

EMPRENDE

by **endeavor**
ARGENTINA

AÑO 04 · N° 24 · SEPTIEMBRE 2016 | ESPACIO DE PUBLICIDAD | LA NACION



INDUSTRIA DE AUTOR

REINVENTAR UNA INDUSTRIA, REDOBLAR LA APUESTA Y PATEAR EL TABLERO. LOS BROTHERS DE BERLINA, LOS HERMANOS DE RECICLARG Y LA FAMILIA RICO DE ALCAPARRAS ARGENTINAS: TRES CASOS FAMILIARES DONDE EL SELLO DE AUTOR ESTÁ PRIMERO.

AXEL KUSCHEVATZKY. PÁG 2

El productor estrella de Argentina habla de cómo trabajar desde una pasión.

COSMÉTICA NATURAL. PÁG 8

Damaris Reynoso, creadora de Novachem, cuenta cómo logró la fusión entre ingeniería y estética.



EL CLUB DE LOS 5

¿CUÁLES SON LAS CLAVES PARA UNA EMPRENDEDORA INEXPERTA?

Animarse a iniciar un emprendimiento propio puede ser estimulante, pero, ¿qué se debe tener en cuenta para hacerlo? Virginia Porcella, periodista especializada en economía y autora de diversos libros en los que analiza la relación entre las mujeres y el dinero, publicó recientemente *Feminomics. De la economía personal al emprendimiento propio*. Aquí, detalla cinco tips fundamentales para emprendedoras que recién comienzan.

POR CARLA TROVARELLI



EL DINERO IMPORTA

Las mujeres, particularmente las emprendedoras novatas, comparten una dificultad con los emprendedores tecnológicos: creen que sus productos (o servicios) de tan geniales, útiles o bellos, inspirados y resultado de tanta pasión se venden solos. No es así.



EL VALOR DEL INTERÉS

Es importante que la actividad a desarrollar genere en la emprendedora un interés que vaya más allá del éxito económico: es mucho más fácil sostener el nivel de esfuerzo y dedicación que requiere un emprendimiento si este potencia las propias inquietudes.



LA MOTIVACIÓN ADECUADA

Cuando emprender se vincula a motivos personales (como la búsqueda de independencia o flexibilidad) y no tanto a la vocación de negocios, es probable que no se crezca más allá del negocio de subsistencia. Saber que esto es en definitiva una elección propia es determinante para la perspectiva con la que se analizan los resultados.



LAS VOCES QUE IMPORTAN

Prestar atención solo al consejo calificado debe ser una máxima a no olvidar. Lo que opinan para bien o para mal todos los demás, incluyendo familiares y amigos, no tiene mucho más valor que el reflejar sus propias emociones respecto de la idea de emprender o de la misma emprendedora.



EL CONTROL DE RIESGOS

Las emprendedoras no suelen estar cómodas con "la montaña rusa" que significa vivir del negocio propio, no les gusta correr riesgos. Pero lo cierto es que los emprendedores exitosos no hipotecan sus casas ni se quedan sin ahorros. No correr ningún riesgo es imposible, pero asumirlo en exceso es poco inteligente.

NOTICIAS EN RED

CRÉDITO, ASESORAMIENTO Y CAPACITACIÓN: TRES PILARES DEL EMPRENDEDURISMO

El trabajo articulado entre los diferentes sectores puede ser una ventaja. Desde el Banco Ciudad, Mauro Pilla (Instituto Pyme) y Matías Hirschmann (MyPes) cuentan por qué conviene integrar las estrategias financieras y no financieras dentro del camino emprendedor.

Para entender una necesidad, hay que saber escuchar, y para ello es preciso además manejar un lenguaje común. Por ello, tener en claro que el emprendedor, si llega a un banco en busca de apoyo, necesita una respuesta rápida a todas sus variadas necesidades es un aspecto que, mediante sus productos y programas, el Banco Ciudad busca perfeccionar y actualizar día a día. Desde el sector MyPes, los oficiales asesoran y acompañan a una gran cantidad de micro y pequeñas empresas. "Cada empresa es una realidad distinta, que necesita una atención personalizada. Nos identificamos con los emprendedores porque nosotros también nos consideramos un *startup* con 138 años de historia, estamos siempre en proceso de cambio y evolución. En este sentido, el Banco se destaca ofreciendo una asistencia integral, que comprende el asesoramiento comercial por parte de los Oficiales de Negocio, y la oferta de capacitación que brinda nuestro Instituto Pyme" explica el coordinador del área, Matías Hirschmann. Y en este vínculo, lo nuevo es la omnicanalidad. "Al emprendedor se le pueden ofrecer diferentes vías de comunicación pero lo importante es que la atención sea coherente e integrada", asegura Hirschmann.

banco te ayuda a financiarlo". "La clave para posicionarnos en el sector es que llevamos esa idea enorme a la acción", comparte Pilla, y agrega: "Buscamos replicar lo que logramos en CABA al resto del país empezando por la Provincia de Buenos Aires, Córdoba y Mendoza, a donde este año llegamos con nuestras sucursales".

