

## HERRAMIENTAS

Aprende a reconocer tus clientes.

**PÁG. 2**

## PROGRAMA LAZOS

Formación de consultores para emprendedores. **PÁG. 8**

## EL TEST

¿Cuál es el Punto de Equilibrio de tu negocio?

**PÁG. 7**

# DALE EMPRENDÉ

CLAVES PARA PONER EN MARCHA TU PROYECTO

Matías Portela y Santiago Guzmán crearon Ondulé, un emprendimiento que fabrica espacios de juego para niños en cartón corrugado. Ya venden en todo el país y planean exportar sus casitas. **PÁGS. 4 y 5**

UN NEGOCIO NADA

# acartonado



Ministerio de INDUSTRIA,  
COMERCIO y MINERÍA



GOBIERNO DE LA  
PROVINCIA DE  
CORDOBA

**Día a Día**  
diaadia.com.ar





Los clientes insatisfechos que no se quejen directamente con la empresa, muy probablemente hablarán con 8 ó 10 personas del mal servicio o producto que han recibido.

DEL OTRO LADO DEL

# mostrador

NO TODOS LOS CLIENTES SON IGUALES. HAY MUCHOS TIPOS, Y MEJOR CONOCERLOS A TODOS PARA PODER VENDERLES NUESTROS PRODUCTOS O SERVICIOS.

Alguien dijo alguna vez: “Hay tantos tipos de clientes como personas dando vueltas en el mundo”. Y aunque la afirmación es un tanto exagerada, es bueno tenerla en cuenta para saber que nuestro emprendimiento deberá darse estrategias diferentes para poder atraer a diferentes tipos de consumidores.

Un rápido repaso, nos permite identificar cuatro tipos básicos de clientes.

- Está el **cliente amigable**, aquel que toda empresa quiere tener; es amable y cortés, a menudo es hablador pero sabe escuchar, y valora la buena atención.

- También está el **cliente tímido**, introvertido e indeciso, que suele necesitar tiempo para decidir su compra.

- El **cliente difícil**, ese que nunca está conforme, que siempre tiene objeciones y encuentra defectos a todos los productos, que no le gusta que lo contradigan y siempre quiere tener la razón.

- Por último, está el **cliente impaciente**, que exige que lo atiendan rápido para poder decidirse también de inmediato.

Con tanta variedad, bien viene ensayar alguna clasificación de los clientes con los que nos podemos encontrar en nuestro negocio, pensando en que todos y cada uno merece un tipo de atención específica.

## SEGÚN CUÁNDO COMPRAN

Los **clientes frecuentes** son aquellos que repiten su compra sin dejar pasar un largo período de tiempo; son clientes satisfechos con los productos o servicios ofrecidos y es fundamental fomentar la lealtad que tienen hacia nuestro negocio. Los **clientes habituales** realizan compras con cierta periodicidad, pero en menor medida que un cliente frecuente; están satisfechos con lo que ofrece la empresa, pero son vulnerables a las opciones del mercado. Hay que llevar a estos clientes a una conducta de compra frecuente. Los **clientes ocasionales** realizan compras muy de vez en cuando y por única vez.

## SEGÚN CUÁNTO COMPRAN

Los **clientes de alto volumen de compra** suelen estar satisfechos con lo que la empresa les ofrece, y pueden variar la cantidad que compran en función de su capacidad de gasto y sus ingresos. Los **clientes de bajo volumen de compra** tienen un consumo por debajo de la media y son, por lo general, clientes ocasionales.

