento. Si se trata de un pequeño negocio, es clave realizar una planificación básica. Además, re-

sulta importante conocer y no subvalorar a la competencia.

4

¿CÓMO SE HACE UNA INVESTIGACIÓN DE MERCADO SIN INVERTIR DINERO?

Una investigación básica se puede hacer con muy pocos recursos. Si el negocio apunta a vender un producto o servicio a un consumidor final, se debe identificar el perfil del cliente tipo. Su poder adquisitivo, sus preferencias y hábitos de compra. También su ubicación geográfica, sexo y edad. Luego se debe entender cómo gasta su ingreso, qué tipos de productos compra... Si compra primeras o segundas marcas, dónde compra y con qué frecuencia. Todos estos datos se pueden obtener haciendo encuestas por Internet, a la salida de un supermercado o preguntando a un grupo determinado de personas.

5

¿CÓMO SE PUEDE SUPLIR LA INEXPERIENCIA?

Con consejos, mentorías y búsqueda de ayuda profesional. Es conveniente no emprender solo, sino buscar apoyo, contención. Hoy existe un ecosistema de apoyo a emprendedores, formado por ONGs, universidades, centros de emprendedores y apoyos públicos. Entre otros, el Programa Buenos Aires Emprende, Desarrollo Emprendedor del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

6

¿CÓMO HACER UN PLAN DE MARKETING CON BAJO PRESUPUESTO?

El plan de marketing debe partir de un análisis del mercado target al que se quiere llegar. Analizar cómo se llegará a determinado nivel de ventas; cuánto se debe gastar para comunicar el nuevo producto o servicio; cuántos vendedores serán necesarios; cuántos clientes potenciales hay que contactar para conseguir uno real. También se debe analizar cuánto se tarda en convertir una propuesta en un cliente, cuánto cuesta cerrar una venta y cuánto cuesta perder un cliente.

7

¿DE QUÉ MANERA COMUNICAR EL NUEVO NEGOCIO?

Hoy, con Internet se puede comunicar sin altos costos. Es una herramienta muy eficaz, una aliada de los nuevos emprendedores. Sobre todo, cuando se trata de venta de productos y/o servicios que están destinados al consumidor final.

8

¿DÓNDE AVERIGUAR LOS ASPECTOS LEGALES E IMPOSITIVOS DEL NEGOCIO?

Se puede acceder a los asesores que colaboran con numerosas instituciones y universidades que trabajan en el ecosistema emprendedor. Por ejemplo, Fundación Impulsar, Inicia, Programa Desarrollo Emprendedor del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, entre otros.

9

¿CUÁLES SON LAS CARACTERÍSTICAS FUNDAMENTALES DE UNA EMPRENDEDORA EXITOSA? ¿QUÉ CUALIDADES SE DEBEN DESARROLLAR PARA SERLO?

En principio, hay que tener muy clara la visión del negocio. Además, por supuesto, es clave tener una actitud de confianza y un alto grado de capacitación. Es importante mantener una permanente actitud de aprendizaje. Por otra parte, tanto compartir como delegar son dos verbos esenciales para las emprendedoras. Las mujeres son buenas líderes en su capacidad de generar redes y sentido de equipo. Una excelente fórmula es mantener al equipo de trabajo informado, motivado e inspirado. También, sin duda, se debe crear consenso. Esta actitud, que suele estar presente en las líderes mujeres, facilita las negociaciones y decisiones que exige el negocio. Y, por último, hay que desarrollar la capacidad de establecer relaciones de largo plazo. Esta cualidad, que también es propia del liderazgo femenino, le permite a las mujeres crear emprendimientos exitosos. En conclusión, una emprendedora debe liderar su negocio como mujer y no tratando de imitar el estilo de liderazgo masculino.

10

TODO UN DESAFÍO. TRES ÚLTIMOS CONSEJOS PARA NO FRUSTRARSE ANTE LOS PRIMEROS OBSTÁCULOS.

Primero: no hay que enamorarse de las ideas. Siempre se debe evaluar si hay una oportunidad de mercado. Segundo: tener planes alternativos. Y mi tercer consejo es concentrarse en la ejecución del proyecto, porque en esa etapa se producen los fracasos.

