

emprendedores

Laura Andahazi
pymes@clarin.com

Según el estudio Global Entrepreneurship Monitor (GEM), que mide la actividad emprendedora, en 2010 hubo un aumento del 14,20% lo que revela un leve descenso con respecto a 2009, cuando había alcanzado un 14,68%. Sin embargo, el informe destaca que, en esta ocasión, aumentó la proporción de los que iniciaron su actividad porque detectaron una oportunidad en el mercado. Las otras grandes motivaciones para emprender son la necesidad de conseguir una salida laboral o el deseo de dejar de ser un empleado en relación de dependencia.

El matrimonio de Luciana Ríos Benso y Mariano Morgante es uno de estos casos. Ambos tienen sus respectivas profesiones. El es odontólogo y ella es economista especializada en bancos. Ninguno de ellos prevé dejar su actividad. Ella quiere seguir ocupando su puesto en una cámara empresarial y él planea seguir atendiendo a los pacientes en su consultorio.

« Queríamos hacer algo diferente y encontramos la oportunidad al notar que en el rubro del calzado femenino todas las marcas siguen la moda. »

Sin embargo, decidieron que necesitaban compartir algo más que la vida cotidiana y, en 2009, crearon Ríos Benso, una marca de zapatos femeninos de alta gama, que ellos mismos diseñan.

« Queríamos hacer algo diferente y encontramos la oportunidad al notar que en el rubro del calzado todas las marcas siguen la tendencia de la moda. Uno camina por la avenida Santa Fe y hasta que no levanta la cabeza para ver de qué local se trata no reconoce diferencias, porque todos tienen los mismos modelos », afirma Morgante. Su firma nació de la idea de ofrecer ediciones limitadas, independientes de lo que se lleve en la temporada.

Comenzaron a comercializar la marca con siete modelos, en ferias que organizaban en una habitación de su casa o a través de las redes sociales. Poco tiempo después, se les presentó la oportunidad de vender en consignación a un negocio de la ciudad de Rosario. Decidieron entonces sumar más modelos y en marzo de este año inauguraron un local exclusivo en el barrio porteño de



» Ríos Benso y Morgante: calzado femenino de alta gama, más allá de la moda.

Zapateros por elección y placer

Una economista y un odontólogo apostaron a la creatividad y armaron su negocio • Cómo les fue.

Recoleta, donde ya están vendiendo entre 60 y 70 pares de calzados por mes.

Vencer prejuicios

Para el matrimonio, el éxito de su negocio (facturaron \$ 100.000 en 2010 y este año esperan duplicar la cifra) se debe no sólo a la originalidad y calidad del calzado, sino también a que se atrevieron a superar prejuicios.

El primer muro a derribar era la noción de que profesiones tan disímiles no podían convivir en un emprendimiento y que es complicado sostener múltiples actividades. « Para eso, es fundamental armar equipos de trabajo con gente a la que le guste esta actividad », recomienda el odontólogo. Tienen un empleado para atender a las clientas, trabajan con diferentes talleres y artesanos, pero no dele-

gan, en cambio, la elección de la cabritilla que utilizan para fabricar los zapatos, porque quieren estar seguros de que la materia prima sea de calidad. Y también porque eso les gusta. « La verdad es que nos divierte muchísimo », asegura la emprendedora.

Aunque ella sea economista y haya trabajado muchos años como oficial de negocios para Pymes en un banco, asegura que el plan de

negocios lo hizo "bajo protesta". Sabía que para formalizar la empresa era decisivo elaborarlo, pero estaba convencida de que eso no era lo esencial.

« En mi trabajo, me cansaba de analizar planes de negocios y siempre creía que estaban inflados. Sin embargo, la realidad es que ésta es una herramienta fundamental y hoy la consideramos imprescindible para nuestra gestión: cada paso que damos está ahí », asegura Ríos Benso. Curiosamente, para vencer este segundo prejuicio, decidió inscribirse en los programas que el gobierno porteño ofrece a los emprendedores.

A partir de ahí, se derrumbó el tercer preconcepto: el que establece que todos los concursos están arreglados, son burocráticos, o requieren contactos dentro de la

« Los planes de apoyo a emprendedores son serios y transparentes. Al terminar, uno se va con un plan de negocios y varios contactos. »

entidad, para avanzar. También aquí tuvieron que reconocer que estaban equivocados. « Comprobamos que los planes de apoyo a emprendedores son serios y absolutamente transparentes. Más allá de los premios, desde el punto de vista pedagógico son muy útiles, porque al terminar el curso, el participante se va con su plan de negocios armado y una agenda de contactos », asegura Morgante.

En 2009, participaron del Programa Desarrollo Emprendedor del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires y obtuvieron el primer puesto en la categoría Competencias Emprendedoras, y el quinto puesto en Plan de Negocios. En 2010, participaron en la Competencia Naves, organizada por el Centro de Entrepreneurship de IAE Business School, y llegaron a la final con una mención especial al Espíritu Emprendedor. Además, fueron seleccionados para recibir un aporte no reembolsable de \$ 43.600 que invirtieron en la apertura del local. « Todo esto lo logramos sin conocer a nadie y nos sirvió, más allá del premio », asegura Ríos Benso. ◀