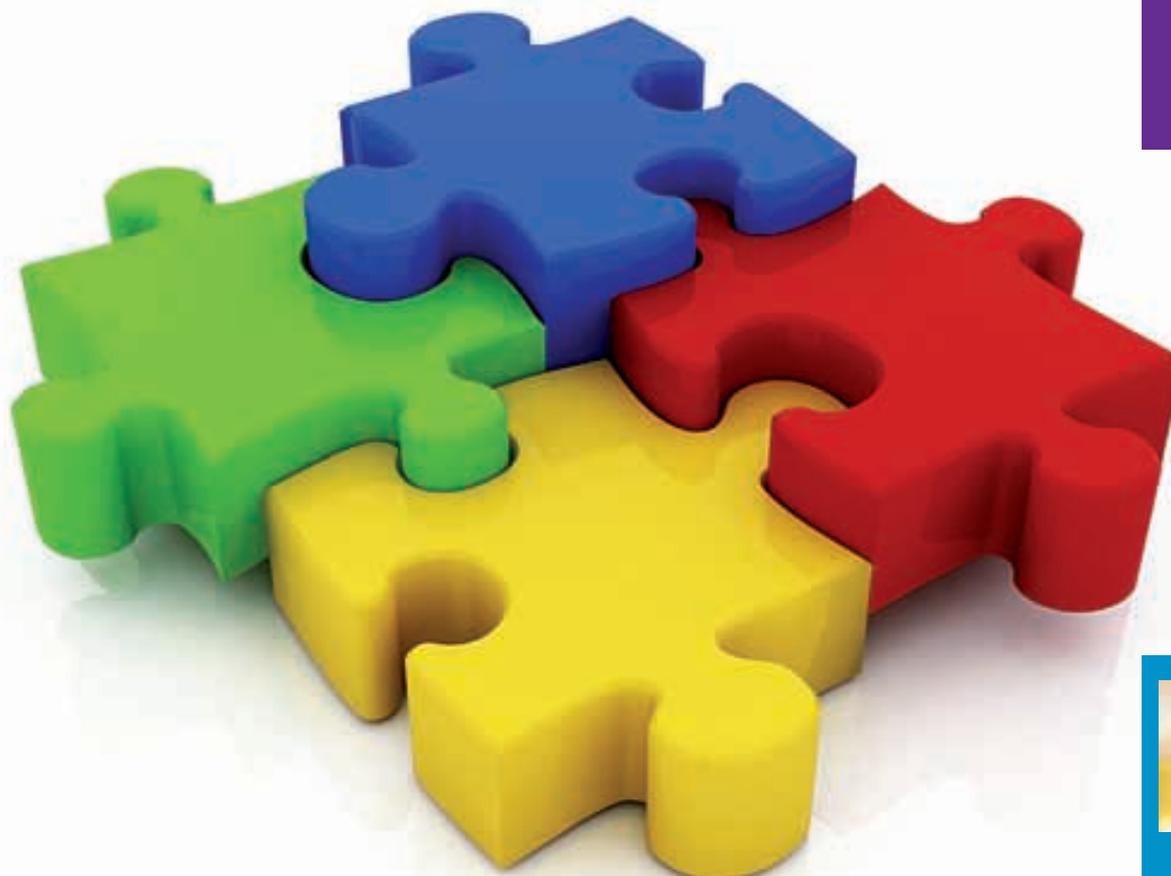
## SEGÚN SU SATISFACCIÓN

Los **clientes satisfechos** son aquellos complacidos por lo que la empresa les ofrece. No están dispuestos a cambiar de marca y repiten la conducta de compra. Los **clientes insatisfechos**, por el contrario, no ven satisfechas sus expectativas, tanto con el producto o servicio, como en el valor agregado de comercialización que ofrece la empresa. Por ello, no quieren repetir la conducta y optan por la competencia.

## SEGÚN SU PODER DE INFLUENCIA

Los **clientes influyentes** se caracterizan por producir una percepción positiva o negativa en un grupo de personas respecto de un producto o servicio. Pueden llevar a un grupo de consumidores a elegir la marca o, por el contrario, pueden proyectar una mala reputación de acuerdo a su propia experiencia.





**JUAN  
SANTIAGO**

Empresario,  
co-fundador,  
presidente y  
CEO de Santex.  
También es  
co-fundador de  
Incutex.

# EMPRENDER, UN estilo de vida

EN LOS ÚLTIMOS  
AÑOS EL  
ECOSISTEMA  
EMPRENDEDOR  
CORDOBÉS  
HA CRECIDO  
EXPONENCIALMENTE,  
LO QUE HA AYUDADO  
A QUE AQUELLOS  
QUE NACIERON  
PARA EMPRENDER,  
ENCUENTREN HOY  
LOS RECURSOS Y LOS  
MEDIOS PARA LLEVAR  
A CABO SUS IDEAS.

El “emprendedor” es aquel que quiere cambiar el mundo con su idea, y esa es su motivación principal. Desde los 23 años comencé a vivir siguiendo mis instintos, movido por mi pasión e intentando siempre hacer realidad cada idea que soñé.

