

ENERO 2013

De est a em



De estudiante a empresario

Investigá estos emprendimientos que empezaron en las aulas y sacá tips que te ayuden a empezar tu propio negocio. Además, completá un autotest y averiguá si emprender es para vos. POR **STELLA BIN**

oy emprender está bien visto. Pero esto no fue siempre así. Hasta hace pocos años, un joven que cambiaba seguido de trabajo, o que había puesto en marcha alguna idea de negocio y había fracasado, era "un vago" y estaba muy mal visto en el mundo laboral. Hoy, las personas con esas experiencias son valoradas por su espíritu emprendedor. Es más, empresarios y especialistas coinciden con contundencia: "Sin espíritu emprendedor no se llega lejos".

El cambio de paradigma no es menor.
Apoyados en esta nueva forma de ver a los emprendedores, cada vez más jóvenes se animan a pensarse como dueños de sus propios negocios. Algunos lo hacen mientras cursan la carrera, otros tras desarrollar su tesis y, como siempre, están quienes emprenden una vez terminada la facultad, habiendo pasado o no por la experiencia de trabajar en una empresa. Por último, en lo que es una tendencia creciente, están los estudiantes secundarios que se animan a generar negocios.

Los expertos explican este impulso emprendedor desde la valorización que en la última década empezaron a hacer la familia y la universidad de la actitud emprendedora en los jóvenes, y el apoyo que estos reciben del ecosistema emprendedor. "A partir de la crisis de 2001, sobre todo, ya no existe con tanto vigor el mandato familiar de hacer carrera en una gran empresa o de seguir carreras relacionadas con los negocios o profesiones familiares. Hoy, los padres no creen que sus hijos puedan desarrollar toda su vida profesional en una corporación. Así, los jóvenes se sienten más libres de elegir y de emprender por sí mismos", explica Damián Martínez, coordinador del Centro de Entrepreneurship de la Universidad Argentina de Empresas (UADE).

Además, hay que tener en cuenta que antes el emprendedor dependía principalmente de su espíritu y sus capacidades. Hoy, existen distintas instituciones que lo apoyan y en ese contexto, las universidades buscan aggiornarse a las necesidades de los alumnos y el mercado. Las que aún no tienen armados centros de emprendedores o incubadoras, ya lo están comenzando a hacer, y las que no tenían ni siquiera una materia, están incorporándola a los programas de estudio.

Así lo explicita Mario Bruzzesi, coordinador del Centro de Apoyo y Desarrollo de Empresas (Cayde) de la Escuela de Economía de la Universidad Nacional de San Martín (Unsam): "Hay que formar emprendedores más allá de la carrera que cursen y si bien desde 2003 venimos hablando del espíritu emprendedor, la Unsam reconoce que faltan herramientas que lo promuevan. Por eso se

están modificando los planes de estudio, se lanzó junto a la Municipalidad de San Martín y otras instituciones locales: San Martín Emprende, y en la Escuela de Economía y Negocios se conformó el Consejo Asesor Empresario, que reúne a empresarios dispuestos a recibir consultas, promover el desarrollo de emprendedores y la profesionalización de las pymes, entre otros objetivos".

Desde la perspectiva de Gabriel Jacobsohn, asesor del Centro de Emprendedores GEN XXI de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires (UBA) y socio de la consultora Bootminders, que la universidad genere mentalidad emprendedora es fundamental. "Hoy, los emprendedores son pocos, sólo un 15 o 20% de la población. Creo que con otra educación ese porcentaje aumentaría".

De hecho, los empresarios que egresaron hace algunos años destacan la poca ayuda que recibieron de la universidad para desarrollar sus ideas de negocios.

Luciana Ramajo cursó Turismo en la sede de Mar del Plata de la Universidad Caece. Empezó en 2000 y se licenció en 2005. Pero, en 2003, apenas obtuvo el título de Técnica Superior en Turismo que la habilitó para tener una agencia a su nombre, alquiló una oficina a la calle en la ciudad bonaerense de Miramar, de donde es oriunda, y abrió su propia agencia, Cosmopolitan Viajes. Seis años después ideó la marca Mujeres Viajeras, que organiza viajes temáticos grupales y genera contenidos útiles para sus clientas, especializándose en ese segmento.

De sus años de estudiante, Ramajo sostiene: "Salvo el incentivo que recibí de un profesor porque a él le interesaba que hubiera una agencia en Miramar, no recibí ninguna ayuda. Ahora, los graduados estamos haciendo algunos seminarios y la universidad abrió una oficina de asesoramiento al emprendedor. Pero cuando yo estudié, la carrera estaba abocada a formar empleados de agencias. Los cursos que ofrecían eran: cómo hacer un currículum o cómo enfrentar una entrevista laboral".

