

## HERRAMIENTAS

Técnicas para generar buenas ideas de negocio. **PÁG. 2**

## TUCHECK

José Domingo armó una cuponera de descuentos para empresas. **PÁG. 5**

## EL TEST

Valorá tus ideas emprendedoras para saber cuál es más viable. **PÁG. 7**

# DALE EMPRENDE

CLAVES PARA PONER EN MARCHA TU PROYECTO



# GUITARRERO Y emprendedor

Luego de quedarse sin trabajo y tropezar con muchas piedras, Juan Ardini creó una fábrica de guitarras de madera que hoy es líder en todo el país.

"Mi secreto es la perseverancia", dice. **PÁGS. 4 y 5**

# idea

## DE UNA BUENA

### NACE UN NEGOCIO



Todo emprendimiento se inicia a partir de buenas ideas, pero éstas no surgen de la nada. Las buenas ideas son producto de una búsqueda, de cuestionarse, de ser inquieto, disconforme, de compartir conocimientos y experiencias. Si sos un buen emprendedor, tenés que buscar en todo momento la forma de hacer algo diferente, de hacerlo mejor, de otra forma. En esa búsqueda es que surgirá tu gran idea de negocio.



Se pueden satisfacer nuevas necesidades agregando cualidades a un producto. Es lo que pasó con el mercado de los yogures al presentar nuevas líneas para reforzar las defensas o para el tránsito lento.

#### MOVETE, MIRÁ, PENSÁ

**Observá.** Mientras estés esperando en la caja del supermercado, en la fila del banco, en un semáforo, observá a tu alrededor, tratá de detectar problemas no resueltos, necesidades.

**Investigá.** Analizá cómo vive la gente y las costumbres que tienen, hacia dónde se orientan las modas y los gustos de las personas. Averiguá en qué gastan los clientes.

**Preguntate.** ¿Qué podría crear para hacer más fácil la vida de las personas? ¿Qué me gusta hacer? ¿Qué sé hacer? ¿Cuáles son mis habilidades? ¿Cómo podría mejorar un producto o un servicio que ya existe?

**Informate.** Las ocupaciones cotidianas bloquean nuestra creatividad y capacidad de inventar, tampoco nos dejan tiempo para estar informados. Muchas oportunidades son detectadas a partir de la información que tenemos.

**Intercambiá.** Las conversaciones crean mundos. En reuniones familiares, entre amigos, con conocidos se pueden encontrar nuevas ideas.

**Anotalas.** Muchas ideas se pierden por no ser guardadas o registradas de alguna forma. ¡Cuando se te ocurra algo, anotalo!

#### FÁBRICA DE IDEAS

Hay muchas formas de trabajar para que una idea surja y prospere como proyecto. Pero hay una técnica muy sencilla y efectiva que tenés que tomar en cuenta: la Tormenta de Ideas.

La estrategia es estimular a un grupo de personas para que produzca ideas originales y con rapidez. Para ello se reúnen socios potenciales, amigos, o familiares y se les informa para qué están reunidos. Cada participante se toma

unos 10 minutos para anotar en un papel todas las ideas que se le ocurran. Luego, cada uno lee sus ideas al resto y se anotan todas las ideas juntas. Las ideas no son evaluadas ni juzgadas: todas pueden ser buenas.

Una vez presentadas, todos los participantes tratan de seleccionar las ideas con mayor potencial. Para ello, es preciso evaluar el tamaño del mercado, cuánta plata se necesita para iniciar el emprendimiento, entre otras cuestiones.

#### ¿ESTO VA A FUNCIONAR?

Cuando pienses la idea de tu futuro negocio, también tenés que considerar si será viable. Una idea "posible" debe cumplir, al menos, con tres requisitos:

- Ser capaz de atraer al público
  - Que se pueda convertir en realidad
  - Que conozcamos el terreno de juego donde la aplicaremos
- Para evaluar la viabilidad de tu idea podés plantearte las siguientes preguntas:
1. ¿Qué voy a vender?
  2. ¿A quién le voy a vender?
  3. ¿Cómo lo voy a vender?
  4. ¿Cómo voy a producirlo?
  5. ¿Cómo voy a generar los ingresos?
  6. ¿Cuáles serán mis costos?

