

HERRAMIENTAS

Cuáles son las claves para vender más.

PÁG. 2

EL TEST

Calculá los costos fijos y variables de tu negocio.

PÁG. 7

PROGRAMAS

Consultorio Emprendedor.

PÁG. 8

DALE EMPRENDÉ

CLAVES PARA PONER EN MARCHA TU PROYECTO

DE LA ESCUELA, al mercado



Docentes y alumnos del Instituto Secundario José María Paz, de Idiazabal, le dan vida a una fábrica elaboradora de milanesas de soja de primera calidad.

Ahora suman una nueva línea de pastas frescas y le apuntan al mercado de Buenos Aires. **PÁGS. 4 y 5**



¿SABÉS CÓMO vender?

VENDER NO ES SÓLO
CONSEGUIR QUE ALGUIEN
COMPRA NUESTRO
PRODUCTO. EL DESAFÍO
DE LA VENTA ES SABER
GENERAR VALOR PARA
NUESTROS CLIENTES.

Si un emprendimiento no vende lo que produce, está destinado al fracaso. Y para vender, debemos conocer y acercarnos a nuestros clientes, estableciendo con ellos una relación franca y duradera.

Vender no sólo significa lograr el intercambio monetario a cambio de un bien o un servicio, sino también tener la capacidad de comprender lo que tu cliente desea, buscando junto a él su satisfacción. Hasta hace un tiempo, vender era sinónimo de "conseguir que el cliente comprara nuestro producto". Pero esa idea mostró sus limitaciones. Hoy, con un entorno mucho más dinámico y cambiante y una competencia permanente, el desafío de las ventas está en "cómo generar valor al cliente". Y para ello, la clave pasa por comprender sus necesidades y deseos.

Acompañar la decisión.

Cuando una persona está pensando en comprar algo, el vendedor tiene mucho por hacer. El proceso de toma de decisión de compra es complejo y por ello es clave que el vendedor guíe al cliente durante el mismo.

Durante ese proceso, el consumidor tomará la información que tiene disponible y, sin un apropiado acompañamiento por parte del vendedor, la decisión sólo se basará en el precio del producto.

Pero la cosa no termina allí. De poco vale que el vendedor enumere un conjunto de atributos y características de un producto, si al mismo tiempo no toma en cuenta la relación que ese artículo tendrá con la necesidad o deseo del potencial comprador.

Vale decir, mientras el cliente evalúa el producto o servicio a comprar, el vendedor debe poder demostrarle que dicho bien lo satisficará, resaltando justamente aquellos atributos que se relacionan con sus necesidades o deseos.

CUATRO PASOS

Los especialistas entienden que el proceso de venta es una secuencia lógica de cuatro pasos que el vendedor debe emprender para tratar con un comprador potencial, tratando de que éste finalmente adquiera el producto.

- La **exploración** implica todo lo concerniente al conocimiento de los cliente reales y potenciales, poniendo el foco en aquellos que efectivamente puedan comprar nuestro producto.
- Durante la etapa de **acercamiento previo**, lo que necesitamos es conocer con detalle las características

y las necesidades de nuestros clientes, diseñando estrategias especiales para poder venderles.

- En el **mensaje de venta** el vendedor debe contarle al cliente la "historia del producto" que se busca vender, siguiendo lo que se denomina la fórmula AIDA: captar su Atención, conservar el Interés, provocar un Deseo y obtener la Acción de compra.

- Finalmente, en la etapa de **pos venta**, el vendedor debe garantizarle al cliente que la relación entre ambos no se termina luego de pagar por el producto, sino que va más allá de la venta puntual.

EXPLORACIÓN

ACERCAMIENTO
PREVIOMENSAJE
DE VENTAS

POS VENTA



LOS 10 errores MÁS COMUNES DE UN EMPRENDEDOR

EMPRENDER UN NEGOCIO ES UNA EXPERIENCIA APASIONANTE, PERO NO EXENTA DE TRASPIÉS. POR ELLO, ES BUENO TENER EN CUENTA CIERTAS RECOMENDACIONES PARA NO FALLAR EN EL INTENTO.