Hace 14 años co-fundé Santex, empresa líder en Argentina dedicada al desarrollo de software, y en 2012 Incutex, company builder de startups tecnológicas, convirtiéndome en inversor y mentor estratégico de cuatro startups.

Desde hace varios años, participo activamente del ecosistema emprendedor, buscando inspirar a las personas y dejarles una nueva idea que los mueva al cambio.

**Emprendedor se hace.** Muchas veces me preguntaron si emprendedor se hace o se hace, y a pesar de que hoy existan argumentos encontrados al respecto, la respuesta me surge naturalmente: desde que nací nunca me imaginé haciendo otra cosa.

**24/7.** Si hay algo que está claro desde un comienzo en todo emprendimiento es que, en la mayoría de los casos, el resultado es directamente proporcional al esfuerzo. Hay que olvidarse de los horarios y vivir el proceso con pasión y sin restricciones. El emprendedor no espera los viernes para descansar, los espera para poder trabajar más tranquilo durante el fin de semana, sin interrupciones para llegar más rápido a su meta.

**Fracasar para tener éxito.** Me costó mucho aprender a aceptar la frustración que ocasionan los fracasos. En una oportunidad, un emprendedor muy exitoso me contó que había fracasado en sus primeros cinco proyectos antes de tener éxito en el sexto. Fue entonces cuando entendí que el fracaso te enseña muchas cosas, entre

ellas, a no tropezar con la misma piedra y a animarse a volver a apostar por una nueva idea. Los emprendedores tenemos que aceptar que el fracaso es también parte del desafío.

**El emprendedor elige socios, no amigos.** El equipo es todo. Elegir con quién emprender es clave para alcanzar el éxito. Generalmente elegimos a un amigo o a aquella persona con quien nos sentimos más cómodos porque piensa igual que nosotros. Pero lo que es realmente importante en un emprendimiento es que los socios agreguen valor y diversidad de opinión, sumando fortalezas diferen-

tes pero complementarias. ¡Quizá la mejor manera de conservar a nuestro amigo sea seguir jugando al fútbol los sábados!

**Detrás de cada emprendedor...** Elegir bien a tu pareja puede hacer la diferencia entre que encuentres la fuerza necesaria para seguir adelante y tener éxito en el emprendimiento, o que lo abandones ante la primera adversidad. Esta es una realidad que muchos emprendedores no tienen en cuenta. Cuando uno decide emprender, quien está a tu lado debe acompañarte en los altos y bajos, en los tiempos de certeza e incertidumbre. Esa persona es el pilar principal sobre el

cual el emprendedor se sostiene cuando las cosas no van como uno esperaba.

**¡Plata para levantarse del sillón!** Durante el proceso de selección de Incutex es común escuchar que los emprendedores responden a la pregunta “¿qué necesitas?”, con la respuesta “plata”. Es un error depender de la billetera de inversores para lanzarse a emprender. El emprendedor debería ver a la inversión como una herramienta más del mix necesario para que el proyecto crezca al punto deseado, pero nunca como una excusa para no levantarse del sillón y empezar.

**HÉCTOR OLMOS**
**VERDE ESPERANZA**


Héctor Olmos es un cordobés que, como tantos otros, sufre de baja visión y necesita un bastón verde para caminar por la calle. Hace un par de años, cansado de que la Ley de Bastón Verde no fuera cumplida, petición ante las Defensorías del Pueblo de la Nación y de Córdoba la aplicación plena de la Ley 25.682.

Su reclamo no fue en vano: tiempo después, el organismo provincial creó el programa "Bastón Verde" con el objetivo de desarrollar la herramienta y realizar campañas de concientización sobre la hipovisión.

Pero Héctor no se quedó allí: solicitó asistencia al INTI para mejorar el bastón, adaptándolo técnicamente a materiales disponibles en Córdoba, y ponerlo a disposición de cualquier persona. Incluso, llegó a vestirse de Batman y filmar un video para sensibilizar a la población.

"El tener pérdida visual y padecerlo en la calle, me llevó a comprometerme para ayudarme y ayudar a todos los que tienen el mismo problema", cuenta este cordobés, emprendedor de la vida.