Los especialistas llaman a esto "Modelo de Negocio".

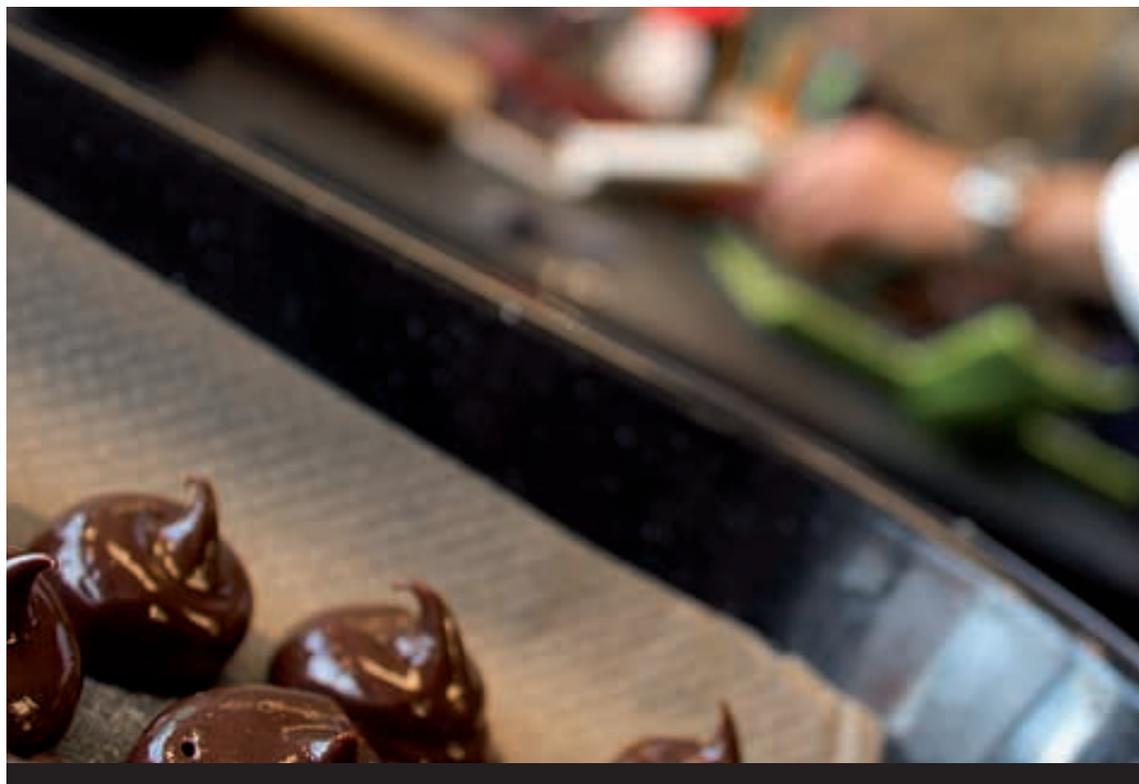


Tomar uno o varios elementos de un producto y cambiarlo es un buen recurso para generar un nuevo negocio. Por ejemplo, al chocolate se le dio la forma de bombones para mejorar su presentación y poder venderlo más caro.



Otra alternativa es añadir un nuevo elemento al producto, manteniendo el resto. Añadir un palito a un caramelo dio origen al chupetín.





**JORGE  
LAWSON**

Es el creador de la Fundación E+E, de apoyo a emprendedores cordobeses. En 2011 asumió como Ministro de Industria, Comercio y Minería de la Provincia de Córdoba.

# CÓRDOBA, EL PAÍS DE LOS SUEÑOS

EMPRENDEDOR ES AQUEL QUE TIENE LA CAPACIDAD DE CREAR IDEAS, DARLES FORMA, CONSEGUIR RECURSOS Y PONER TODA SU VOLUNTAD PARA DESARROLLARLAS Y CUMPLIR CON SUS OBJETIVOS.