1. Creer que puedo empezar un negocio en los ratos libres. Empezar un negocio requiere mucha energía. Si realmente quieres hacer algo importante, debes pensar en reducir tus gastos, ahorrar, dejar tu trabajo y dedicarte a ello tiempo completo. Es la única manera de darle una oportunidad de éxito a tu idea.

2. Enamorarme del Producto y no crear un Modelo de Negocio. Un Modelo de Negocios es mucho más que un buen producto. Se empieza descubriendo quiénes son mis distintos tipos de Clientes y qué necesitan. Crear una Propuesta de Valor. Elegir cómo comunicarla y distribuirla. Entender qué es clave tener y qué es clave hacer para producirla. Qué aliados puedes sumar. Finalmente el modelo de Ingresos y Egresos. Puedes usar el método Canvas (ya tratado en una entrega anterior) u otro para modelar.

3. Creer que puedo solo. Siem-

pre es mejor emprender en Equipo. En equipo los problemas se dividen y los éxitos se multiplican. Un buen equipo puede ser exitoso con una idea mediocre. Un equipo mediocre puede hacer fracasar una idea excelente.

4. Elegir socios sólo por amistad. Sumar socios es fácil. Separarse es un gran problema. Elijamos a los socios que sean estrictamente necesarios. El equipo debe tener talentos complementarios. Por ejemplo personas con perfil de ventas, producción y administración. Si dos personas son iguales, uno sobra.

5. Creer que voy a ganar dinero desde el principio. En general el emprendimiento tarda un tiempo en generar rentabilidad. Debemos preverlo y anotar este trabajo como inversión en el proyecto.

6. Creer que ser buen vendedor me alcanza. Salvo que nos dediquemos sólo a la compra venta y tengamos buenos productos, vender es sólo el primer paso. Luego debemos cumplir la promesa de lo vendido y eso pasa por la producción, logística y postventa. Si no somos buenos en toda la cadena de valor,

lograremos tener compradores y no Clientes que son aquellos que nos recompran y nos recomiendan.

7. Creer que saber producir alcanza. Muchas veces nos concentramos en un producto porque nos gusta y/o lo sabemos hacer. Hay que producir lo que se vende y no vender lo que se produce. Si no, podemos caer en producir sólo para aumentar el stock (tener mercadería parada en un depósito).

8. Decir no emprendo porque me falta dinero. En general cuando tenemos un buen modelo de negocios y un buen equipo, hay dinero disponible para invertir. Hoy existen programas públicos y privados de apoyo a los startups (emprendimientos en estado inicial).

9. Querer reducir el riesgo a cero. Vivir implica arriesgarse y emprender es una forma de vida. Podemos reducir pero nunca eliminar el riesgo. Debemos acostumbrarnos a caminar de su mano.

10. Querer empezar en el momento justo. No existe el momento justo para emprender. Se empieza empezando.



**EDGARDO
DONATO**

Director General la Fundación Mundos E. Licenciado en Administración (UNC). Master en Desarrollo Emprendedor e Innovación (Universidad de Salamanca).

CÓMO LO LOGRARON



LA MAJADITA UNIDOS SOMOS MÁS

UN GRUPO DE FAMILIAS PRODUCTORAS DE LECHE DE CABRA DEL NORTE CORDOBÉS LOGRÓ AGREGARLE VALOR A SU PRODUCCIÓN Y COMENZARON A ELABORAR QUESOS PARA EL SECTOR TURÍSTICO.

La planta láctea caprina La Majadita, de la localidad de San Pedro (departamento Río Seco), es un emprendimiento social que trabaja con los productores de la zona norte de Córdoba y sur de Santiago del Estero.

Comenzó a funcionar en 2007 con apenas ocho familias muy humildes de la zona, y en la actualidad suma a una veintena de productores que proveen de leche a la planta. La Majadita produce quesos de cabra de pasta semidura, los que son comercializados principalmente en las zonas turísticas de Córdoba y el resto del país.