Las ideas en números



160 ACCIONES de capacitación por año con una participación de más de **9500 EMPRENDEDORES**



10 programas ejecutivos por año con escuelas de negocio y universidades de primer nivel



1500 CLIENTES MYPE con un crecimiento de 120 clientes del 2015 al 2016, con una cartera de **\$1000 millones**.



50% de crecimiento en el stock de cuenta sueldo para empresas en los últimos dos años

El Banco, un potenciador en la relación entre el gobierno, las aceleradoras y las asociaciones

Academia Buenos Aires Emprende: Programa del GCBA para capacitar emprendedores, el Banco Ciudad funciona como una de las sedes de capacitación.

Líneas de Crédito para MyPes/ Pymes, con subsidios: Otorgadas por el Ministerio de Producción de la Nación.

Programa Ciudad Micro Empresas: De una cartera de más de 2100 microemprendedores, el Banco Ciudad incluye a 25 de ellos en un programa especial en el cual son mentoreados por fundadores de negocios ya consolidados.

Participación como mentores junto a NXTP Labs en Fintech 2015: Se participó como mentores en el proceso de elección, y luego los finalistas compartieron sus proyectos en sinergia con los directivos del Banco.



CINE ARGENTINO: PASIÓN DE MULTITUDES

En los 90 fundó *La Cosa*, revista de culto cinéfila, y hoy es el rostro de Turner a la hora de la alfombra roja. Desde Telefe, como jefe de Desarrollo y Producción de Cine, Axel Kuschevatzky ganó un Oscar con *El secreto de sus ojos*, fue vital para *Relatos salvajes* y su nombre aparece en films que, como *El Clan* o *Gilda*, buscan transformar la industria.

1

¿QUÉ PASA CUANDO UN GRAN AMOR SE CONVIERTE EN TU PROFESIÓN?

La rutina pone a prueba tu amor. Porque es muy fácil amar al cine si vas a una sala una vez por semana y es más difícil cuando te levantas un día después de meses de trabajo y las cifras de una película que produjiste no están buenas. Necesitas reinventar tu vínculo con el trabajo que elegiste porque el desgaste es grande.

2

SI MIRÁS TUS ÚLTIMOS 25 AÑOS, ¿CUÁL CREÉS QUE ES LA CLAVE DE TU CARRERA?

No hay un secreto. Admiro mucho a Pedro y Agustín Almodóvar por haber elegido El deseo como nombre para su productora. No hay otra forma de explicar estas cosas que desde ahí: no hay libro de reglas. Es eso, y pensar qué es un desafío. Me puede gustar el fútbol pero eso no implica que pueda jugar de 10 una final del mundo.

3

¿QUÉ LE DIRÍAS A LOS QUE QUIEREN UNA VIDA DENTRO DEL MUNDO DEL CINE?

Lo primero que tengo que decir, a cualquiera que quiera generar una empresa, como aventura y como inversión, es que tienen que ser muy honestos consigo mismos. El cine es una industria cultural, por ende vive en tensión constante. Hay muchas formas de hacer cine y masivo no es malo, masivo es desafío.

NEGOCIOS EN RED

LA OPORTUNIDAD DE PENSAR Y ACTUAR SIN LÍMITES (GEOGRÁFICOS)

En los últimos años, Latinoamérica se convirtió en un escenario de oportunidades para emprender en tecnología, pero también para salir al mundo. Con el apoyo de Wayra, la aceleradora de Telefónica, los emprendedores digitales de Argentina han encontrado un espacio para crecer a lo grande. SocialTools, Nubimetric y Widow Games son tres claros ejemplos de esta posibilidad.