A partir de esta maravillosa oportunidad se creó primero el programa "Emprender desde mi localidad", para trabajar sobre los 427 municipios y jefaturas comunales de la provincia para que los jóvenes no se vayan de sus pueblos.

Y ahora estamos presentando el programa "Emprender desde mi barrio", que tiene como objetivo llegar a todos los barrios de Córdoba fomentando la cultura del trabajo a través de animarse a emprender, de aprovechar las ventajas comparativas que generan estos programas y explotar las habilidades competitivas que pueda desarrollar cada uno.

Es la historia de muchas empresas que se construyeron desde abajo, nacieron en la mente de un emprendedor y fueron pequeñas antes de convertirse en grandes. Así nacieron Arcor, AGD y Alladio entre otras y seguramente ya están

en gestación empresas que en el futuro serán como éstas.

Sabemos que en cada barrio hay muchas personas con ideas ingeniosas y hay muy buenos proyectos a los cuales hace falta darle forma y a veces no sólo alcanza con animarse y pasar a la acción, también es necesario crear escenarios para que las cosas ocurran.

Para todos ellos creamos "Emprender desde mi barrio", para crear esos escenarios y brindarles herramientas y asistencia técnica, para poder vincularlos con el abanico de instituciones y Ong's que apoyan a los emprendedores, para articular con las organizaciones que dan capacitación y financiamiento, para que sepan que no están solos.

"Emprender desde mi barrio" nos permitirá el desarrollo integral de los emprendedores cordobeses sobre la base sólida del ecosistema. Tenemos la firme convicción que este programa cambiará vidas, hará que haya más empresas y más trabajo para todos. Esta unión de los sectores que se suman a este proyecto nos brinda la oportunidad de que se convierta en una verdadera política de Estado.

Córdoba lidera el futuro, porque genera oportunidades, tiene clima de negocios, posee un importante entramado industrial y una gran cantidad de Pymes y empresas familiares. Córdoba es cuna de emprendedores y es la promesa de un país mejor, con posibilidades genuinas para todos. Los cordobeses me-

recemos más y mejores oportunidades, tenemos el derecho de soñar y de cumplir nuestros deseos y estamos convencidos que es posible.

Córdoba es el país de los sueños, porque vemos la gran proyección que hay en cada emprendedor, porque creemos en ese potencial, porque creemos en lo que son, pero fundamentalmente en lo que pueden llegar a ser.

Creemos en tus sueños...  
Creemos en vos.

GUILLERMO PEDRUZZI



LA EDUCACIÓN COMO APUESTA

Guillermo Pedruzzi, fundador del Colegio Secundario y Parque Tecnológico Educativo Leonardo Da Vinci de la ciudad de Río Cuarto, no quiso arriesgarse a vivir cómodamente de una renta segura y decidió destinar su capital, tiempo y energía a la experimentación e innovación en la educación de niños y jóvenes. Es un defensor de la finalidad humanista de la tecnología, del trabajo como creación y aprendizaje, y de la libertad como condición para la convivencia. En los pasillos y en las aulas del colegio es posible respirar un ambiente provocativo que invita a desarrollar la imaginación y poner las manos a trabajar para resolver problemas de la vida cotidiana. En las personas que conforman el parque y el colegio se manifiesta el entusiasmo y el compromiso necesarios para sostener sus propios paradigmas. Actualmente, está avanzando en la incubación de proyectos innovadores como la producción de tricicletas eléctricas, en los cuales trabajan alumnos, docentes y egresados del Colegio Leonardo Da Vinci, demostrando que la ciencia, la educación y la producción deben estar íntimamente ligadas.