Sus productores, antes de que se asociaran en La Majadita, tiraban muchas veces la leche que ordeñaban, y hoy logran agregarle valor y tener un ingreso económico extra para sus familias.



La Majadita logró en 2012 el segundo puesto en el concurso Ideas Emprendedoras de la Provincia. **CONTACTO** www.facebook.com/lamajadita



SOJA CON VALOR

Emprendimiento: Nutridia.
Equipo: Docentes y alumnos de 5° y 6° año del Instituto Secundario José María Paz.
Productos: Milanesas de soja rellenas, panificados y próximamente pastas frescas y tapas para fajitas.
Sede: Idiazabal.
Facebook: Instituto José María Paz.



UNA escuela PRODUCTIVA

DESDE IDIAZABAL, UNA PEQUEÑA LOCALIDAD DEL SUDESTE CORDOBÉS, UN EQUIPO DE DOCENTES Y ALUMNOS DE 5° Y 6° AÑO LLEVAN ADELANTE UN EMPRENDIMIENTO DE ELABORACIÓN DE MILANESAS DE SOJA.

NUTRIDIA

¿Puede un proyecto emprendedor ser exitoso y sustentable en el tiempo, surgiendo desde el seno de una escuela de pueblo? No se apure a dar una respuesta. En Idiazabal, una pequeña localidad del sudeste de la provincia de Córdoba, han logrado eso y mucho más.

Se trata de Nutridia, una fábrica elaboradora de milanesas de soja comandada por el equipo docente del Instituto Secundario José María Paz y en la que trabajan los propios alumnos.

Después de 10 años de vida, este emprendimiento productivo modelo ha logrado consolidarse como una de las principales ofertas alimenticias en su zona de influencia, y por estos días están terminando de gestionar los registros necesarios para poder comenzar a colocar su producción en Buenos Aires.

Los primeros pasos. "Nutridia nace en 2003, como un proyecto áulico. Tuvimos que cambiar la orientación del colegio, pasando de perito mercantil a producción de bienes y servicios con especialidad en alimenta-

ción", cuenta Marisell Abbonizio, docente coordinadora del emprendimiento.

Así, de una reunión de profesores, surgió la idea de agregarle valor a una de las principales producciones agrícolas de la zona: la soja. Investigando, innovando y capacitándose en nociones básicas de comercialización, el equipo comenzó a trabajar en la iniciativa. "Las primeras mil milanesas las regalamos para que la gente las probará", recuerda Marisell.

La respuesta del público de la ciudad y la zona fue tal, que en poco tiempo tenían pedidos de todos la-

dos. Al año siguiente, lograron que la ciudad homónima de España, con la que están hermanadas, le diera al emprendimiento un subsidio con el cual pudieran comprar máquinas y construir los talleres tecnológicos, y de ese modo largaron la producción en serie.

A partir de entonces, Nutridia no paró de crecer y los reconocimientos empezaron a llegar desde los cuatro puntos cardinales. Lograron distinciones en diversas exposiciones agroalimentarias, ganaron varios premios a la innovación productiva, y hasta ingresaron a un programa de Responsabilidad Social Empresaria de la multinacional Monsanto.

En el emprendimiento trabajan los chicos de 5° y 6° año de la escuela, más algunos ex alumnos. El año pasado llegaron a producir unos 400 paquetes de milanesas de soja por día, y así y todo no daban abasto con los pedidos.

"Nutridia sigue siendo un excelente proyecto pedagógico. Los chicos aprenden a trabajar en equipo, desarrollan habilidades técnicas, aprenden de economía social, investigan nuevos productos. Esto tiene un valor de éxito que va más allá de lo económico", afirma con orgullo la docente coordinadora.

A la conquista de Buenos Aires. Además de las milanesas de soja, desde Idiazabal también elaboran productos panificados de primera calidad y, para poder ingresar al



LAS MEJORES DEL PAÍS

El equipo de Nutridia está convencido: sus milanesas de soja son las mejores del país, podio que comparten con otra fábrica elaboradora de Colonia Caroya.