Similar es el relato que hace Carlo Noseda, dueño de Ciencia Para Todos, empresa que fabrica y comercializa juegos de ciencias. Noseda terminó de cursar en 1994 la licenciatura en Organización de Empresas, en la UADE. "Cuando yo estudié, la universidad estuvo lejos de despertarme el espíritu emprendedor, me preparó para ser empleado. Hoy, que sigo vinculado a la UADE, siento que está más receptiva, hay más espacios para los emprendedores".

A su vez, a modo de círculo virtuoso, el hecho de que las universidades vayan a los secundarios a promocionarse como impulsoras de emprendedores, hace que cada vez más escuelas busquen despertar actitudes emprendedoras en sus Cada vez es más común que los estudiantes, hasta los de carreras tradicionales, encaren su formación desde una perspectiva emprendedora.

alumnos. Mientras que en la ciudad de Buenos Aires, el gobierno local dicta talleres para los estudiantes del último año de los secundarios contando qué es emprender.

En este contexto, los emprendedores más jóvenes en su gran mayoría se animan con ideas de negocio "de bajo costo de inversión, que demandan saberes que incorporan de manera autodidacta, relacionados con tecnologías de la información y comunicaciones (conocidos como emprendimientos TIC), redes sociales, Web 2.0, aplicaciones para celulares", detalla Hugo Kantis, director del Programa de Desarrollo Emprendedor (Prodem) de la Universidad Nacional de General Sarmiento (UNGS). Y aclara: "los emprendimientos relacionados con el sector industrial tradicional siguen siendo fundados por personas de mayor edad, que ya han pasado por la experiencia de trabajar en una empresa".

En la misma línea, Juan Manuel Menazzi, director del Centro de Emprendedores del Instituto Tecnológico de Buenos Aires (ITBA), reconoce: "Encontramos iniciativas emprendedoras en todos los niveles de grado y posgrado. Sin embargo, en los últimos años está creciendo el número de alumnos de primer y segundo año que se acercan al Centro de Emprendedores, lo que indica que están encarando su formación con perspectiva emprendedora desde la base. Es más, muchos estudiantes comienzan su carrera con iniciativas o proyectos previos".

Eso sí, profundiza Menazzi: "Al emprender más jóvenes aparecen algunas limitaciones por el lado de la formación y las competencias todavía no adquiridas, pero tienen una creatividad y visión disruptiva muy valiosa".

Por su parte, Diego Bresler, profesor de las universidades de Palermo (UP) y Tecnológica Nacional (UTN), y director de DB Consultoría desde donde asesora a emprendedores, destaca que hoy "hasta los estudiantes de las carreras más tradicionales, como pueden ser medicina o abogacía, cuando se plantean trabajar piensan cada vez más en emprendimientos relacionados con lo que estudian. Por ejemplo, si un médico no tiene el título no puede ejercer pero sí puede empezar a vender instrumental, en vez de ir a vender ballenitas".

MENTES EMPRENDEDORAS

Kevin Chochlac tiene 22 años y se puede decir que ya es un emprendedor experimentado. Dueño, junto a Luciano Luchetti, de Locosxela-





"Los estudiantes emprendedores están menos en las aulas y más en la calle, buscan un puente entre lo académico y la realidad", sostiene Postigo.

sado.com, acaba de terminar de cursar Administración de Empresas en la Universidad de San Andrés y viene emprendiendo desde el último año del secundario. De hecho, terminó el colegio con algunos ahorros, producto de la puesta en marcha de su primera idea de negocio.

"Creé la página vientodesign.com –que arrancó como mi portafolio personal–, a través de la que algunas pymes y hasta hoteles muy conocidos me encargaron desarrollos de banners, páginas web, diseños y animaciones online. Es más, llegué a contratar a un caricaturista. Eso sí, ni mis clientes ni mi primer empleado sabían que yo tenía apenas 17 años", revela Chochlac.

Pero, al empezar la universidad, percibió que con ese negocio no podía crecer y dejó de ponerle energía. Durante el primer año como universitario se abocó al estudio y decidió invertir en acciones los US\$ 3.000 ahorrados. "Tenía 19 años y me registré en una agencia de corretaje online de Estados Unidos. Así, aprendí a comprar y vender acciones online. Me dejó de interesar porque no hacía más que mover dinero y tampoco ganaba tanto", explica el emprendedor.

No estuvo mucho tiempo quieto. Mientras cursaba el segundo año, creó una marca de cerveza artesanal que no prosperó. Y al año siguiente ideó en la Web la plataforma: Juga5. com donde se podía cargar el equipo de fútbol, edades de los jugadores y barrio en el que vivían para que otro equipo se enterara y pudieran organizar partidos. "Ahí decidí invertir mi plata, que era una inversión riesgosa. Contratamos a un programador y desarrollamos el proyecto".