JUAN ARDINI, DUEÑO DE ARVAL



JUAN ARDINI

**Empresa:** Arval.  
**Planta:** Villa Páez.  
**Empleados:** 15.  
**Productos:** 14 líneas de juguetes.  
**Producción:** 66 mil guitarras de juguete al año.  
**Ventas:** En todo el país.  
**Contacto:** juanardini@arval.com.ar

“¿Y ahora? ¿Qué hago?”, se preguntó casi desesperanzado Juan Ardini. La crisis de 2001-2002 lo había dejado sin trabajo como diseñador gráfico en una editorial, y las dos jugueterías que había abierto junto a su madre para capear el temporal habían terminado fundidas.

La cosa pintaba fea, muy fea. Pero Juan no es un tipo que se deje vencer así nomás. Sobre la base de una idea interesante y con mucho esfuerzo, este cordobés que hoy pinta 43 años y algunas canas se arremangó y creó, casi de la nada, una empresa de guitarras de juguete que hoy, 10 años después de aquella pregunta incómoda, es líder en el mercado nacional.

“Soy muy perseverante”, dice. “Esa es la clave de mi éxito como emprendedor”, y se apresta a contarnos su historia.

**Recoger el guante.** Comenzaba 2004, y Juan se debatía entre la felicidad que le provocaba su reciente matrimonio y la fuerte preocupación de qué hacer con su nueva vida como desempleado.

Poniendo a trabajar su cabeza como nunca antes, recordó de sus épocas de frustrado dueño de jugueterías que el único proveedor de gita-



Juan, en su taller de Villa Páez, junto a su primer creación: la guitarra "Gauchita".

# UÑAS DE guitarrero

SOBREPONIÉNDOSE A UNA SITUACIÓN PERSONAL MUY DIFÍCIL Y COMENZANDO DESDE EL GARAJE DE SU CASA, ESTE CORDOBÉS DE 43 AÑOS LOGRÓ CREAR UNA FÁBRICA DE GUITARRITAS DE JUGUETE QUE HOY ES LÍDER EN EL MERCADO NACIONAL.



rritas de madera que había en Córdoba era un verdadero desastre. “No tenía un buen producto, no cumplía con los pedidos y encima trataba mal a sus clientes”, recuerda Juan.

Fue a partir de allí que puso las barbas en remojo y, sin haber tocado en su vida un serrucho, se puso a diseñar el primer prototipo de una guitarra de juguete. Su cuñado, hombre más familiarizado que él con las herramientas, lo ayudó en la patriada. Un pequeño alero con chapas del patio y lleno de trastos viejos ofició de primera e improvisada planta industrial.

“Dándonos maña, adaptando algunas herramientas de la casa, y aprendiendo al tiempo que hacíamos, en 90 días conseguimos fabricar las primeras 30 guitarritas”, rememora hoy casi con nostalgia, al tiempo que recuerda haberle puesto mucha atención a la cuestión del diseño de esos noveles juguetes.

Cada mañana, y a bordo de un viejo Fiat Regatta cargado hasta las manijas de guitarras, Juan partía con destino a las localidades serranas del Gran Córdoba para ofrecerlas a los negocios de artículos regionales. De a poco, la cosa comenzaba

a funcionar. La esperanza renacía.

**Solo, y a los gritos.** Pero al poco tiempo, Juan volvería a enfrentarse a un desafío. Su cuñado –y socio, desde un comienzo– decide dar un paso al costado para dedicarse de lleno al manejo de la despensa familiar. Y otra vez la bendita pregunta: “¿Y ahora, qué hago?”.

“La disyuntiva era de fierro: dejar, o seguir yo solo para adelante. Y decidí seguir”, cuenta, orgulloso. Mudó los retazos de madera, las herramientas y todos sus bártulos al garaje de su casa de barrio San Martín Norte, y convocó a algunos vecinos de la cuadra para que lo ayudaran.

Adaptó las herramientas a una mesa larga que hizo las veces de línea de producción, y largó de nuevo. Ese primer año, incursionando ya en el canal juguetero, Juan y su equipo

de improvisados *luthiers* lograron fabricar 3.135 guitarritas de juguete, a las que bautizaron “Gauchitas”. A esa altura, la incipiente empresa ya tenía nombre y eslogan: Arval, “Jugar está bueno”.