**ONDULÉ**  
 DOS JÓVENES EMPRENEDORES CORDOBESES LE DAN VIDA A UNA PARTICULAR EMPRESA: ONDULÉ, UNA FÁBRICA DE CASITAS DE CARTÓN CORRUGADO PARA QUE LOS NIÑOS DESARROLLEN SU IMAGINACIÓN Y PUEDAN EXPRESARSE A TRAVÉS DEL JUEGO.


**PLAN HIPOTECARIO**

**Nombres:** Matías Portela y Santiago Guzmán.  
**Empresa:** Ondulé.  
**Productos:** casitas de cartón reciclado, mini-casitas y casitas de muñecas.  
**Producción:** 1.200 unidades por mes entre los tres productos.  
**Puntos de venta:** 80 en todo el país.  
**Sede:** FIDE (Carnerillo 2275), oficina 10.  
**Teléfono:** (0351) 434-8584, interno 2506.  
**E-mail:** info@ondule.com.ar  
**Web:** www.ondule.com.ar

En una época dominada por las PlayStation y los juegos virtuales por Internet, proponerse crear un emprendimiento que le ofrezca a los chicos simples juguetes de cartón, parecería una locura. Pero "locos", por suerte, hay en todos lados.

Dos de ellos son Matías Portela (29) y Santiago Guzmán (32), jóvenes emprendedores cordobeses que desde hace tres años le vienen dando vida a Ondulé, una particular fábrica de casitas de juguete construidas en cartón reciclado.

"Somos una pequeña empresa que busca promover la imaginación de los niños a través de distintos espacios de juego", se autodefinen Matías y Santiago. "Después de mucho esfuerzo, ahora nos está yendo bien y lo estamos disfrutando", celebran en un recreo en sus oficinas de la incubadora FIDE tras el "agite" por el Día del Niño.

Con tres años de existencia, Ondulé va camino a consolidarse como empresa, con nuevas líneas de productos y ventas en casi todo el país.

**Una idea "francesa".** "Todo comenzó en 2010, cuando hice una diplomatura en gestión de empresas, y como trabajo final presenté la idea de construir casitas de cartón para que los niños interactúen con ellas", recuerda Matías.

El joven le contó su idea a Santiago y a Guillermo, otro amigo que era maestro de escuela de 1º grado, y se pusieron a trabajar juntos. Investigaron, pidieron consejos, trabajaron en los primeros prototipos, y al final se largaron.

En marzo de 2011, presentaron su iniciativa en un concurso de emprendedorismo organizado por Fedecom, Endeavor y el Gobierno de Córdoba, y la idea fue muy bien recibida.

A esa altura, el proyecto ya tenía nombre: Ondulé, que significa "cartón", en francés.

Decididos, Matías y Santiago (Guillermo había abandonado el proyecto tras irse a vivir al sur) idearon una particular manera de conseguir los primeros fondos para el emprendimiento. "Lanzamos un bono contribución de 100 pesos, con un viaje a Brasil como premio. Se lo enchufamos a todo aquel amigo, familiar y conocido que hubiera por allí. El viaje lo tarjetamos, y con ello recaudamos 13.500 pesos que usamos para comprar materia prima", recuerda Santiago.

Con el cartón comprado, pusieron primera en los garajes de las casas maternas de cada uno, hasta que fueron seleccionados por la Fundación Incubadora de Empresas (FIDE). Allí, diseñaron ellos mismos una máquina troqueladora de cartón que les permitió producir en serie. "A las primeras casitas, las pusi-



Santiago y Matías, en su taller de la Fide, en plena tarea de producción para el Día del Niño.

en rápidamente en el mercado porque queríamos tener un feedback con el público, que sean los propios padres y chicos los que nos dijeran qué les parecían", explica Matías, destacando un momento clave de la historia de Ondulé.

Así, las casitas se plantearon más como un espacio de juego (antes que un juguete), con el cual los niños pueden interactuar y completar agregándole dibujos, cortes y todo lo que sugiera su imaginación.

**El gran impulso.** El año pasado, en abril, tomaron un local en la Feria de Artesanías, y mostraron sus casitas. Ello no sólo les permitió vender, sino hacer múltiples contactos con otros empresarios y desarrolladores que fueron fundamentales en el futuro.

