

# CEDEX

Centro de Desarrollo  
para Emprendedores  
y Exportadores

UP  
Universidad  
de Palermo

## Boletín de Noticias

**actividades** comunidadcedex **informaciónparapymes** **noticias**

año 7 | edición nº 71

viernes 30 de marzo | 2012

### actividades

#### Abierta la inscripción



Orientados a empresarios, directivos, ejecutivos de pymes, empresas familiares y emprendedores que deseen comprender la dinámica del proceso de internacionalización desde la óptica de las pequeñas y medianas empresas.

#### **Programa Ejecutivo en Operatoria del Comercio exterior**

**Inicio:** 10 de abril

**Duración:** 2 meses

**Horario:** martes de 18.30 a 21

#### **Programa Ejecutivo en Logística Comercial**

**Inicio:** 9 de abril

**Duración:** 2 meses

**Horario:** lunes de 18.30 a 21

#### Abierta la inscripción



En el marco de las actividades que brinda el Centro de Desarrollo para Emprendedores y Exportadores (CEDEX) de la Universidad de Palermo se han desarrollado dos talleres enfocados

en la metodología de armado de planes de negocios; seguimiento en su aplicación; herramientas de la gestión financiera, y estructura impositiva-legal. Una vez finalizados los dos meses de duración del taller, los asistentes contarán con un plan de negocios escrito, evaluado y corregido por especialistas.

Con el objetivo de brindar mayor valor agregado, la Universidad de Palermo a través del CEDEX, gestionó un convenio de colaboración con Bairexport, entidad que ofrece gestionar y realizar el seguimiento para que los planes de negocios elaborados durante los talleres sean presentados ante organismos públicos y privados con el fin de obtener financiamiento.

Si bien los talleres son arancelados, la **Comunidad UP** (profesores, graduados y estudiantes de cualquier facultad y/o posgrado) goza de una **bonificación del 80%**.

### **Cómo convertir una idea en un emprendimiento**

**Inicio:** 10 de abril

**Duración:** 2 meses

**Horario:** martes de 9 a 11

### **Dar el paso: del emprendimiento a la PYME**

**Inicio:** 10 de abril

**Duración:** 2 meses

**Horario:** martes de 8.30 a 10.30

Para informes sobre los requisitos y costos de inscripción comunicarse al (54 11) 5199-4500 int. 2341 o bien escribir a [cedex@palermo.edu](mailto:cedex@palermo.edu)



## **Concurso Open App Challenge ¡No dejes de registrar tu proyecto! Tenés tiempo hasta el 8 de abril**



La Universidad de Palermo invita a participar del **Open App Challenge, Concurso Nacional de Aplicaciones Digitales**, organizado por Telefónica, Speedy y Movistar.

El CEDEX es la única entidad seleccionada en capacitar a los participantes a lo largo de los tres procesos de selección, brindándoles herramientas de mejoramiento a sus planes de negocios e instrumentos para una presentación oral eficaz del proyecto y defensa del mismo.

Abierto a toda la comunidad de desarrolladores, proveedores de contenidos, diseñadores, estudiantes y graduados en sistemas.

Hay hasta \$350.000 (pesos argentinos) en premios para quince ganadores que superen las tres etapas de capacitación y selección.



## comunidadcedex



### Paola Adjiman y Natalí Rudavetz VERY PITUKA

• **¿En qué actividad participaron del CEDEX?**

Participamos del segundo Ciclo de Emprendedores "¿Cómo lo hicieron? Historias para compartir" y próximamente estaremos participando del Taller Armado de Plan de Negocios "Dar el paso, del emprendimiento a la pyme".

• **¿Cómo surge y de qué se trata Very Pituka?**

Very Pituka surge de las ganas de construir un proyecto propio luego de haber transitado diferentes experiencias en el mundo de la moda.

• **¿Cuál fue el mayor obstáculo de la empresa?**

El mayor obstáculo fue el aprendizaje de la gestión de producción en escala.

• **¿Cuáles son los objetivos de la empresa para el 2012?**

Ampliar nuestra cartera de clientes, llegar al interior del país, realizar una estrategia de branding digital, poder vender a través de internet y además desarrollar el canal de venta al consumidor final.

• **¿Qué te dejó el Ciclo de Emprendedores?**

Una experiencia súper enriquecedora, pudimos visualizar y compartir temas comunes con emprendedores del sector moda.

[www.verypituka.com.ar](http://www.verypituka.com.ar)



## informaciónparapymes



### 2º EDICIÓN "OLIVE EXPERIENCIA"

Del 24 al 26 de abril se llevará a cabo la 2da edición "Olive Experiencia", en Expo Center Norte, San Pablo, Brasil.

La feria será en el marco de la 16º EXPOVINIS – FEIRA INTERNACIONAL DO VINHO siendo el evento más grande del mercado de aceites de América Latina.

La exposición cuenta con más de 300 empresas expositoras presentándose como la unión entre fabricantes, comerciantes y consumidores de aceite.