Todo gran negocio surge de una idea pequeña que, si se desarrolla correcta y planificadamente, puede convertirse en una iniciativa rentable y de gran escala. Si bien este es el "ABC" del mundo de los negocios, hoy la tecnología abre un universo de oportunidades para potenciar regional y globalmente a aquellos emprendimientos que, si bien tal vez, se iniciaron para dar una respuesta a una necesidad puntual, mediante un adecuado plan, crecieron hasta contar con un volumen importante y se encuentran a las puertas de capitalizar oportunidades en otros mercados. En 2011, Wayra comenzó a invertir en emprendedores digitales que piensan en grande y que buscan conquistar nuevas plazas en América Latina y el mundo. En Argentina, hemos invertido en 47 *startups*, entre los que se destacan SocialTools, una plataforma de marketing social enfocada a incrementar la interacción de las empresas en redes sociales;

Nubimetrics, plataforma que provee información a vendedores y grandes marcas de Mercado Libre para que potencien sus ventas usando tecnología de *Big Data* y *predictive analytics*; y Widow Games, En Argentina, Wayra ha invertido en 47 *startups* de emprendedores digitales que piensan en grande.

te adquirió una empresa holandesa con operaciones en Estados Unidos. Widow Games, luego de lanzarse en Argentina, ya está exportando el modelo a México y Brasil y superó el millón de usuarios de sus principales juegos. Nubimetric fue capaz de planificar su negocio regional desde el momento de su concepción y hoy procesan más de 40 millones de publicaciones de 17 países entre ellos Brasil, México, Colombia y Argentina para ofrecer su solución de *Big Data* a vendedores online. Latinoamérica es una región de grandes oportunidades. En 2016 la cantidad de personas conectadas a un smartphone es de 200 millones, cifra que ya supera al mercado estadounidense y que se espera que siga creciendo a tasas de dos dígitos por los próximos años. Así como el mercado presenta una gran oportunidad, no está exento de desafíos. La región es atractiva pero existen muchas fricciones en la internacionalización, búsqueda de socios e inversores locales, diferencias



POR LORENA SUÁREZ COUNTRY MANAGER DE WAYRA

culturales, medios de pago más utilizado, y bajos niveles de bancarización, entre otros. Aquellos que logren resolver esos problemas, levantarán barreras de entrada para sus competidores y ventajas comerciales. Este año, en Latinoamérica 200 millones de personas se encuentran conectadas a un smartphone. petitivas sustentables en el tiempo. Sin duda, hoy más que nunca, la tecnología nos presenta un nuevo escenario de oportunidades, que en los próximos años se acelerará y, por eso, es clave crear el contexto y las capacidades para emprender e incentivar y promover *startups* que piensen en grande, para que proyectos locales puedan convertirse en una solución para muchos en diversos lugares del planeta.

DUEÑOS DE LA MOVIDA

POR SOFÍA SMOLAR



Tres grupos familiares de emprendedores repensaron algo que ya existía y buscaron allí un valor agregado, un sello propio. Cervecería Berlina, Alcaparras Argentinas y Reciclarg: tres casos de negocios que buscaron mover algo más que dinero y multiplicaron las oportunidades de crecimiento tanto para ellos como para la comunidad donde se desarrollan.

Guido Ferrari –al que mejor le podría quedar el rol del área comercial en Cerveza Berlina– contesta desde el centro de Bariloche. En ese mismo momento, carga en su camioneta toda la mercadería que debería haber partido para Buenos Aires pero que no fue retirada por los treinta centímetros de nieve que cubrieron las calles de la ciudad de Río Negro. Esa mañana no entraron las maltas ni los barriles pero, aún con ese panorama, Guido no pierde la calma. “Es una dificultad y es un disfrute, o más bien una elección de vida porque elegimos hacer cerveza artesanal en el medio del bosque”, dice casi a modo de presentación de su emprendimiento.

En 2004, con la ayuda de su padre, Don Néstor, los hermanos Guido, Bruno y Franco Ferrari le encontraron una veta

Lejos de la producción masiva, lo que buscan promover desde Berlina es una cultura de base.

autor a la industria cervecera en el sur, que estaba siendo liderada principalmente por grandes marcas industriales. “Al principio fue difícil como cualquier emprendimiento, pero lo disfrutamos por el simple hecho de ser los dueños de la movida; eso nos llenaba”. Lejos de la producción masiva, lo que buscan promover el brother desde Berlina es una cultura de base: volver a beber una buena cerveza con agua de malta, lúpulo y levadura, sin tanto aditivo y conservante. Tomar identidad antes que cantidad.