Eso sí, desde un primer momento Chochlac pensó ese emprendimiento como una forma de aprender, más que de ganar dinero. Algo bastante común entre los emprendedores muy jóvenes, según Sergio Postigo, director del Centro de Emprendedores de la Universidad de San Andrés: "Los estudiantes emprendedores buscan estar menos en las aulas y más en la calle, viendo cómo se pone en práctica lo que aprenden. Buscan el puente entre lo académico y la realidad, entre una idea y una oportunidad, tienen más acceso a redes de contacto, ven que emprender es posible, aun cuando las condi-

ciones no parecerían ser las más favorables". Y aunque el negocio no funcionó, Chochlac rescata lo positivo de haberlo intentado: "Aprendí mucho de tecnología y cómo desarrollar un producto desde cero. Fue un gran desafío. Por supuesto, la otra posibilidad era usar ese dinero para tomar un curso en el que aprender lo que me enseñó este proyecto".

El fracaso del emprendimiento no le hizo bajar la guardia. Al contrario, siguió intentando hasta convertirse junto con Luchetti en los creadores de Locosxelasado.com, una página de intercambio de información, generación de contenidos y venta de productos relacionados con el asado, que recibe más de 1.000 visitas diarias sin publicitarla y 4.000 cuando invitan a entrar.

Ese tráfico llamó la atención, entre otros, de marcas líderes de bebidas alcohólicas, que desde hace cuatro meses los empezaron a contactar para esponsorear la página *web* y hacer distintas acciones de promoción con la comunidad que ellos reúnen. "Una es Fernet 1882 con quienes ya hicimos una campaña", detalla Chochlac.

Hasta la fecha, sus ganancias son de \$ 10.500 por mes. Google Adsense, la plataforma de publicidad de Google, les paga \$ 500 para estar en la página locosxelasado.com y en el canal youtube. com/locosxelasado. Más \$ 10.000 que reúnen vendiendo remeras con el logo del sitio. Ingresos estos últimos que, "según lo acordado con la comunidad de la página, serán reinvertidos en mejoras y desarrollos de nuevos productos para ellos", concluye el emprendedor.

EQUIPO CON VISION GLOBAL

Otra marca de esta época es que la mayoría de los emprendimientos exitosos son creados por grupos de formación mixta. Aunque, "cuando los estudiantes nos presentan las ideas de negocio, por lo general, no están pensadas de manera interdisciplinaria. Es más, si forman equipos, lo hacen con integrantes de una misma disciplina", destaca Martínez.

Pero, los mentores de ChariNut, Christel Sasse y Leandro Musri, son un ejemplo de equipo interdisciplinario. La empresa elabora barras, sopas, galletas y alfajores a base de quinoa, lino, chía y amaranto, entre otras semillas, con el plus de que parte de lo que perciben por cada producto se destina a organizaciones no gubernamentales, como Un Techo Para Mi País o Fundación Caminando Juntos y Aldeas Infantiles.

Sasse se recibió de ingeniera industrial en la Universidad Tecnológica Nacional (UTN) y

Ι ΙΙΓΙΔΝΑ ΒΑΜΑΙΟ (31)



cursaba una maestría en Internacionalización del Desarrollo Local en la Universidad de Bologna, Italia, cuando relevando datos sobre la producción de quinoa encontró un artículo escrito por Musri. Este contador volcado al sector de las agrofinanzas, interesado por esta semilla al igual que por el comercio justo, estaba en contacto con productores. Así fue que en 2010 decidieron sumar los saberes y contactos que tenían y crear una empresa exportadora de productos elaborados a base de quinoa. Gracias a la ayuda que recibieron del GEN XXI, del programa Desarrollo Emprendedor y de otros organismos, hoy sus productos se comercializan en Walmart, Staples, dietéticas y supermercados a escala nacional e internacional.

También les compran directamente, para repartir entre sus empleados, multinacionales como MTV, Techint, Brother & Gamble y BDO. Actualmente, la facturación de ChariNut es de \$ 35.000 por mes y tienen proyectadas ventas por \$ 50.000 para febrero próximo.

Pensar a la empresa con visión global es otra particularidad de los emprendedores profesionales. "Ya sea porque han viajado, porque acceden a conocer cómo se hacen las cosas en otros lugares, fuera del país, o porque encuentran, en la sociedad, emprendedores con estas características, que se transforman en sus referentes", apunta Postigo.

Gastón Frydlewski es uno de los convencidos de que su firma debe ser global. Por eso, él y su esposa, Mariquel Waingarten, decidieron directamente lanzar Hickies en Estados Unidos, más precisamente en Nueva York.

-ABIAN GASTIARENA

Hickies produce sujetadores elásticos para el calzado, que reemplazan a los cordones. Los creó Frydlewski a los 22 años, hace casi una década, pero recién el año pasado logró reunir el dinero para empezar a comercializarlos.