EXPERIENCIA I

"Esta empresa es mi tercer hijo".

Alejandra Martínez
creadora de Maminia



Hace cinco años, Alejandra armó

Maminia, un negocio inspirado por su espíritu maternal, que ideó en Perú "donde viví un año y conocí culturas milenarias, que practican la crianza en brazos y casi no existe la muerte súbita del lactante. Fue muy fuerte escuchar eso; al regresar a la Argentina con mi hija pequeña, me formé como doula (asesora de madres en la primera crianza), investigué el tema y llegué a un informe de la OMS y UNICEF que recomendaba el método canguro para todos los bebés, no sólo para los prematuros, y la lactancia hasta los 2 años". Así, Alejandra, con una inversión inicial de US\$ 500 lanzó su negocio de productos para la lactancia y crianza bajo la filosofía de beneficiar el vínculo mamá/papá/bebé. Lo hizo desde su casa y con una página web gratuita. "En los primeros tiempos iba a visitar a las mamás en sus casas para mostrarles mis productos con mi bebé colgado en un portabebé y a la noche, cuando mi hija dormía, trabajaba con la compu", cuenta. El negocio fue creciendo con el dinero que producía más ahorros familiares. Todo se invertía. Hoy cuenta con un equipo de seis personas, un local en Martínez y varios proyectos en carpeta. Además, su marido, que trabajaba en una empresa multinacional, se incorporó al equipo. "Nos llevamos bárbaro trabajando juntos porque tenemos las tareas bien definidas -explica-. El, que estudió marketing y administración de empresas, se ocupa de las finanzas y yo, de la parte creativa. La clave del éxito es la pasión. Maminia dio el salto cuando pude armar un equipo y nutrirme de otras miradas y de las manos que me faltaban. Es gracioso: antes con Maminia tenía la misma sensación de toda madre: ¡no te alcanzan las manos!"



EXPERIENCIA II

"Si ponés el alma, el éxito llega".

Alejandra Gougy
creadora de CosechaVintage



Arrancó de cero en 2001, cuando -igual que el país- quebró "porque un cliente me dejó colgada con un montón de plata". El tejido, que le había enseñado su abuela Sebastiana, fue su salvavidas en medio de la tormenta. Y otro aliado clave fue la filosofía del reciclado que empezó a ser una tendencia fuerte en el mundo

de la moda. "Comencé a armar mi primera colección de Cosecha Vintage con el descarte de las medias de nylon que me regalaba la firma Apogeo. La presenté en el BAF en 2009 y fue un boom total". Tras el éxito, empezó a vender sus prendas al por mayor y al tiempo, se animó a abrir un local en Recoleta. Una vidriera clave para los turistas, sobre todo los europeos, que valoran mucho sus tejidos, que asocian el trabajo artesanal con el diseño sustentable, y mezclan lana, algodón y muselina con un material recuperado. Además, se presentó en todos los concursos del Centro Metropolitano de Diseño y de esta manera, logró presentar su marca en Tokyo, Santiago de Chile y en la Bienal de Madrid, donde quedó seleccionada como una de las mejores propuestas. "Yo reciclo valores, uso un material para que no contamine el planeta -apunta Alejandra-. Hoy, soy un referente del diseño ecológico. Hice muchos cursos en el Centro Metropolitano de Diseño, en Barracas. Los recomiendo, me ayudaron muchísimo. ¿Mi secreto como emprendedora? No bajo jamás los brazos. Siempre digo que no me hablen de crisis, yo las pasé todas".



datos útiles

WWW.BAEMPRENDE.GOV.AR,
WWW.FUNDACIONIMPULSAR.ORG.AR,
WWW.INICIA.ORG.AR,
PROGRAMA DESARROLLO EMPRENDEDOR. Av. Roque Saenz Peña 832. 4º piso.
FONTAR (FONDO TECNOLÓGICO ARGENTINO),
WWW.AGENCIA.MINCYT.GOV.AR,
INCUBA, WWW.INCUBA-CMD.BLOGSPOT.COM,
Algarrobo 1041. Tel.: 4126-3005/3006.