Al poco tiempo, lanzaron una mini-casita de cartón y otra especial para muñecas, productos que les permitieron aumentar el ritmo de producción y acomodar el flujo de caja. Investigando el mercado, se dieron con que la mayoría de las familias con hijos gastan alrededor de 40 pesos en regalos para los cumpleaños de los amigos, y hacía allí apuntaron sus nuevos productos.

En la misma línea, comenzaron a desarrollar un nuevo canal de comercialización: los regalos empresarios. "Las empresas nos compran casitas para dárselas a los hijos de

# EMPRENDEDOR A JUGAR

**LAS CLAVES DE SU NEGOCIO**

Matías y Santiago han recorrido un largo camino en estos tres años de Ondulé. Y a partir de la experiencia acumulada, los dos se animan a dejar algunos consejos piolas para otros emprendedores que estén pensando en lanzarse por su cuenta.

"Salir a vender es lo más difícil de todo. Pero a vender se aprende en la calle. No queda otra que salir y "patear" y golpear puertas", afirma

**NO TODO ES PLATA**

Ondulé no es sólo un emprendimiento que quiere ganar dinero. Sus creadores también están muy atentos al costado social de la empresa. "Creemos que podemos contribuir desde nuestro lugar para cambiar el mundo y hacerlo un lugar mejor", señala Matías. "Por eso —apunta Santiago—, nos preocupamos por hacer juguetes que promuevan la imaginación de los chicos y usamos materiales ecológicos para proteger el medio ambiente". Además, han tercerizado el envasado de las casitas de juguete a la asociación civil El Arca, que da trabajo a gente que está desempleada.

**KUMBAYA**
**SONIDOS DESDE EL CORAZÓN**

UNIENDO SUS PASIONES, DOS HERMANOS CORDOBESES CREARON HACE 10 AÑOS UNA EMPRESA DE SONIDO PARA EVENTOS QUE HOY PRESTA SERVICIOS MULTIMEDIA A TODO CÓRDOBA.



Sonido Kumbaya es un emprendimiento familiar que ofrece servicios de sonido, multimedia, iluminación y asesoramiento técnico para todo tipo de fiestas, cumpleaños, bodas, espectáculos, y encuentros recreativos y sociales. Surgió en 2004, cuando dos hermanos, Leandro y Luis Trucco, unieron sus esfuerzos como miembro de un ministerio de música cristiana y operador de radio en una iglesia evangélica, y comenzaron a comprar equipos para brindar servicios a terceros.

"Empezamos siendo una alternativa eficiente de calidad en todo tipo de eventos. Si bien es cierto que existían ya muchas empresas de este tipo, vimos que por lo general no lo realizan con el detalle que este servicio requiere", explican Luis y Leandro. Hoy, luego de varios desafíos, están preparados para enfrentar eventos de gran envergadura, pudiendo ofrecer distintos estándares de calidad, y realizar más de un

espectáculo simultáneamente. Además, cuentan con técnicos especializados para cada área, haciendo más fácil el trabajo en equipo, pudiendo ganar rapidez a la hora de armar cada evento. "Estamos convencidos de que esta empresa ha crecido gracias a la reinversión constante de las ganancias", aseguran, lo que les ha permitido prestar servicios a eventos y edificios de gran envergadura, como por ejemplo la Compañía de Jesús, la Catedral de Córdoba, el Estadio Corazón de María, el Complejo Feriar y el Orfeo Superdomo. "Ganar no es algo que se presenta algunas veces, es algo que sucede todo el tiempo. No se gana de vez en cuando, ni las cosas se hacen

bien de vez en cuando, sino en todo momento. Lo importante es jugar con el corazón", dicen los hermanos Trucco, al tiempo que elevan bien alto el eslogan de Sonido Kumbaya: "Sueñen su evento, nosotros lo hacemos realidad."