**Para mayor información** contáctese telefónicamente al (+54 11) 4114 7743, vía e-mail a [rquerzoli@exportar.org.ar](mailto:rquerzoli@exportar.org.ar) o bien visitar [www.exportar.org.ar](http://www.exportar.org.ar)





9 de marzo

## El Cronista

Por Maria Gabriela

Ensinck

[www.cronista.com](http://www.cronista.com)

## Las mujeres toman el mando en los negocios

Desde hace tres años, Florencia Carini viaja todos los veranos desde Santo Domingo –una localidad de 130 habitantes en el partido de Maipú–, hasta Pinamar para vender su producción de zapatos y accesorios de cuero de mondongo. El sueño de esta diseñadora industrial, de 31 años, es crear una fábrica de calzado en su pueblo, para darle trabajo a la gente del lugar, que mayormente vive de changas o el empleo público.

La idea del negocio se le ocurrió a partir de su tesis en la Universidad de Mar del Plata, en la que tenía que investigar materiales nuevos para su producción. "Soy del campo y siempre veía cómo se desechaban las vísceras de animales. Una vez ví mates hechos con cuero de mondongo y me puse a investigar qué otros usos se le podían dar", cuenta. "Así presenté en mi tesis el desarrollo de varios productos, indumentaria, zapatos y accesorios. Y lo que más llamó la atención fueron los zapatos, así que decidí meterme en este rubro, completamente nuevo para mí", agrega.

Al año siguiente de recibirse, Florencia viajó a Buenos Aires con \$ 10.000 para contactar proveedores y talleres, y lanzó su primera colección. "Al principio, fue difícil conseguir talleres dispuestos a trabajar este material y con muy poco volumen. Mi objetivo es dejar de tercerizar la producción para fabricar el calzado y otros accesorios en mi pueblo, capacitando a la gente del lugar", dice Florencia. La emprendedora obtuvo un crédito de honor por \$ 60.000 del programa Capital Semilla de la Sepyme, para máquinas e insumos.

Por el momento, la marca Visceral se vende en ferias y tiendas de diseño en Buenos Aires y localidades turísticas. A través de Facebook e Internet, las clientas pueden hacer pedidos que son entregados por correo. "Mis productos están orientados a la mujer, pero también hago algunos accesorios para hombre. En un futuro, quiero incorporar otros materiales, siempre en el campo del diseño sustentable. Ya hice una experiencia con artesanas de mi pueblo que hacen tejidos de lana natural en telar, y también confeccionamos prendas con algodón reciclado", cuenta.

Como Florencia, uno de cada tres emprendedores argentinos son mujeres, de acuerdo al último relevamiento del GEM (Global Entrepreneurship Monitor), una cifra que coincide con el promedio global (ver recuadro). En los países de ingresos medios, como la Argentina, hay en general más emprendedores varones que mujeres, pero la proporción se viene igualando año a año. "Muchas emprendedoras inician su negocio por falta de oportunidades laborales, o por necesidad de completar sus ingresos", señala Silvia de Torres Carbonell, directora del capítulo argentino del GEM, un estudio anual que se realiza en 59 países. "Pero, son cada vez más las que apuestan a una empresa propia para poder conciliar sus horarios, dado que priorizan un equilibrio entre su vida personal y profesional", agrega.

En cuanto a las empresas ya establecidas, un estudio realizado por la Sepyme en septiembre de 2011 determinó que en la mitad de las pymes industriales las mujeres son dueñas o están a cargo de las decisiones. De acuerdo a este estudio, la mayor proporción de mujeres (46,7%) ha accedido a la titularidad de la empresa por causas exógenas (herencias), un 4% es fundadora de su propia empresa, y un 9,5% la adquirió cuando ya estaba en marcha.

Antes de recibirse de arquitecta, Guadalupe Martiarena visitaba el taller de talabartería de su padre en Pompeya, donde comenzó a diseñar carteras y bolsos en cuero. Luego de graduarse, trabajó en un estudio de Arquitectura e interiorismo pero, a partir de 2008, decidió dedicar todo su tiempo a la creación de la marca PE. "Empecé sola y, hoy, trabajan conmigo tres personas en el taller y tengo una asistente", cuenta. La inversión inicial fue de alrededor de \$ 15.000.

Martiarena participó en la feria Puro Diseño y en la Bial Iberoamericana de diseño, en Madrid, donde expuso una línea de marroquinería inspirada en obras pictóricas. El año pasado fue seleccionada para exponer en Casa Foa, en el Centro Metropolitano del Diseño (CMD).

Sus productos se venden en un showroom en Caballito y en la sede del CMD en Barracas, en tiendas de diseño de Palermo y San Telmo, en hoteles de localidades turísticas (Colón, Calafate) y un 10 a 15% por Internet. "Mis diseños apuntan a mujeres profesionales, independientes y que valoran la calidad y la originalidad de las piezas. A diferencia de otros diseñadores que tercerizan toda la producción, tener un taller propio permite seguir de cerca la calidad en la confección y se pueden desarrollar propuestas diferenciales", destaca la emprendedora.