Sabiendo lo importante que es hacer crecer a la industria, y no solo la empresa, Guido Ferrari preside la Asociación de Cerveceros Artesanales de Bariloche. Con el apoyo del vicepresidente de la Cámara de Comercio, Eduardo Caspani, esta tiene como objetivo unificar la posición del sector y generar las bases para que esta producción cumpla con los máximos estándares de calidad y excelencia. Actualmente se producen en Bariloche alrededor de 2.5 millones de litros anuales de manera artesanal, y este número comienza a darle pelea al chocolate como el local favorito.

LA SEMILLA DEL ÉXITO

Más al norte del país, más precisamente en Santiago del Estero, está La Banda. Allí, Pablo Sebastián Rico logró algo más que darle una vuelta a la industria: junto a su familia, creó una nueva variedad de planta y, con esta, la empresa agropecuaria Alcaparras Argentinas. En 1994, en el campo que todo ingeniero sentenciaba solo como lote, su padre Ángel Rico plantó unas semillas de alcaparras que pudo traer desde Europa. “Si logra sacar una o dos plantas, dese por dichoso”, le decían los ingenieros.

En esa época importar alcaparras era más barato que producirlas, por lo tanto Ángel Rico solo se dedicaba a investigar las pocas que crecían y se quedaba con las que más le gustaban. Hasta que un día –en este juego de padre e hijo– notaron que habían creado una planta distinta: arbustiva, que no tenía espinas, que producía con calor, y que ya podía adaptarse al suelo salitroso de La Banda, es decir, resistente a aguas duras.

“La patente de la planta es ARI, Ángel Rico 1, el nombre de mi viejo”, dice Pablo con orgullo. Al poco tiempo ya eran referen-

tes a nivel internacional, y desde Marruecos –país pionero en este producto– los llamaban para dar charlas y conferencias. “En Argentina fue más difícil, pero, con el avance de la gastronomía, fue creciendo la demanda”, explica Sebastián. La planta era un espectáculo pero no podían producir en cantidad para seguir creciendo. Por lo tanto, redoblaron la apuesta y, en donde nadie imaginaba un laboratorio de clonación, los Rico lo montaron. Un emprendimiento totalmente revolucionario para un campo en Santiago del Estero en los años 90.

Mientras los *brothers* de Berlina y la familia Rico de Alcaparras Argentinas le daban una vuelta la industria, en 2008, los hermanos Farid y Andrea Nallim desde Mendoza renovaron el concepto de cuidado ambiental. A través de la creación de Reciclarg, cambiaron para siempre el trabajo de reciclaje en el tratamiento de residuos electrónicos: un sector que estaba acostumbrado a trabajar solo de forma informal. “Si bien había algunas empresas que ya reciclaban, nuestro objetivo principal era descontaminar”, explica Sebastián de Alcaparras Argentinas. “Hoy en día, somos 28

“Algunos ya reciclaban, pero nuestro objetivo principal era descontaminar”.

Andrea Nallim, Reciclarg.

Emprendedora del año en la categoría de sustentabilidad a nivel mundial.

Reciclar y reutilizar es lo que hace la diferencia en Reciclarg. A través de una vía de recuperación, la empresa rearma máquinas para la base de la pirámide; y en paralelo, conforman una unidad sustentable en la cual, con lo recuperado, crean productos de diseño y juegos para chicos.

CRECE UNA INDUSTRIA, NACE UN OFICIO
El biotecnólogo es el recurso más importante dentro de un laboratorio de clonación de plantas. “Al principio, teníamos una limitante muy grande y tuvimos que emplear a jóvenes solo con secundario completo”, explica Sebastián de Alcaparras Argentinas. “Hoy en día, somos 28

empleados fijos y ya están totalmente capacitados; si los ponemos al lado de un técnico en laboratorio, te podría garantizar que no hay diferencias”. Dentro de la empresa, una de las claves fue capacitar a los jóvenes de la zona en este oficio.

De la misma manera, la inquietud que la cerveza artesanal despertó en los estudiantes barilocheños posibilitó que hoy ser maestro cervecero sea una gran posibilidad. “Actualmente, desde la Asociación Cerveceros Artesanales, estamos creando proyectos en conjunto con la oficina de empleos y pymes de la municipalidad para fomentar este oficio que antes ni se mencionaba”, cuenta Guido Ferrari.