El crecimiento de las ventas fue tan meteórico que un año más tarde debió alquilar un galpón a la vuelta de su casa. “De allí en adelante, y con todos los vaivenes de la economía, logré ir creciendo lenta pero sostenidamente”, afirma el emprendedor.

Al año siguiente fabricaron más de 6 mil guitarritas, y así la producción creció y creció hasta llegar a este 2013, con un volumen de ventas que rozará las 70 mil unidades.

**El gran salto.** Juan recuerda como un hito en la historia de su empresa la primera participación en la Feria del Juguete de Buenos Aires, en 2009, donde logró hacer contacto con los principales mayoristas jugueteros del país.

Es que a partir de allí, los pedidos aumentaron exponencialmente, obligándolo a abrir un segundo espacio de producción. “Ni siquiera en los momentos de mayor demanda dejó de atender y cumplir con un pedido. La buena atención a nuestros clientes es una premisa básica de mi negocio”, explica.

Así, con una clientela más definida y segura, comenzó a sumar productos a su portafolios, a los que siempre les agregó un toque diferente a los que había en el mercado, como una torre didáctica de bloques de madera o un tejo infantil para jugar dentro de la casa. También rescató del olvido a los trompos y los baleros, ofreciéndolos en un buen *packaging*, al tiempo que se aventuró con sus primeras guitarras de plástico.

“Hemos transformado los juguetes más tradicionales y los hemos puesto en una góndola a competir con juguetes más modernos. Y para sorpresa nuestra, la gente los recibió muy bien”, explica Juan, incluyendo en ese punto a una línea de dinosaurios de madera para armar que también logró una aceptación notable por parte del público.

Hoy, más que asentado en su planta de Villa Páez en la que da trabajo a 15 personas, Juan sigue soñando. “Estoy viendo de comenzar a exportar. Con la ayuda de la Agencia Pro-Córdoba, estoy evaluando qué mercados externos puedo abrir para mis juguetes. Y lo voy a hacer”, dice confiado. Y cómo no creerle: el hombre, ya lo demostró, tiene uñas de guitarrero.

CON LA SOLE Y LARGUIRUCHO

El año pasado, la empresa de Juan Ardini fue seleccionada por García Ferré para fabricar los juguetes que acompañaron la nueva película de la compañía de dibujos animados: “Soledad y Larguirucho”.

“Fue un honor que nos eligieran. Hicimos una guitarra de plástico, un rompecabezas y una torre didáctica”, explica. Y aunque comercialmente no fue un boom de ventas, la experiencia es rescatada por Juan como un gran momento en la historia de Arval. “Aprendimos que asociándonos con otros se pueden hacer cosas nuevas, aprender y crecer”, destaca.



JOSÉ DOMINGO, DUEÑO DE TUCHECK

TE FIRMO UN CHEQUE

ESTE JOVEN CORDOBÉS ENCONTRÓ UN NICHODE MERCADO Y LANZÓ UN NUEVO CONCEPTO: UNA CHEQUERA DE DESCUENTOS URBANA PARA LAS ÁREAS DE RR.HH. DE LAS EMPRESAS.

TuCheck nació hace dos años de una charla que José Domingo, que por entonces vivía en París, mantuvo con un amigo de Méjico. “Tenía en mente lanzar una cuponera de descuentos, y discutimos cómo implementar un plan de negocios”, dice este joven emprendedor cordobés de apenas 34 años. El concepto fue una “chequera urbana” que agrupara promociones, con un acento en el diseño del producto, agilidad y buen gusto. Después de sacarle punta a la idea, comenzó a contactar a las marcas que ofrecerían los descuentos, hasta conseguir 18 comercios de primera línea. “Lo difícil –cuenta–, fue explicarles que se trataba de algo parecido a algo que en realidad no existía”. Pero le creyeron, y lo acompañaron. Sobre la base de mucho esfuerzo, Juan recién logró que