"Nuestras milanesas son un producto gourmet, ya que están elaboradas con materias primas de primera calidad y sin aditivos de ningún tipo", asegura Marisell Abbonizio, coordinadora del proyecto. Hoy la producción está enfocada en tres tipos de milanesas rellenas, además de las típicas milanesas de soja.

mercado de Buenos Aires, están terminando de gestionar las habilitaciones ante el Senasa (RNE y RNPA). Cuando ello ocurra, la expectativa del equipo es que la producción pegue un salto cuantitativo y cualitativo, posicionando a Nutridia a nivel nacional.

Incluso, aprovechando un nuevo laboratorio de calidad en alimentos recientemente inaugurado, el emprendimiento sumará nuevas líneas de productos, agregando tallarines, ñoquis frescos y tapas para fajitas con harinas integrales. "Todo lo que ganamos con Nutridia lo invertimos en el mismo proyecto o en la escuela", explica Marisell.

"Estamos convencidos que Argentina debe caminar hacia la industrialización de su producción agropecuaria, y el asociativismo es una excelente manera de avanzar hacia ello", entiende la profe. "Nuestro sueño –se esperanza–, es que los chicos que pasaron por Nutridia y después se fueron a estudiar a otros lados, vuelvan alguna vez al pueblo para aportarle al emprendimiento desde otro lugar".

Todo desde el humilde colegio de un pequeño pueblo del interior cordobés que no suma más de 1.500 habitantes. ¡Un verdadero ejemplo!



EMPRENDEDORES DE LA VIDA

FABIANA MATOS



POR AMOR A ESTEBAN

A partir de la parálisis cerebral que sufre su hijo Esteban, Fabiana Matos se propuso ayudar a todos los niños con problemas motores severos construyendo andadores adaptados específicamente para ellos.

Luego de diseñar, junto a su esposo y otros padres, los primeros andadores, Fabiana conformó la Fundación Hermano Sol, dedicada en Córdoba a asistir a las familias de chicos con la misma problemática.

"Estamos dispuestos a escuchar las necesidades de toda persona, diseñando y aportando ideas para colaborar y mejorar la calidad de vida de aquellos que más lo necesitan", asegura Fabiana.

Para reunir fondos para su obra, crearon el sistema Árbol Solidario, a través del cual cada colaborador dona una hoja para el árbol que tiene un valor de 10 pesos y se compromete a hablar con tres personas sobre la campaña invitándolas a que se sumen.

Todos aquellos interesados en colaborar con la obra de Fabiana y su equipo, lo pueden hacer a través de su página de Facebook (www.facebook.com/fundacionhermanosol) o al teléfono (0351) 153-460571.

➔ "Estamos convencidos que Argentina debe caminar hacia la industrialización de su producción agropecuaria y el asociativismo", explica Marisell Abbonizio.



redes

QUE ACOMPAÑAN

FUNDACIÓN INCLUSIÓN SOCIAL

NADIE SE QUEDA AFUERA

Con la misión de “ser conectores entre los diferentes sectores de la sociedad, interviniendo en proyectos que promuevan la educación en valores, en niños, jóvenes y su entorno”, la Fundación Inclusión Social trabaja para promover la participación, el compromiso y la interacción entre el sector público, sector privado y sector social, logrando una sociedad inclusiva y sustentable siendo la educación el pilar fundamental para esta construcción. Básicamente, trabaja en dos grandes líneas de acción: una tiene que ver con la inclusión socio-educativa y la otra con la inclusión socio-laboral, orientada al emprendedorismo. Desde 2007, los Centros EME (Espacios de Mujeres Emprendedoras) funcionan como ámbitos de encuentro, intercambio, educación permanente, animación y extensión socio-educativa; y trabajan para facilitar mecanismos de inserción social y laboral en mujeres en condiciones de vulnerabilidad social. Además, en 2010 la

Fundación lanzó la Incubadora de Jóvenes Emprendedores, iniciativa que brinda asesoramiento técnico y acompañamiento a organizaciones de base de la zona suroeste de la ciudad de Córdoba. A partir de la capacitación en oficios y habilidades técnicas se promueve el desarrollo de emprendimientos productivos y cooperativos. Asimismo, realiza la Expo social y feria de microemprendedores, espacio de articulación y generación de sinergias entre organizaciones públicas, privadas, ONG's y jóvenes emprendedores. Inclusión Social también brinda asistencia técnica, a través de talleres de capacitación a los participantes del programa “Jóvenes con Más y Mejor Trabajo”, del Ministerio de Trabajo de la Nación.