EXPANDIRSE SIN PERDER IDENTIDAD

Con la ampliación de la planta y la implementación de nueva maquinaria, los Ferrari planean cuadruplicar los 40 mil litros de cerveza que producían hasta ahora, y expandirse a lo largo del país, empezando por la reciente apertura en Rosario y las próximas tres de Buenos Aires en Palermo, Balvanera y Quilmes. “Más allá de la producción, nos interesa que la gente tome nuestra cerveza, ideal-

mente en un Berlina. Creemos que esa experiencia nutre mucho más que una botella en la góndola de un supermercado”, cuenta Guido.

La misma idea tienen los hermanos Nallim. En Argentina hay 42 empresas B –conocidas como las mejores para el mundo y no las mejores del mundo–, de las cuales cinco son mendocinas. “Claramente, en esta provincia tenemos una búsqueda especial por emprendimientos de impacto”, cuenta Andrea, lo cual incentiva a los Nallim a llevar la política de Reciclarg a lo largo de todo el país. “El hecho de estar en el centro del oeste argentino, nos permite trabajar con el centro y el sur del país. Ya estamos recibiendo residuos de otras provincias y buscamos una concientización horizontal y global”.

En Alcaparras Argentinas, una de las claves fue capacitar a los jóvenes de la zona en este oficio.

BERLINA

10

MARCAS CONFORMAN LA ASOCIACIÓN DE CERVECEROS ARTESANALES DE BARILOCHE

Sus principales proyectos son la creación del distrito cervecero y la futura "Ruta Cervecera".

ALCAPARRAS ARGENTINAS

600.000 PLANTAS

DE ALCAPARRAS ANULES CLONA LA EMPRESA EN SANTIAGO DEL ESTERO

La visión de la familia Rico es alcanzar una clonación de 3 millones de plantas anuales.

RECICLARG

1°

CAMPAÑA AMBIENTAL DE RECOLECCIÓN DE RESIDUOS ELECTRÓNICOS EN MISIONES

Los días 3 y 4 de noviembre, Mendoza se une para crear conciencia.



EL BIND LANZÓ UNA CAMPAÑA PARA PYMES EXPORTADORAS

Con 50 millones de dólares destinados al crecimiento de pequeñas y medianas empresas, el Bind Banco Industrial busca afianzar su vínculo con los emprendimientos locales que buscan una salida al exterior.

Uno de los puntos más importantes (e incluso preocupantes) al momento de dar un gran paso dentro de un emprendimiento es, por supuesto, el modo de financiación. Ya sea para comenzar un proyecto, agrandarlo, exportarlo e incluso convertirlo en otra cosa, existe ese escalón económico. En ese camino, es importante buscar recursos que sean convenientes, que acompañen el crecimiento de cada emprendimiento y que se ajusten a las necesidades del mismo. En esta búsqueda, y enfocado fundamentalmente en aquellos emprendimientos que quieren ir más allá de las fronteras argentinas, aparece como una interesante posibilidad la campaña para pymes exportadoras que lanzó el Banco Industrial (Bind). En el marco de dicha campaña, se ofrecen líneas para prefinanciación de exportación a 180 días al 4,5% y proyectos de inversión que generen mayor capacidad de exportación al 6,75%, con un plazo máximo de cinco años. Según refieren autoridades del banco, el resultado parcial es excelente, y cuenta con un interés y demanda sostenida. Por ello, se han destinado 50 millones de dólares para este producto, y ofrecen un monto mínimo de U\$50.000 y un máximo de U\$1.000.000 para cada emprendimiento. Para acceder a este servicio, el banco hace un análisis de cada proyecto, del negocio y sus proyecciones. A partir del vínculo con cada emprendedor se adapta el plan a cada necesidad y se buscan alternativas de financiamiento. En este proceso, se trabaja entre pymes y especialistas en estructuras de financiamiento, y se ofrecen servicios que apuntan a la cotidianidad económica de los emprendimientos, como el ajuste de tiempos en el cash flow, un tema que siempre resulta delicado y complejo de abordar.

ACERCA DE BIND BANCO INDUSTRIAL
Es un banco privado de capitales nacionales que prioriza la atención personalizada, la agilidad y el profesionalismo. Está focalizado en el segmento de Banca Empresas, donde se destaca en el empleo de Factoring como herramienta de financiación para pymes. Ofrece también servicios de Comercio Exterior, Mercado de Capitales y Mercado de Cambios, que acompañan a las empresas a maximizar sus inversiones. Las oficinas centrales, ubicadas en la calle Sarmiento 530, destacan por ofrecer un renovado concepto de atención y un diseño de vanguardia que vale la pena visitar.