su emprendimiento generara beneficios un año más tarde. La Fundación E+E lo seleccionó para un plan de formación, y lo puso en contacto con otros emprendedores. El eje de su apuesta fue ofrecerles la chequera a las áreas de Recursos Humanos de las empresas, para que éstas tercerizaran en TuCheck los beneficios que les daban a sus empleados. Hoy ya tiene a 40 compañías, entre grandes, medianas y chicas. “Con la chequera, logramos crear valor para cuatro segmentos: los comercios, los sponsors publicitarios, las áreas de Recursos Humanos y, claro está, los empleados de esas empresas”, detalla. El joven explica que el principal reto fue “profesionalizar” el servicio, estando “a la altura” de las exigencias de las empresas. “Este es un negocio en el que tienen que ganar todos, no sólo yo”, asegura Juan, y mira confiado para adelante.



TuCheck tiene hoy 12 puestos de trabajo, entre directos e indirectos y oficinas en el centro. **CONTACTO** josed@tucheck.com

→ “La apuesta de mi emprendimiento fue tomar algo que ya existía, y hacerlo mejor que antes”, comenta Juan Ardini, creador de Arval.

PIE DE  
APOYO

# NACER Y crecer ACOMPAÑADOS

## FUNDACIÓN PARA LA INCUBACIÓN DE EMPRESAS (FIDE)

### SALA DE NEONATOLOGÍA

FIDE es una institución sin fines de lucro que tiene como misión detectar, acompañar y promover emprendedores de la ciudad de Córdoba.

Los proyectos seleccionados acceden a su sistema de incubación, obteniendo la Referencia Empresa Fide (REF) a través de su Red de Emprendedores.

Nació en 1995 con el objetivo de promover el desarrollo económico y social local, estimular proyectos innovadores y facilitar la investigación y transferencia de tecnología a las empresas. Al año siguiente, la Municipalidad de Córdoba, la Universidad Nacional de Córdoba y la Universidad Tecnológica Nacional formalizaron su creación.

FIDE realiza talleres en los cuales brinda herramientas básicas a los emprendedores para iniciar sus proyectos. Cada taller está organizado según los temas principales que comprenden la actividad emprendedora en su fase inicial, hasta lograr la formulación de un plan de negocios. Finalizada esta etapa, se selecciona aquellos proyectos con factibilidad de

ser incubados.

Los emprendedores inician el proceso de pre-incubación, que consiste en la ejecución del plan de negocios inicial y demostración de habilidades emprendedoras en un lapso de tres meses. Al cabo de este proceso, deben contar con el primer producto, prototipo o cliente y adecuar el plan de negocios al proceso de incubación.

Entre 1998 y 2010, FIDE acompañó a 108 proyectos innovadores. Trece de ellos se consolidaron como empresas, generando 426 puestos de empleo y facturando 17 millones de pesos en 2010, en el mercado local, regional e internacional.



Para contactarte con FIDE (Carnerillo 2275, barrio Empalme), podés comunicarte al (0351) 434-8585; por mail a [info@incubadoracordoba.org.ar](mailto:info@incubadoracordoba.org.ar); o a través de la web en [www.incubadoracordoba.org.ar](http://www.incubadoracordoba.org.ar)

Si vas a abrir un negocio, hay muchas instituciones cordobesas dispuestas a ayudarte.

Se trata de fundaciones, organizaciones no gubernamentales y asociaciones cuya razón de ser es prestar asistencia a los emprendimientos en formación.

Algunas están especializadas en asesoramiento profesional, en capacitación y otras en financiamiento. Podés acudir a ellas y pedirles que te ayuden en tus primeros pasos, para que no tropieces con las mismas piedras que encontraron otros en el camino. En este número te presentamos a dos de esas instituciones.