Sonido Kumbaya recibió el primer premio este año del concurso de la Fundación Impulsar. Contacto: En la web: [www.sonidokumbaya.com.ar](http://www.sonidokumbaya.com.ar) En Facebook: [www.facebook.com/pages/Sonido-Kumbaya-oficial](http://www.facebook.com/pages/Sonido-Kumbaya-oficial)

# EL crédito

## BANCO DE LA GENTE

### MICROCRÉDITOS PARA INICIAR O CRECER

El Banco de la Gente forma parte de la Secretaría de Políticas Sociales, Cooperativas y Mutuales del Ministerio de Desarrollo Social, y tiene por finalidad la promoción y el fomento de la actividad emprendedora brindando asistencia técnica, asesoramiento, capacitación y microcréditos para el financiamiento de proyectos productivos, comerciales o de servicios.

Busca lograr la inclusión social de los emprendedores y afianzar su sentimiento de pertenencia a la sociedad, reconstruir el entramado socio económico local, afianzar la cultura del trabajo y desarrollar en los microemprendedores la cultura del riesgo y la responsabilidad social. A través de la firma de convenios con instituciones gubernamentales y ONGs, el Banco de la Gente logra llegar a distintos sectores de la economía con microcréditos productivos.

Actualmente, ofrece su asistencia financiera a emprendedores que desarrollan actividades productivas o servicios, que impliquen elaboración, procesamiento y transformación de materia prima por parte del

solicitante. No incluye financiamiento para reventa, infraestructura, pago de sueldo, habilitaciones, deudas, compra de vehículos, etc. Los microcréditos pueden ser individuales o asociativos, con garantía personales o con garantía de terceros, por un monto máximo de 5.000 pesos (individuales), sin tasa de interés, con un plazo de devolución de hasta 36 meses. Las cuotas de devolución se establecen de acuerdo a la rentabilidad del proyecto, sin que puedan superar el 20 por ciento del ingreso neto declarado por quien garantiza el crédito.



El Banco de la Gente funciona en el Complejo Pablo Pizurno (avenida Vélez Sársfield 2311). Para ponerse en contacto, te podés comunicar al 0800-555-8555 (línea gratuita) o al (0351) 468-8500, interno 2468

## QUE HACE FALTA

La asistencia financiera es fundamental para muchos negocios que recién se inician o buscan crecer. Pero las altas tasas de interés y los requisitos que solicitan los bancos dejan sin acceso al crédito a buena parte de los emprendedores. Afortunadamente, existen en Córdoba varias instituciones que ofrecen apoyo crediticio con condiciones más flexibles y accesibles, ya sea a través de tasas de interés bajas o subsidiadas, plazos de devolución más largos y períodos de gracia.

El Banco de la Gente y la Fundación Banco Provincia de Córdoba son dos de ellas.

## FUNDACIÓN BANCO DE CÓRDOBA

### MUCHO MÁS QUE UNA AYUDA ECONÓMICA

La Fundación Banco de la Provincia de Córdoba nació en 1980, como una alternativa para la promoción y asistencia a los microemprendimientos cordobeses.

Su finalidad principal es apoyar y promocionar la microempresa en la provincia de Córdoba, entendiéndola como la "célula primordial del desarrollo socioeconómico", a través de tres grandes ejes: la capacitación, el asesoramiento técnico y el financiamiento crediticio. A partir de allí, ha abierto un amplio abanico de actividades y posibilidades de apoyo que redundan en beneficios y progresos para el sector microempresario, tanto para los que se inician como para los que desean fortalecer su empresa.

La fundación también ha organizado numerosas exposiciones con el propósito de brindar un espacio para la promoción y venta de los productos de cientos de microempresarios beneficiarios de los créditos. La Fundación ha puesto en funcionamiento 15 Delegaciones en el interior provincial, con personal capacitado, con el objetivo de acortar las distancias existentes entre los emprendedores y la institución.

Asimismo, participa activamente de ferias en localidades del interior, llevando presencia institucional y poniéndose al servicio de la comunidad. Desde sus inicios, la entidad reserva un lugar privilegiado para los programas de

capacitación, cuyo objetivo es el estímulo a las personas —especialmente jóvenes— para trabajar en sus lugares de origen, aprovechando sus recursos humanos y materiales, evitando así el desarraigo en los pueblos del interior y su consecuente éxodo a ciudades en búsqueda de mejores oportunidades.

Actualmente, brinda múltiples programas de asistencia crediticia, entre los que se destacan líneas específicas para pequeños y medianos productores agropecuarios, mujeres rurales, centros comerciales, propietarios de taxis y remises, emprendedores con proyectos innovadores, empresarios Pymes, jóvenes profesionales, y actividades culturales y artísticas.