¿Por qué eligieron venderlos desde Nueva York? "Porque allí está el ecosistema ideal para una empresa como la nuestra, que es de moda y ofrece un producto innovador. Por allí pasa gente de todo el mundo por lo que el negocio rápidamente se expande. Además, están las oficinas de las cadenas de comercios de todo el mundo y, por supuesto, también de todos los fondos de inversión", sostiene este emprendedor, egresado de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad de San Andrés.

DONDE HAY UN MANGO

La financiación para concretar una idea de negocio siempre es un tema crítico. Mucho más si el dueño de la propuesta es joven.

"A los 18 años, durante el primer año en la universidad, empecé a escuchar a emprendedores que decían que si uno tiene una idea, el



Hugo Kantis

Director Prodem-UNGS

Emprender sin experiencia

La mayoría de los emprendedores que logran crear una empresa y hacerla crecer suelen ser personas adultas que han recorrido cierta trayectoria como empleados de empresas y en muchos casos, ya han tenido un intento empresarial previo que no funcionó. A lo largo de esa trayectoria han conseguido aprender qué es una empresa y cómo funciona. Es más, a veces es allí donde identificaron la idea de negocios y los contactos clave para llevar adelante su emprendimiento.

Según nuestras investigaciones,

Según nuestras investigaciones, la mayor parte de estos emprendedores reconoce que la principal "escuela" sobre emprendedorismo fue la experiencia laboral.

Sin embargo, el cambio hacia una cultura más emprendedora, la incorporación de los temas de emprendimiento en las universidades y el avance de las tecnologías digitales abren nuevas oportunidades y hacen que cada vez sea más común encontrarse con universitarios que tienen un proyecto emprendedor pero cuya experiencia laboral es nula o muy limitada.

Llegado este punto, muchos son los que aconsejan a los jóvenes no emprender hasta no contar con algunos años de experiencia laboral.

Pero sabemos que si algo distingue a las personas con espíritu emprendedor, es que ellos no aceptan ese tipo de sugerencias y, por el contrario, deciden confiar en sí mismos.

Entonces, quizá, sea interesante compartir algunos consejos que se desprenden de mi diálogo con emprendedores que pasaron por esta situación, la de emprender sin experiencia.

Todos ellos suelen recomendar que, si tienen muchas, pero muchas ganas de lanzar su propio emprendimiento y se sienten en condiciones, lo hagan.
Ahora bien, estos mismos emprendedores también son muy enfáticos a la hora de señalar que es necesario reconocer la falta de experiencia laboral como una debilidad y que, en consecuencia, hay que tener una "estrategia de compensación", para minimizar los costos de un proceso de aprendizaje que seguro será más largo y doloroso.

En definitiva, la cuestión es cómo achicar la curva de aprendizaje. En primer lugar, hay que saber que no siempre ello es factible y, como dice la canción de Joan Manuel Serrat refiriéndose a los hijos, hay que dejar que se equivoquen para aprender.

De todas formas, me animo a sostener que como los emprendedores son optimistas por naturaleza, seguramente les puedan servir algunos *tips*:

- 1. Buscar todos los recursos existentes para aprender cómo crear y gestionar un negocio, cómo vender, aprender sobre marketing y sobre organización.
- 2. La formación de un equipo con funciones especializadas entre los socios es clave para la efectividad y eficiencia.
- 3. Buscar por todos los medios contactarse y ser recibidos por empresarios con experiencia, pedirles opinión y hacerles todas las preguntas que se le ocurran, aunque le parezcan tontas.
- 4. Por último, apoyarse en estos u otros empresarios cuya experiencia les permita funcionar como una suerte de mentores del emprendimiento y del equipo emprendedor.

Como debió reconocer Alvaro García, fundador de la empresa uruguaya Pedidos Ya!: "La pasión y las ganas de aprender fueron los ingredientes secretos que nos han permitido alcanzar los objetivos que nos propusimos".

¿Cómo estás para emprender?

Te proponemos hacer el siguiente ejercicio de autoevaluación. Así, podrás saber qué tan desarrolladas tenés cada una de las siguientes capacidades y habilidades para emprender.