## FUNDACIÓN E+E

### SUMATE AL CLUB

La fundación E+E nació en 2007 de la iniciativa de un grupo de empresarios que vislumbraron la posibilidad de brindar asistencia integral a emprendedores incipientes. Seis años más tarde, la institución ya cuenta con 60 empresas de primera línea que se constituyen en benefactoras por medio de aportes pecuniarios o asesoramiento profesional. La misión de E+E es transformar una idea en una empresa y un emprendedor en un empresario. Y esto lo realizan mediante el fortalecimiento del desarrollo de emprendedores, brindándoles asistencia en todos los aspectos. E+E se especializa en capacitación a emprendedores en Plan de Negocios (PDN). Los proyectos son de diversa índole, aunque se destacan los industriales, tecnológicos, de servicios y textiles. La etapa final de la capacitación incluye el Programa de Mentorías, a través del cual los emprendedores reciben otra visión de su negocio, una mirada desde la experiencia y el conocimiento del mercado que posea el empresario

mentor.

Al finalizar la capacitación, cada emprendedor realiza una presentación de su Plan de Negocios ante una mesa evaluadora. Superada esta instancia, los emprendedores se integran al Club de Empresarios Emprendedores de E+E. El Club surge como un espacio de encuentro, de intercambio de experiencias, de generación de redes, y de capacitación.

Fundación E+E también realiza acciones en paralelo a su objetivo principal, como reuniones, eventos y actividades de todo tipo que tienen como objetivo proponer a los emprendedores alternativas de reflexión.



E+E tiene su sede en Entre Ríos 155. Podés comunicarte al teléfono (0351) 589-0824; por mail a [info@fundacionemase.org](mailto:info@fundacionemase.org); o a través de la web en [www.fundacionemase.org](http://www.fundacionemase.org)



“El fracaso es la oportunidad de empezar de nuevo, pero más inteligentemente”. Henry Ford, fundador de Ford.

# ¿TENÉS muchas

## IDEAS Y NO TE DECIDÍS POR UNA?

Hay muchas técnicas para determinar si un emprendimiento es viable. Si tenés un par de ideas buenas, es necesario evaluar cuál es la que mejor se ajusta a lo que sabés y podés hacer. Además, es importante conocer cuál de ellas exige una inversión grande y cuál puede ser implementada fácilmente. Para comparar las distintas ideas, te sugerimos que hagas el siguiente ejercicio. En la ficha que está en esta misma página anotá cada una de tus ideas en una columna y ponete un puntaje del 1 al 5 para cada una de las cuestiones, siendo 5 el mayor valor y 1 el menor.

Al final de la columna obtendrás el puntaje total de cada una de tus ideas. Las ideas con mayor puntaje serán mejores que las que obtienen pocos puntos, siempre y cuando hayas analizado y estudiado bien los puntajes asignados.

Para que veas que no es difícil hacerlo, te proponemos el siguiente ejemplo. Supongamos que estás tratando de decidir entre poner un vivero o una fábrica de chocolates para diabéticos.

PUNTAJE POSITIVO	VIVERO		CHOCOLATES ARTESANALES PARA DIABÉTICOS	
<b>IDEAS ALTERNATIVAS</b>				
Idea distinta	Voy a poner un vivero común y corriente.	1	Hay poco chocolate para diabéticos.	4
Conocimiento del negocio	Nunca vendimos plantas y no sé nada de plantas.	1	Sabemos cómo hacerlo, pero no cómo venderlos.	3
Conocimiento sobre proveedores	Hay algunos viveros mayoristas pero no los contactamos.	2	Ya los conocemos y tuvimos contacto con ellos.	4
Conocimiento de los clientes	Como es una zona residencial, hay muchas casas con jardines grandes.	4	No estamos seguros de cuántos diabéticos hay en la zona y menos en la ciudad.	2
Ingresos que puede generar	Medios, no se pueden cobrar muy caras las plantas.	2	Altos, los diabéticos están dispuestos a pagar mucho por este tipo de producto.	4
Potencial de crecimiento (Aumento en cantidades vendidas o en la cantidad de clientes)	No muy grande. Sólo me van a comprar los vecinos que están cerca.	2	Si logramos hacernos conocidos podemos vender en todos los quioscos de la provincia.	4
Cercanía a los clientes	Venderíamos en el barrio.	4	No todos viven en la zona.	2
Facilidad del proceso productivo	Compramos directamente, sólo hay que cuidar las plantas.	4	Muchas exigencias sanitarias.	1
Baja inversión requerida	Tengo el lugar pero debo comprar las plantas.	4	Tengo que comprar las máquinas, la materia prima y los envoltorios.	1
Bajos riesgos	No es muy alto.	5	Alto. Las máquinas no son fáciles de vender en caso que me vaya mal.	1
Pocos competidores	Hay muchos viveros en la zona.	1	Hay muy pocas marcas que hacen chocolate para diabéticos.	5
Difícil que imiten la idea	Si nos va bien, muchos pueden copiarlos.	2	Es difícil que nos copien. La clave está en la receta.	4
<b>SUMAR LOS PUNTAJES ANTERIORES</b>		32		35