En general, los créditos tienen una tasa de interés baja (del 8 al 9,5 por ciento), con un plazo de devolución de hasta 36 meses.



La sede de la Fundación Banco Provincia de Córdoba está en Chacabuco 1041, de la ciudad de Córdoba. Su teléfono es el (0351) 460-2888 ó 460-2712. Para comunicarte vía e-mail, podés escribir a [info@fbco.com.ar](mailto:info@fbco.com.ar). Su página web es [www.fbco.com.ar](http://www.fbco.com.ar)



# HACIENDO equilibrio

¿ESCUCHASTE  
HABLAR ALGUNA  
VEZ DE PUNTO DE  
EQUILIBRIO? ES  
UNA FÓRMULA  
QUE TE AYUDA A  
DETERMINAR SI EL  
NIVEL DE ACTIVIDAD  
QUE TIENE TU  
EMPRESARIADO TE  
PERMITE GANAR O  
PERDER PLATA.

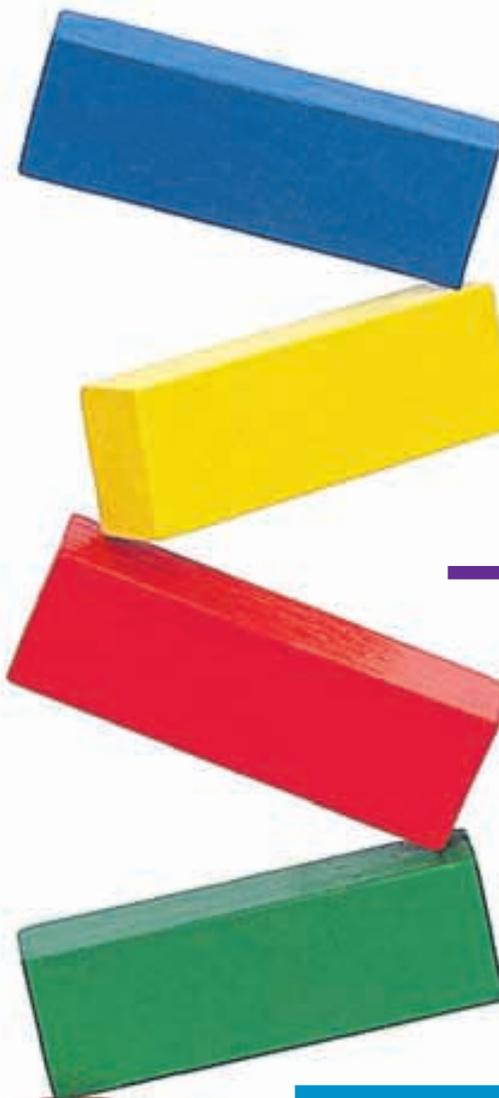
El punto de equilibrio refleja la instancia en la que tu negocio "sale hecho", vale decir, ni gana, ni pierde. Ahora bien, si tu emprendimiento está por debajo de ese nivel de actividad, genera pérdidas. En cambio, si el nivel de actividad es superior, estará obteniendo beneficios, es decir el ingreso de dinero por las ventas alcanza para cubrir los costos y deja ganancias para los emprendedores.

Para calcular el punto de equilibrio necesitas conocer la siguiente información sobre tu negocio:

- Costos fijos mensuales
- Costos variables por unidad de producto
- Precio de venta del producto

La diferencia entre el precio de venta de cada producto y su costo variable, es el margen que obtiene tu emprendimiento.

Luego de ello, tenés que dividir los costos fijos mensuales sobre el margen que genera cada producto. De esa manera, obtendrás el número de productos que tiene que vender tu emprendimiento en un mes para llegar a cubrir todos sus costos fijos.



**Veamos un ejemplo, suponiendo que tu negocio fabrica un solo producto.**

Supongamos que producís vasos de plástico, y que tus costos fijos son de 7.500 pesos al mes. Por otro lado, cada vaso que producís tiene un costo variable de 12 pesos y su precio de venta es de 16 pesos.