TRES VISIONES SOBRE

MÁS QUE UN JUEGO

¿Cómo despertar la creatividad de los niños hoy? Estos tres emprendedores nos cuentan cuáles son las apuestas que pisarán fuerte en los próximos años.

POR JAVIER LEDESMA



GUILLERMO WILLINK
- Creador de Chapitas

Una propuesta diferente de juguetes para niños poniendo el foco en el diseño para generar productos exclusivos.

Mientras menos cosas haga un juguete, más cosas hará la mente de un niño. El acceso a la tecnología en los niños cada vez es mayor y esto hace que se pierdan ciertos estímulos, dejando al niño como un espectador y no tanto como un protagonista del juego. Entendemos que adaptarse a esta nueva era está bien, pero haciéndolo de forma equilibrada, jugando de forma sana. Proponemos volver a jugar al aire libre, compartiendo, ejercitándolo y desarrollando aspectos muy valiosos para el crecimiento de los más pequeños.



CANDELARIA MANTILLA
- Creadora de Maldón

Idean y crean juegos de mesa originales al mismo tiempo que desarrollan juegos a medida para clientes corporativos.

En mi opinión todos los niños son naturalmente creativos, porque tienen mayor libertad al no tener tantas estructuras aprendidas. Jugar es una capacidad inherente de la niñez, es la forma que tienen de conocer el mundo. Jugar es cosa seria, tantos para niños como para adultos, hay que combatir el prejuicio de que jugar es "perder tiempo" ya que el juego desarrolla la imaginación y la creatividad. Además, desarrolla habilidades de comunicación y mejora relaciones humanas. Nuestra mayor apuesta es que todos niños y adultos sigamos jugando juegos de mesa que nos desafíen y nos diviertan.



MARTÍN SPINETTO
- CEO y fundador de Widow Games

Su empresa se dedica a crear versiones digitales de juegos de mesa clásicos, desde el T.E.G. hasta el Burako.

Lo fundamental para estimular la creatividad es desarrollar juegos que fueren una participación activa pero reflexiva. En la mayoría de los juegos de mesa digitalizados existen elementos fundamentales como iniciar siempre desde una igualdad de condiciones y variables, una mecánica que requiere juicio, y un objetivo común. Para salir victorioso, no existe otra opción que ponerse creativo y hacer la diferencia con los mismos elementos que los demás. En el futuro, las grandes apuestas pasarán por tomar las mecánicas de juegos reconocidos y profundizar a partir de allí la participación de los jugadores.

CONVOCATORIA #VOSLOHACÉS

Ya arrancó la tercera edición de #VosLoHacés, el concurso de innovación social, cultural y ambiental para emprendedores organizado por el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires a través del Ministerio de Modernización, Innovación y Tecnología. Este año, la invitación se extiende a todos los ciudadanos mayores de 16

años con ideas o proyectos que busquen resolver los desafíos de la Ciudad de Buenos Aires, y se podrá participar en tres categorías: impacto social, ambiental y cultural. Hay más de \$500.000 en capital semilla y varias becas en emprendedurismo como premio. Conocé más y participá ingresando en voslohaces.buenosaires.gov.ar

EMPRESAR TENDENCIA

SALIR AL MUNDO: TODO UN DESAFÍO

Exportar bienes y servicios requiere de una mirada a largo plazo que permita superar la coyuntura del mercado cambiario. En Argentina, de 655.000 empresas registradas actualmente, el 99% son pequeñas y medianas pero solo el 19% de ellas exporta. El sector de software avanza en la internacionalización de servicios y productos. ¿Cuándo y cómo es fundamental pensar en ampliar un emprendimiento?



“Hay que pensar en exportar, sobre todo en el sector de las tecnologías.”
Gabriel Baños, CEO de Flowics.