**VIVERO**

PUNTAJE TOTAL **32**

**CHOCOLATE PARA DIABÉTICOS**

PUNTAJE TOTAL **35**

➔ Sumando las perspectivas positivas de cada iniciativa, podés determinar cuál es la idea más viable.

Como ves, la idea de poner un vivero tiene 32 puntos, mientras que la fábrica de chocolates obtuvo 35. De esa forma, es posible decir que iniciar la fábrica de chocolates será una idea más viable que la de abrir un vivero, siempre sobre la base de tus habilidades, conocimientos y el entorno del mercado potencial. Ahora, borra los puntajes del ejemplo anterior, colocá tus propias ideas y comenzá a compararlas.

**PROGRAMAS  
DE APOYO**
**EMPRENDER  
DESDE MI BARRIO**

Días atrás, y con la presencia del gobernador José Manuel de la Sota y del ministro de Industria, Comercio y Minería, Jorge Lawson, se lanzó el programa Emprender desde mi Barrio, una iniciativa que busca contribuir al desarrollo socioeconómico de la ciudad de Córdoba, generando igualdad de oportunidades e inclusión social a través del fomento de la cultura emprendedora.

¿Cómo funciona? En convenio con diversas entidades barriales, ONG's, cámaras empresariales y universidades, Emprender desde mi Barrio trabajará sobre varios frentes:

**Sensibilización.** Se realizarán jornadas de sensibilización en los distintos barrios de la ciudad de Córdoba para despertar tu interés en emprender.

**Capacitación en Gestión.** Habrá capacitaciones presenciales y virtuales, incluyendo la entrega de material formativo sobre herramientas emprendedoras.

**Asesoramiento.** También podrás acceder periódicamente a asesoramiento gratuito por parte de personal especializado.

**Financiamiento.** Si tu proyecto es viable, el programa prevé informarte sobre las distintas líneas de créditos disponibles.

**Premios.** Asimismo, tu emprendimiento puede ser premiados por la Secretaría Pyme y Desarrollo Emprendedor de la Provincia.

**Feria de Emprendimientos.** Se organizarán ferias en los distintos barrios en las que podrás exponer los productos que desarrolles.

**Vinculación.** El plan prevé vincularte con ONG's y otros emprendedores con la finalidad de potenciar tus proyectos.

Como ves, es una excelente oportunidad para que te acerques y te animes a sacar afuera todo tu potencial emprendedor. Técnicos y profesionales especializados te ayudarán a comenzar este camino que te puede tener a vos como el principal protagonista. ¡Sumate!

# TU NEGOCIO, tu barrio, TU MUNDO

LA SECRETARÍA PYME Y DESARROLLO EMPRENDEDOR DE LA PROVINCIA SALE A BUSCARTE Y PRONTO TOCARÁ EL TIMBRE DE TU CASA.

→ El programa cuenta con el apoyo de Día a Día, Cadena 3 y Radio María.



Las entidades barriales que estén interesadas en desarrollar estas actividades destinadas a sus vecinos pueden contactarse con la Secretaría Pyme y Desarrollo Emprendedor a través del mail [secretariapymeyde@cba.gov.ar](mailto:secretariapymeyde@cba.gov.ar) o telefónicamente al (0351) 434-2470, interno 235.