En la web
www.inclusion-social.org

Crece con la compañía de quienes ya hicieron un camino similar. Esa es justamente la propuesta de muchas fundaciones y organizaciones de apoyo a emprendedores cordobeses.

Mientras algunas se especializan más en la asistencia estrictamente de negocios, otras ponen sus esfuerzos en aportar una ayuda más integral. No obstante ello, en todos los casos el espíritu es el mismo: ofrecer a quienes inician o desarrollan un emprendimiento el asesoramiento necesario para que sus experiencias tengan mayores chances de éxito.

Endeavor y Fundación Inclusión Social son dos de esas entidades.

ENDEAVOR

LA MEJOR EXPERIENCIA

Creada en 1997, Fundación Endeavor es una organización internacional sin fines de lucro que provee apoyo estratégico a emprendedores de alto impacto de países emergentes, brindando conocimientos y acceso a una red de expertos e inversores. Con 25 oficinas en 16 países, Endeavor selecciona y potencia a emprendedores que se destacan por su impacto socioeconómico con compañías en marcha, innovadoras, escalables y con visión global. Son Emprendedores Endeavor de Argentina: Marcos Galperín y Hernán Kazah (fundadores de Mercadolibre.com), Gabo Nazar (fundador de Cardón), y Diego Noriega (alaMaula.com), entre otros. En la provincia de Córdoba, la fundación desarrolla 11 programas anuales de apoyo enfocados a más de 200 emprendedores. La red de Emprendedores Endeavor Córdoba brinda programas para su formación personal y profesional, así como para el desarrollo de

sus compañías. Endeavor les acerca información relevante, herramientas de gestión, apoyo de consultoría, contactos estratégicos, y acceso a una red donde pueden aprender de las experiencias de otros, a la vez que compartir las suyas. Endeavor también tiene un programa de mentores a través del cual se conecta a los emprendedores con profesionales que tengan experiencia, conocimiento, o contactos pertinentes, para ayudarlos a enfrentar sus retos de negocios. Además, con el objetivo de desarrollar la Cultura Emprendedora, desde hace nueve años, Endeavor organiza la Experiencia Endeavor Córdoba (#XEC2013), un evento de inspiración, capacitación y networking que multiplica oportunidades. Este año, se realizará el 4 de setiembre, en el Teatro Real.



En la web
www.endeavorcordoba.org



“Un emprendedor ve oportunidades allá donde otros sólo ven problemas”, Michael Gerber.

¿CONOCÉS LOS costos DE TU NEGOCIO?



los costos de “mantener la empresa abierta”. Vale decir que, produzcas o no, vendas o no, vas a tener que pagarlos.

Costos variables

Son aquellos que varían de acuerdo al nivel de producción o actividad que tenga tu negocio. Son los costos por “producir” o “vender”, y pueden imputarse a la unidad de producción. A los costos variables podés imputarlos a cada bien producido o servicio prestado, lo que se conoce como Costo Variable Unitario (CVU).

El CVU es un dato muy relevante para poder conocer el margen de contribución bruta, es decir, cuánto te deja la venta de un producto una vez que deducís el costo de su producción.

Según la función

También podés estimar tus costos de acuerdo a la función que tienen cada una de las erogaciones:

- Costos de Producción
- Costos de Comercialización
- Costos de Administración
- Costos de Financiación

Para que tu emprendimiento tenga éxito, tenés que ser muy cuidadoso a la hora de estimar tus costos. De lo contrario, podés llegar a desperdiciar mucho esfuerzo y tiempo. Hay, básicamente, dos tipos de costos que tenés que calcular:

Costos fijos

Son aquellos cuyo monto permanece constante, independiente del nivel de actividad del negocio. Son

→ Los costos son inversiones que hacemos para que generen utilidades a futuro. No son un sinónimo de “gastos”.