Algunos emprendedores desarrollan productos competitivos para comercializarlos en el exterior. En otros casos, la posibilidad surge cuando el negocio ya se instaló en el mercado interno, como forma de ampliar la facturación de la empresa. Pero más allá de las razones particulares, quienes integran el sector coinciden en que internacionalizar bienes y servicios es una estrategia que requiere de una mirada emprendedora de largo plazo. Del total de 655.000 empresas argentinas registradas un 99% son pymes, de las cuales solamente logran sacar sus productos y servicios al mundo el 19%. De los rubros que más avanzaron en este sentido, los basados en el conocimiento –liderados por el sector software–, son los que destacan. “El primer paso para internacionalizar una pyme es capacitarse, según el mercado al que se quiera apuntar”, sostiene Franco Ponzano, director de Servicios e Innovación de la Agencia Argentina de In-

versiones y Comercio Internacional (antes Fundación Exportar), y añade que también es importante la información comercial para entender cuáles son los posibles clientes, mercados y nichos donde el negocio podrá ser competitivo. Mientras tanto, Alejandro Wagner, director Estrategia y Exportaciones de la misma entidad, asegura: “Es un excelente momento para exportar, porque hay un buen clima de negocios”.
UN SECTOR QUE AVANZA
Flowics, una compañía dedicada al marketing en red, desarrolló un software basado en la nube, que capta contenidos de usuarios y genera experiencias interactivas útiles para los clientes (estadísticas, tendencias y otras, muchas de las que se usan en los programas de televisión). El CEO de esta empresa, Gabriel Baños, cuenta que el primer socio que abordaron fue Brasil, por su tamaño y su importancia estratégica. Pero el ensayo de esa experiencia les hizo repensar el plan: “Enseguida nos dimos cuenta de que no iba a funcionar la venta desde Buenos Aires y terminamos reclutando a un country manager”. El creador de Flowics explica que desde el comienzo pensaron en exportar su de-



sarrollo tecnológico: “Por su naturaleza, no tenía barreras fuertes. Luego buscamos un valor adicional. Incluimos una tecnología capaz de ser interpretada en otros países y una interfaz de usuarios disponible en varios idiomas”. Su opinión es compartida por otros emprendedores del sector, para quienes generar valor agregado en los bienes y servicios que se ofrecen es una buena estrategia de diferenciación, en un mercado mundial cada vez más competitivo.

Paso a paso

Las reglas son similares a las del mercado interno: un producto competitivo, búsqueda socios, costos de transporte y logística para asegurar el cobro o pago.

- **CAPACITACIÓN:** según el mercado al que se quiere apuntar.
- **INFORMACIÓN:** para entender cuáles son los clientes, mercados y nichos en los que competir.
- **CONTACTO CON POTENCIALES CLIENTES:** si el emprendimiento todavía no se internacionalizó, se puede comenzar por ejemplo a través de compradores internacionales que llegan a la Argentina para un evento.
- **FERIAS INTERNACIONALES:** herramientas valiosas para promocionarse.
- **VIAJES DE PROMOCIÓN SECTORIAL:** a través de las gestiones de cancillería. Son para sectores específicos y mercados dados.



NUEVOS MERCADOS

Cuando hay que decidir a qué país exportar, los especialistas recomiendan comenzar por la región, donde distancia e idioma son ventajas. “México y Colombia son economías subutilizadas por los exportadores y son buenas posibilidades”, aseguraron desde la Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional. Otra región interesante es el Sudeste Asiático, por su tasa de crecimiento y la evolución del consumo. África también es un mercado atractivo, especialmente para servicios tecnológicos. Un ejemplo de iniciativa para innovar en emprendimientos, como también a nivel de mercados, es el que aportaron Carlos Portes y Martín Bonadeo, fundadores de Maqtec, una empresa de maquinaria agrícola para segmentos frutihortícolas. “Con la soja nos fue muy bien, pero nos dimos cuenta de que muchas empresas iban a ir detrás de ese boom. Aprovechamos nuestra experiencia en maquinarias, diseñamos un prototipo y salimos a competir a países como Australia. Fue difícil porque durante mucho tiempo no ganamos dinero, pero de a poco logramos un lugar”, contó Bonadeo.



LAS MEJORES HISTORIAS SON LAS QUE SE COMPARTEN.

HAPPY TOGETHER CONTENIDOS

DAMARIS REYNOSO: “PODEMOS HACER COSMÉTICA DE CALIDAD Y COMPARARNOS CON PAÍSES LÍDERES”

Damaris Reynoso hizo confluír su profesión de ingeniera y su interés por la botánica en un emprendimiento propio. Con Novachem desarrolló principios activos de origen natural que hoy incluyen importantes marcas de cosmética en once países del mundo. Sus claves fueron el esfuerzo y los objetivos claros.