Así, el margen que tu negocio obtiene por cada vaso fabricado es de 4 pesos:

Ahora, tenés que dividir tus costos fijos mensuales, que dijimos que eran de 7.500 pesos, sobre el margen que obtenés por cada vaso, 4 pesos. Resultado: 1.875.

→  **$Q = \frac{cft}{(P - CVU)}$**

Así, tu emprendimiento necesitará vender 1.875 vasos al mes para alcanzar su punto de equilibrio. Si vende una menor cantidad estará trabajando a pérdida; si vende 1.875 ni gana ni pierde, y todo vaso adicional que se venda generará ganancias.

Ahora que ya tenés en claro cómo calcular el Punto de Equilibrio, intentá aplicar la misma fórmula sobre tu propio negocio.

## PUNTO DE EQUILIBRIO

|   |                                  |    |
|---|----------------------------------|----|
| A | COSTOS FIJOS ANUALES             | \$ |
| B | COSTOS VARIABLES POR UNIDAD      | \$ |
| C | PRECIO DE VENTA DE CADA PRODUCTO | \$ |

**FÓRMULA:  $A / (C - B) = 0$  → PUNTO DE EQUILIBRIO**

**= +0 → GANANCIAS**

**= -0 → PÉRDIDAS**

**PROGRAMAS  
DE APOYO**
**CONSULTORES  
QUE HABLAN TU MISMO**

# idioma

EL PROGRAMA LAZOS FORMA Y CAPACITA A PROFESIONALES CORDOBESES RECIÉN EGRESADOS PARA QUE SE CONVIERTAN EN CONSULTORES ESPECIALIZADOS PARA LA ASISTENCIA TÉCNICA A EMPRENDIMIENTOS.

## LAZOS

Siempre es bueno tener a mano a alguien que te escuche sobre cómo va tu emprendimiento y, a la vez, te sepa aconsejar para que puedas superar un problema o encarar un nuevo desafío, conociendo con claridad cuál es la realidad de pequeñas empresas en formación o crecimiento como la tuya. Eso es precisamente lo que procura el programa Lazos, instrumentado desde este año por la Secretaría Pyme y Desarrollo Emprendedor de la Provincia. El programa busca formar consultores especializados en la realidad emprendedora, capacitados en brindar asistencia técnica a emprendimientos en su etapa inicial con

las especificidades y características propias de los emprendimientos, significativamente diferente de la realidad de grandes empresas.

La Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Córdoba (UNC), a través de su Secretaría de Extensión, y la Red de Graduados participan activamente de Lazos, convocando a los recientes egresados de carreras afines a la administración de negocios para que se conviertan en consultores MiPyMEs. Para ello, los nuevos profesionales reciben una capacitación especial sobre temáticas específicas para la asistencia técnica a emprendimientos, tales como:

- El Rol del Consultor.
- El emprendimiento familiar, características específicas.
- Estrategia.
- Posicionamiento - Estrategias comunicacionales.

- Gestión por procesos.
- Recursos Humanos y Liderazgo.
- Modelado y Diseño de Plan de Negocio para acceder al financiamiento.
- Sistemas de gestión por Objetivos y Control de Gestión.

Luego de ello, los profesionales reciben su correspondiente certificado como "Consultor MiPyme", estando listos para comenzar a asesorar a variados emprendimientos en la provincia de Córdoba, contribuyendo a su consolidación y crecimiento. El primer grupo de consultores, formado por más de 60 jóvenes graduados en Ciencias Económicas, Psicología e Ingeniería Industrial actualmente se encuentra brindando asistencia técnica a emprendimientos que solicitaron a la Secretaría el servicio. En Octubre, se espera comenzar por segunda vez el programa de formación de consultores.

**JORGE  
LAWSON**  
MINISTRO DE  
INDUSTRIA,  
COMERCIO Y  
MINERÍA DE  
CÓRDOBA


*"Un emprendedor es aquel que tiene un compromiso con la actividad que desarrolla, que día a día pone todo de sí para superarse, que cree que una sociedad mejor es posible y está dispuesto a trabajar por ello".*



Para recabar mayor información sobre el programa Lazos, podés comunicarte con la Secretaría Pyme y Desarrollo Emprendedor al e-mail: [secretariapyme@cba.gov.ar](mailto:secretariapyme@cba.gov.ar) o bien por teléfono al (0351) 434-2470, interno 235.