Nivel de desarrollo

| 1 Muy bajo 2 Bajo | 3 | Me | dio | 4 | Al | to | 5 | Μι | ıy alto |
|---|---|---------------------|-----|---------------|-------|---------------------|---|---------------------|---------|
| | • | | Ę | • | • | | 4 | | 5 |
| Capacidades y habilidades para emprender | F | | | | e mej | | | | |
| Tener visión del negocio a mediano y largo plazo | | | | | | | | | |
| ldentificar nuevas ideas o proyectos | | $\bigcup_{i=1}^{n}$ | |) | |) | | $\bigcup_{i=1}^{n}$ | |
| Anticiparse a los cambios de escenario | | \supset | |) | |) | | $\overline{)}$ | |
| Resolver problemas en forma creativa | | $\bigcup_{i=1}^{n}$ | |) | | $\bigcup_{i=1}^{n}$ | | | |
| Ser proactivo y tener iniciativa | | \mathcal{I} | |) | |) | |) | |
| Actuar con flexibildad y saber adaptarse a los cambios de escenario | | | | \mathcal{I} | | \mathcal{I} | | | |
| Ser ejecutivo en la toma de decisiones | | | | | |) | | | |
| Delegar actividades y autoridad | | $\bigcup_{i=1}^{n}$ | | | |) | | \mathcal{I} | |
| Comunicar ideas con claridad | | \mathcal{I} | |) | |) | | \bigcirc | |
| Negociar y manejar conflictos | | $\bigcup_{i=1}^{n}$ | | | |) | | $\bigcup_{i=1}^{n}$ | |
| Trabajar en equipo | | \supset | | | |) | |) | \Box |
| Relacionarse con los demás y construir redes | | | | | | $\Big)$ | | | |
| Administrar recursos | |) | | | |) | | $\bigcup_{i=1}^{n}$ | \Box |
| Planificar, elaborar y evaluar proyectos | | | | | |) | | \mathcal{I} | |
| Comprometerse con el trabajo | | | | | |) | |) | |
| Tolerar el riesgo y la incertidumbre | | | | | |) | | | |
| Aprender de la experiencia | | \mathcal{L} | |) | |) | | \mathcal{I} | |

Fuente: HUGO KANTIS Y SERGIO DRUCAROFF - LIBRO CORRIENDO FRONTERAS

Por sus conocimientos y experiencias, pensar la empresa con visión global es otra particularidad de los emprendedores profesionales.

dinero se consigue. Ahí comencé a pensar que mi idea era posible de concretar", recuerda Frydlewski. A los 22 años hizo el primer plan de negocios de Hickies, pidió plata prestada a su madre para pagarle a un diseñador que concretara su idea y cuando terminó la carrera la patentó en Estados Unidos y salió a buscar inversores. Pero, nadie le dio dinero. "Me decían que la idea era loca, que era muy joven y sin experiencia." Entonces, decidió empezar a trabajar en multinacionales. "Allí, aprendí a manejar una empresa global, a negociar contratos y a presentar proyectos a inversores", reconoce el empresario.

En 2008, Frydlewski conoció a quien hoy es su esposa, que por entonces era dueña de un hotel boutique. Ella lo impulsó a que apostara a su sueño. Tal es así, que apenas volvieron de la Luna de Miel, renunció a su trabajo y consiguió que un grupo de inversores internacionales le diera el doble de lo que se había propuesto invertir inicialmente. Así fue que a fines de 2011 la pareja se mudó a Nueva York con el objetivo de crear una empresa global.

Si bien la mirada hacia los emprendedores ha cambiado desde que Frydlewski salió por primera vez a buscar inversores, conseguir financiación sigue siendo complicado. "Carecemos de un mercado y una cultura madura de inversión de riesgo. Por lo tanto, los emprendedores deben financiarse con recursos propios o la ayuda de amigos y familiares. Sólo en etapas posteriores —cuando el riesgo ya ha disminuido— es posible pensar en rondas de inversión o socios que aporten capital. Sin embargo, hay que decir que muchos *startups* están obteniendo subsidios y premios de programas de estímulo del Estado, nacional o municipal", contextualiza Menazzi.

En consonancia con el especialista del ITBA, Tomás Ramos Mejía y su socio Martín Elicagaray destacan que la mayor dificultad que debieron enfrentar al crear su empresa fue la financiera.

Soñaban con emprender juntos desde el secundario y por fin lo lograron en 2010. Simple Solutions, el emprendimiento que generaron, ofrece un servicio *online* para mejorar la comunicación de administradores e intendencias de consorcios de edificios, barrios cerrados y *countries*. "La inversión inicial salió de ahorros que teníamos tras haber trabajado varios años en corporaciones, más el dinero que nos dieron

por haber ganado el programa Buenos Aires Emprende 2010", puntualiza Elicagaray.

Al mismo tiempo, Ramos Mejía rescata: "Hay mucha gente que no se anima a emprender, pero está dispuesta a ayudar a quienes lo hacen. Les genera empatía la gente que se anima. De hecho, muchas veces resolvimos problemas porque el abogado era un amigo y no nos cobró, o alguien que disponía de una oficina nos la prestó".

En tanto, Ciencias Para Todos, a lo largo de su historia, echó mano a variadas herramientas para financiarse. Noseda destaca la ayuda que recibieron él y su esposa y socia de distintos concursos, hasta de los que no lograron entrar. "En 2004, nos presentamos a Incuba, el Programa de Incubación para Proyectos de Diseño, Creatividad y Tecnología del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. No aprobamos ni la primera selección de provectos. Pero, al hacer el plan de negocios, vimos que para seguir desarrollando el emprendimiento necesitábamos invertir \$ 5.000", cuenta Noseda. Entonces, decidieron sacar un préstamo personal en el Banco Francés, donde él trabaja, para hacer el packaging de los productos. Mientras que la madrina de uno de sus hijos les diseñó gratis las cajas.