POR CECILIA OSORIO

Hay situaciones que marcan la vida de una persona, aunque cuando suceden no se perciba su alcance. Con su emprendimiento en marcha y una profesión consolidada, Damaris Reynoso (36) puede distinguirlos: su abuela le enseñó a relacionarse con los demás, cuando la ayudaba en un almacén familiar. En cuarto año de la secundaria, su profesora de química le mostró que el conocimiento técnico puede convivir con el gusto por la estética. Luego sumó el empuje y la claridad de objetivos de sus padres. Se asoció a su primer jefe, Diego Ini, y creó Novachem, una empresa con la que investigó y desarrolló ingredientes naturales activos para productos de cosmética de primeras marcas del mercado.

¿Cómo descubriste que la ingeniería química y la estética tenían puntos de contacto?

En cuarto año cursé con una profesora de Química súper coqueta y que tenía mucho conocimiento sobre la materia. Me pareció interesante esa combinación. Quizás por la influencia de mi padre Eduardo, que es ingeniero mecánico, y otro poco porque me gustaban las ciencias exactas, me incliné por la ingeniería química; aunque nunca dejé de lado mi interés por la estética.

¿Qué circunstancias te prepararon para gerenciar un proyecto propio?

Después de transitar algunas experiencias fallidas vi un aviso en el diario que pedía un ingeniero químico, con auto y cartera

“Cuando tenés una empresa propia necesitás dedicarle mucho tiempo. Siempre tuve muy en claro mi rol profesional”.

de clientes. No tenía ni auto ni clientes, pero me presenté igual. Quedé seleccionada por quien hoy es mi socio y mentor, Diego Ini. Mi primera decisión fue capacitarme en ventas. Siete años después, quedé como responsable de las cuentas más importantes. Durante dos años recorrí distintos países. Pero llegó un momento en el que mis expectativas fueron un poco más allá.

¿Qué te inspiró a crear una empresa como Novachem?

Diego me propuso asociarnos en un em-

¿QUÉ ES NOVACHEM?

Un equipo de botánicos, ingenieros químicos y farmacéuticos, que trabajan en estrecha relación con instituciones técnicas y académicas. Crean activos a partir de ingredientes naturales, que tienen un gran porcentaje de componentes extraídos de plantas y benefician distintos aspectos del cuidado personal.

prendimiento. Comenzamos a pensar en hacer algo relacionado con la botánica, que a los dos nos interesaba. Se nos ocurrió desarrollar activos con componentes vegetales que tuvieran una finalidad concreta en cosmética. Seguía con mi trabajo anterior y en paralelo asistía a cursos específicos para nuestro proyecto. Hasta que desarrollé mi primer ingrediente activo, Capilmax. Con la Universidad de Buenos Aires hicimos estudios analíticos y comprobamos su eficacia. Luego llegó la instancia más difícil: insertarlo en el mercado.

¿Cómo llegaron a competir en un mercado como el de la cosmética, donde otros países tienen más experiencia?

En principio fue un trabajo árduo de relacionamiento con posibles distribuidores. Un cliente de Bolivia al que le había hablado del activo, nos pidió 500 kilos: ¡No teníamos cómo hacerlo a escala de laboratorio! Cuando se concretó esa exportación, el emprendimiento comenzó a marchar. Considero que la clave fue creer en nosotros: en Argentina se pueden hacer cosas de buena calidad y compararse con países líderes en activos de cosmética como Francia o Suiza.

Con tu crecimiento y experiencia, ¿qué es lo más importante de emprender tus propias ideas?

Cuando tenés tu proyecto en las manos, no hay límites. Siempre busqué trascender el día a día de un trabajo y considero que cada paso tuvo un sentido específico.

HOJA DE RUTA DE DAMARIS REYNOSO

DESAFÍOS QUE TE HICIERON CRECER:

- El inicio de la carrera en la universidad.
- Los viajes a distintos países del mundo para la selección de nuevos distribuidores y la promoción de nuestros productos en clientes: ¡Llegué a tomar 14 vuelos en 15 días!

UN DÍA QUE NO VAS A OLVIDAR:

- Cuando ganamos el primer premio al mejor trabajo científico durante el Congreso Argentino de Química Cosmética.

ALGO QUE LLEVÁS SIEMPRE CON VOS:

- Un anillo de mi madre, Mónica, que es mi amuleto de la buena suerte.

EL PLAN PERFECTO DE UN FIN DE SEMANA:

- Estar con la gente que quiero.

ACTIVIDADES EN TU TIEMPO LIBRE:

- Me encanta hacer deportes al aire libre, practico Running y bici.
- También me gusta el mundo de los vinos. Uno de mis proyectos pendientes es cursar la carrera de sommelier.

STAFF