AFINÁ EL LÁPIZ

Ahora que ya tenés en claro este tema, te proponemos que llenes el siguiente cuadro con los costos fijos y variables de tu propio emprendimiento, siendo lo más preciso posible. Nosotros te tiramos algunos costos como ejemplo, pero quitá o agregá los que hagan falta en función de la realidad de tu negocio.

COSTOS FIJOS

ALQUILER	\$
SEGUROS	\$
IMPUESTOS (AFIP, RENTAS, MUNICIPALIDAD)	\$
SERVICIOS PÚBLICOS (LUZ, TELÉFONO, GAS)	\$
SUELDO Y CARGAS SOCIALES	\$
OTROS	\$
TOTAL	\$

COSTOS VARIABLES

MATERIAS PRIMAS	\$
MATERIALES E INSUMOS	\$
IMPUESTOS ESPECÍFICOS	\$
ENVASES, EMBALAJES Y ETIQUETAS	\$
COMISIONES SOBRE VENTAS	\$
TRANSPORTE Y FLETES	\$
OTROS	\$
TOTAL	\$

COSTOS TOTALES

COSTOS FIJOS	\$
COSTOS VARIABLES	\$
TOTAL	\$

PROGRAMAS
DE APOYO


TURNO CON EL doctor

EL CONSULTORIO EMPRENDEDOR ES UN ESPACIO DE LA SECRETARÍA PYME Y DESARROLLO EMPRENDEDOR A TRAVÉS DEL CUAL PODÉS PLANTEAR DUDAS E INQUIETUDES SOBRE LA MARCHA DE TU NEGOCIO Y RECIBIR ASISTENCIA TÉCNICA.

Si ya pusiste tu emprendimiento en marcha, pero el negocio anda medio alicaído o no sabés cómo darle un nuevo impulso, tenés a mano una buena alternativa para que alguien te escuche, te tire una línea y te ayude a meterle para adelante.

El Consultorio Emprendedor es un espacio de la Secretaría Pyme y Desarrollo Emprendedor

JORGE LAWSON
MINISTRO DE
INDUSTRIA,
COMERCIO Y
MINERÍA DE
CORDOBA



"La capacitación es fundamental para quienes sueñan con transformar una idea en una empresa, para quienes quieren asumir un rol protagónico y transformador de su propia realidad y la de su entorno. Capacitarse brinda más oportunidades".

a través del cual podés plantear dudas e inquietudes sobre la marcha de tu negocio y recibir asistencia técnica.

Así, en conjunto con otros pares y con el apoyo de asistentes técnicos de la secretaría podrás analizar posibles caminos de acción. Además, en esas "consultas" podrás conocer e identificarte con otros emprendedores que anden en la misma que vos, fortaleciendo tus contactos y aprendiendo de otras experiencias.

Una vez por semana

La propuesta consiste en un encuentro semanal, donde podrás:

- Realizar consultas sobre aspectos generales que atañen a tu emprendimiento.
- Analizar fortalezas,

debilidades, amenazas y oportunidades que brinda el mercado para tu negocio.

- Procurar asistencia técnica sobre temas que sean relevantes para vos y tu emprendimiento.

- Informarte sobre las entidades locales y nacionales que trabajan para el desarrollo emprendedor.

- Conocer sobre programas públicos y privados de financiamiento, asistencia técnica y capacitación.

Los consultorios se llevan adelante todos los días lunes, de 17 a 18, en la sede de la Secretaría Pyme y Desarrollo Emprendedor.

La participación es libre y gratuita, aunque los cupos son limitados, por lo que es necesario inscribirse con antelación mencionando las temáticas que se desean tratar o consultar.



Si estás interesado en participar de los consultorios, tenés que contactarse con la Secretaría Pyme y Desarrollo Emprendedor, solicitando la inscripción vía e-mail a secretariapymeyde@cba.gov.ar, o llamando al (0351) 434-2470, interno 235.