Ya con una cantidad importante de productos terminados, contactaron a la Cámara Argentina de la Industria del Juguete que les dio un *stand* en la Feria del Juguete de 2005, a compartir con otros seis emprendedores. "Allí, conocimos a dueños de jugueterías del interior y vendimos 1.000 juegos", señala el empresario.

Pero el dinero seguía faltando y Noseda, quien se declara lector de la revista *Pymes* desde el primer número, en 2005 se postuló para el concurso que por entonces convocaban la revista y el Banco Ciudad. Ganó el segundo premio: \$ 25.000. También se inscribieron en Buenos Aires Emprende, donde recibieron otros \$ 62.500. Con esos aportes, "alquilamos un local para producir, almacenar y llevar adelante la administración, lanzamos nuevos juegos, constituimos la empresa bajo el formato de una SRL y tomamos al primer empleado", enumera orgulloso. Y no es para menos, Ciencia Para Todos facturó \$ 2 millones en 2012 y ya cerró ventas por \$ 2,5 millones para 2013, entre locales y exportaciones.

EL VALOR DE LA EXPERIENCIA

Pero el hecho de ser jóvenes no sólo puede ser un inconveniente a la hora de financiarse. Luciana Ramajo tenía 22 años cuando instaló su agencia de turismo. Dar la imagen de experiencia y seriedad que necesitaba para vender viajes, se le dificultaba. "Me apoyé en el hecho de que era de Miramar y que la gente conocía a mi familia. Siempre que me presentaba hacía hincapié en

33 PYMES 01.2013



CONTACTOS

Hugo Kantis

Programa de Desarrollo Emprendedor de la Universidad Nacional de Gral. Sarmiento www.prodem.ungs.edu.ar prodem@ungs.edu.ar (011) 4469-7500

Juan Manuel Menazzi

Centro de Emprendedores del ITBA www.itba.edu.ar/centro-deemprendedores emprendedores@itba.edu.ar (011) 6393-4800 int. 5993

Damián Martínez Centro Entrepreneurship UADE www.uade.edu.ar/acerca-de-uade/ entrepreneurship entrepreneurship@uade.edu.ar

Mario Bruzzesi

Cayde - Centro de Apoyo y Desarrollo de Empresas de la Universidad Nacional de San Martín www.unsam.edu.ar/escuelas/ economia/cayde/_presentacion.asp cayde@unsam.edu.ar (011) 4580-7250 int. 121

Gabriel Jacobsohn

Centro de Emprendedores GEN XXI. Facultad de Ciencias Económicas (UBA) emprendegen21.wordpress.com emprende@econ.uba.ar

Sergio Postigo Centro de Emprendedores de la Universidad de San Andrés www.udesa.edu.ar/Unidades-Academicas/Centros/ Entrepreneurship

Diego Bresler

www.dbconsultoria.com.ar info@dbconsultoria.com.ar (011) 5237-0959

Silvia Torres Carbonell

Centro de Entrepreneurship www.iae.edu.ar/pi/centros/ Entrepreneurship/Paginas/ Entrepreneurship.aspx

GENTILEZA HICKIES



esos aspectos", detalla Ramajo. Y acota que, en la actualidad, para reforzar la imagen de seriedad, "siempre respondo rápido los mails, ayudo a los clientes a resolver inconvenientes que van más allá de lo que vendo –por ejemplo, conseguir una visa– y siempre alguien de la empresa acompaña a los grupos de viajeras".

Relacionado también con la poca edad de los emprendedores está la poca o nula experiencia laboral con que cuentan al poner en marcha sus ideas de negocio. Y que todos subrayan como importante, entre otras cuestiones, porque es allí donde se aprende a organizar el trabajo.

Cabe destacar que, según datos del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) –un estudio sobre actividad emprendedora realizado a escala mundial–, la mayoría de los que emprenden, lo hacen entre los 24 y los 35 años. Es decir, después de terminada la carrera y tras dos o tres años de experiencia laboral en alguna empresa.

Ahora bien, qué hacer cuando no se tiene esa experiencia. "Algunos puede optar por buscar un socio ordenador. Pero no es indispensable. La verdad es que la solución depende de lo que sea capaz de pensar y encontrar cada emprendedor. De hecho, hay muchas herramientas que pueden ayudarlo a organizarse", considera Bresler.

Sin embargo, la experiencia laboral "no sólo genera hábitos de respeto a cumplimientos de metas, también aporta una red de contactos para

"No cegarse frente a lo que parece un buen producto. Lo deseable es enterarse lo antes posible de si hay errores en su concepción", aconseja Menazzi.

nada despreciable", acota Silvia Torres Carbonell, directora ejecutiva del Centro de Entrepreneurship del IAE, la escuela de Dirección y Negocios de la Universidad Austral.

Pero, más allá de las falencias que puedan tener a la hora de emprender, ¿cuáles son los errores más comunes que cometen estos jóvenes? "No trabajan sobre el grupo de socios para lograr conformar un equipo sólido, que se complemente y tenga definido un sistema para la toma de decisiones", plantea en primer lugar Menazzi. Y enseguida agrega: "También suelen cegarse frente a lo que parece un buen producto. Cuando lo deseable es enterarse lo antes posible si hay errores en la concepción del producto o servicio, o el cliente no está listo o dispuesto a adoptar la propuesta de valor".

Los mentores de ChariNut destacan la posibilidad que tuvieron de rever este aspecto a tiempo. "Llegamos al GEN XXI pensando



producir barritas de quinoa y allí nos ayudaron a ver que ya había muchas barritas, que no podíamos competir con empresas alimentarias como Arcor, que teníamos que diferenciarnos. Entonces, agregamos la responsabilidad social a nuestros productos, plus que nos permitió llegar a los primeros clientes", detalla Musri.

Es que quienes se enamoran de su producto "se aíslan e invierten todo su tiempo y esfuerzo en su desarrollo, para terminar fracasando luego de mucho tiempo y dinero gastado", advierte Menazzi. Y aconseja: "Hay que desarrollar lo antes posible un prototipo que, aunque precario, permita testear y validar su potencial con clientes, amigos o compañeros. Este feedback es de vital importancia, y permite perfeccionar y agregar valor al modelo de negocio en su etapa inicial, para salir luego a competir con una propuesta testeada y mejorada".

En ese sentido, Frydlewski, es de los que se aseguran antes de salir al ruedo. En 2012, ya tenía una empresa en Taiwán que fabricaría los sujetadores para calzado, pero quería probar el producto antes de ofrecerlo a las cadenas de negocios. Por eso, "lanzamos una campaña en Kickstarter, un sitio de *crowfunding*, en el que puede participar cualquier empresa o persona estadounidense", explica el emprendedor.

El sistema funciona de esta manera: los proyectos tienen que ser aprobados por Kicks-

tarter y las empresas tiene que poner un objetivo de ventas y un plazo para alcanzarlo. Si se logra reunir el monto de dinero propuesto, o se supera, el emprendedor recibe los fondos y a los compradores de los productos se les hacen los débitos de las tarjetas de crédito. Luego, hay que enviar lo prometido a cada comprador.

"Teníamos como objetivo juntar US\$ 25.000 en 45 días, pero llegamos a ese monto en tres días. En los 45 días propuestos, prevendimos más de 10.000 *packs* de Hickies a 3.400 personas, reuniendo US\$ 160.000", detalla Frydlewski. Para concluir: "Después de ese testeo, en sólo dos meses –entre octubre y diciembre de 2012–logramos "estar en todo Estados Unidos y en otros países, facturando más de US\$ 1 millón".

Contrariamente a lo que se cree, el éxito del emprendedor tiene poco que ver con la suerte y mucho con el trabajo, el esfuerzo y las competencias. De allí la importancia que en ellos adquiere la formación y la capacitación.

En ese sentido, el ecosistema emprendedor, que viene creciendo en los últimos años, cumple un rol fundamental. Porque los emprendedores de hoy tratan permanentemente de insertarse en un ámbito para desarrollar sus ideas. Los jóvenes buscan espacios donde contar su proyecto, colaborar, trabajar en equipo, compartir, recibir ideas, consejos y asesoramiento. Así son estos futuros grandes empresarios.

Emprender desde el secundario

POR Mariana Gutiérrez FOTO Emiliana Miguelez

• La valorización de la actitud emprendedora es cada vez más fuerte. Tan es así que los colegios secundarios que no la venían promoviendo, ya están generando contenidos para incentivarla. El Estado también.

n los últimos años, cada vez más colegios secundarios públicos y privados buscan promover el espíritu emprendedor entre sus estudiantes.

Desde asignaturas que proponen realizar microemprendimientos hasta iniciativas que dejan la gestión del quiosco del colegio en manos de los alumnos. Es amplio el abanico de actividades con el que buscan despertar en los chicos habilidades que les permitan pensar un futuro laboral por fuera de la relación de dependencia.

En el mismo sentido, los ministerios de Educación y de Desarrollo Económico de la Ciudad de Buenos Aires crearon el programa Generación Emprendedora. Una iniciativa a través de la cual "buscamos difundir la cultura emprendedora e innovadora en los jóvenes de cuarto y quinto año", explica Betania Aprile, su coordinadora.

El proyecto abarca tres áreas: una serie de jornadas mensuales, la capacitación docente y el uso de un video juego para armar un emprendimiento.

En cada jornada se reúnen cerca de 500 alumnos de 10 escuelas y se realizan diferentes actividades buscando estimular el emprendedorismo. "Son talleres orientados a que los chicos se entrenen. Los hacemos jugar y les planteamos distintos desafíos", puntualiza Aprile. También participan emprendedores que cuentan sus experiencias.

El programa se creó porque "había un déficit de contenidos que fomentaran el espíritu emprendedor. En general, se capacitaba para una relación de dependencia", cuenta Aprile. Pero la sociedad cambió y hoy que la actitud emprendedora es valorada, las instituciones educativas buscan promoverla.

De hecho, "en agosto de 2012, el colegio porteño Aula XXI presentó a sus alumnos de cuarto y quinto año las distintas carreras universitarias que podían seguir. Había quienes relataban sus experiencias desde la arquitectura, la medicina, la abogacía, la ingeniería. En ese contexto, el colegio armó una mesa con dos especialistas en emprendedorismo y una emprendedora para que les contáramos a los chicos cómo podían empezar a pensar en emprender desde cualquier carrera", cuenta Diego Bresler, profesor de la Universidad de Palermo (UP) y la Universidad Tecnológica Nacional (UTN), y asesor de emprendedores desde DB Consultoría.

El Instituto Compañía de María también cuenta con distintas instancias que ayudan a formarse con esta mentalidad. Una de ellas es un microemprendimiento didáctico que los alumnos encaran en quinto año en la materia Economía Política y de la Empresa.

"Allí desarrollan dos tipos de competencias: las técnicas –referidas a la gestión empresarial– y las sociales, referidas al desarrollo de habilidades de comunicación, de asunción de responsabilidades, de cooperación y solidaridad, de interacción con el medio, etc.", cuenta Daniela Girimonti, profesora de la materia.

Dentro de la escuela, también les enseñan a armar un plan de negocios y les dan nociones de Derecho Comercial, para que conozcan las obligaciones legales. "Les mostramos cómo sacar el CUIT, el CUIL y cómo se habilita un local", describe la profesora.

DESAFIOS A SUPERAR

Sobre las dificultades que encuentran los alumnos con ganas de emprender, Girimonti señala que existen principalmente dos: la escasa disponibilidad financiera y su corta edad. Esta última, por ejemplo, "les impide patentar una marca. Recién pueden hacerlo a partir de los 18 años".

Por su parte, Sebastián Grimaudo, rector de la escuela, explica que muchos se encuentran con otro desafío a superar al trabajar en un microemprendimiento: "La incertidumbre. Los alumnos están acostumbrados al problema resuelto y ésta es una valiosa oportunidad de crecimiento para ellos".

Pero, más allá de las dificultades, la semillita queda sembrada y "nos pasa que años después nos enteramos de que alguno se animó a poner su propia empresa", destaca Girimonti.

Uno de ellos es Cristian Bertagni, quien fundó el estudio contable M&A junto con dos colegas. "Del taller de microemprendimientos me sirvió mucho la parte contable y administrativa. También aprendimos cosas de la organización de una empresa", recuerda el emprendedor.

Es más, después de cursar la materia de Girimonti, cuando ingresó a la universidad, Bertagni buscó replicar



algunos de los conocimientos obtenidos: "Quería bajar los conocimientos a la realidad como hacía en el colegio. Porque allí vi que una cosa era la teoría y otra la práctica".

La Escuela de Comercio N° 35 Leopoldo Marechal también busca estimular el espíritu emprendedor. Allí, los alumnos de quinto año manejan el quiosco, aplicando lo aprendido sobre la gestión de una empresa.

"Entre las cinco divisiones se reparten las tareas y, con la ayuda del profesor de Práctica Profesional, calculan los costos, los precios y arman las planillas de caja", explica Graciela Lombardi, coordinadora del ciclo superior. Y agrega: "Los chicos realizan todo menos la inscripción impositiva".

De esta manera, buscan estimularles habilidades para emprender como la autonomía, la toma de decisiones y la presentación de los productos.

En la misma línea, Grimaudo acota: "Las propuestas son excusas para que los estudiantes desarrollen las competencias necesarias para emprender, como pueden ser la resolución de problemas, el trabajo en equipo, el planteo de un proyecto, su ejecución y sistematización".

Buscando no quedar rezagada, la Escuela Técnica N° 23 Cazal Calviño comenzará este año "a incorporar contenidos de economía y a enseñar los conocimientos necesarios para trabajar en forma autónoma", informa Carlos Davis, rector del colegio.

Pero, por supuesto, todas estas iniciativas necesitan de un pilar clave donde apoyarse: los docentes. Por eso, Grimaudo advierte que "se requiere promover un cambio de enfoque en los profesores hacia un trabajo colaborativo transversal". Todo ello en pos de preparar a los alumnos para que consideren otras opciones por fuera de la relación de dependencia. En este sentido, Girimonti concluye: "Buscamos desarrollar en los chicos habilidades emprendedoras. Si después se animan a lanzar sus proyectos, mejor".