María Virginia Filiberti, oriunda de San Martín de Los Andes, hizo la carrera de diseño Industrial en Córdoba. Allí presentó en 2009, como tesis, un proyecto de fabricación de maceteros y bancos con caucho reciclado. Un año y medio más tarde, ya viviendo en San Juan, Filiberti lanzó la marca Buna, de diseño sustentable, con la ayuda de un ex compañero de estudios, Silvio Tinello. "Al contrario de otros negocios, que comienzan definiendo un producto y luego los materiales; hicimos al revés: primero investigamos el material y sus posibles usos y, a partir de allí, definimos los productos", cuenta. Para elaborarlos, utilizan deshechos del recapado de neumáticos que realizan las empresas de transporte.

Para iniciar la producción, invirtieron \$ 10.000 con fondos propios y luego obtuvieron un préstamo de \$ 30.000 por el programa Capital Semilla. Hoy trabajan para la firma dos personas más (una en Córdoba y otra en San Juan) y parte de la producción se terceriza en distintos talleres. El plan de los emprendedores es montar una planta de elaboración donde se lleve a cabo el proceso completo.

En el caso de Belén Couso, su vocación emprendedora viene de familia. Su madre, Sara Couso, comenzó a fabricar la línea de esmaltes de uñas Sara C luego de la crisis de 2001. Belén comenzó a ayudarla y finalmente lanzó su propia marca de cremas y lociones antibacteriales para manos, a fines de 2011.

Los productos de Couso son complementarios a los que produce su madre y apuntan a una nueva tendencia: los cosméticos antibacteriales. "Invertimos \$ 200.000 para una primera producción, matricería y promoción", destaca la emprendedora. Hoy, los productos Belén Couso se venden en cadenas de decoración y farmacias boutique de Capital y Gran Buenos Aires, en Córdoba y en los Duty Free de varios aeropuertos argentinos. "Este año, mi objetivo es posicionar la marca, que lleva mi nombre como una señal de confiabilidad. Son productos que yo misma uso", afirma.

Las mujeres tienden a absorber una mayor proporción de empleo femenino en sus emprendimientos que los varones, según el relevamiento de la Sepyme. Al analizar la facturación de las empresas encuestadas, aquellas conducidas por mujeres tienden a ubicarse en

los estratos de menores ventas (menos de u\$s 1 millón). En cuanto a la influencia familiar en la vocación emprendedora, entre las mujeres, es más frecuente un entorno familiar empresario (68%) que entre los varones (55%). Y en lo que refiere al nivel de estudios y la trayectoria previa a la hora de iniciar un emprendimiento, ellas suelen tener un nivel educativo en promedio superior, aunque menor experiencia en el sector.

A partir de un curso de imagen personal que realizó en 2008, Claudia Lombardi, consultora de prensa y periodista, decidió armar su propio emprendimiento. "Algo aparentemente superficial como es la imagen, dispara en realidad cuestiones más profundas. Hay muchas personas, sobre todo mujeres, que tienen baja autoestima porque no encajan en un modelo social que te exige tener toda la vida 25 años y pesar 50 kilos. Y lo que noté es que hay talleres y cursos que te dicen cómo maquillarte y vestirse, pero ninguno trata el tema de la imagen interna, como base para una buena imagen exterior", cuenta la emprendedora.

"Empecé con una socia y pusimos en marcha Descubrite, una consultora de imagen que brinda asesoramiento personalizado y talleres grupales y en empresas, partiendo del autoconocimiento y la aceptación interior, para formular la imagen externa de quienes realmente somos", dice Lombardi. La inversión fue prácticamente nula en dinero, aunque muy alta en tiempo, conocimiento y contactos.

Al cabo de dos años, Claudia se abrió de la sociedad para convertir el emprendimiento en su trabajo principal. "Mi proyecto es crear un instituto donde abordar integralmente la temática con otros profesionales: psicólogos, nutricionistas, maquilladoras", dice. Para ello, apuesta a una "alianza estratégica" con alguna institución que ya esté trabajando en temáticas afines. Actualmente, Lombardi dicta talleres de asesoramiento de imagen, armado de guardarropas y personal shopper a domicilio, sesiones grupales para cumpleaños y talleres corporativos.



10 de marzo

**Clarín**

Por Matías Longoni  
[www.clarin.com](http://www.clarin.com)

## La empresa que nació de una apuesta entre dos amigos

Walter Peruzzo se las veía negras a principios de los noventa. El ex ministro Domingo Cavallo había puesto en marcha la convertibilidad y la pequeña inmobiliaria rural de su familia, afincada en Totoras (a unos 50 kilómetros de Rosario), no lograba concretar la venta de ningún campo. En esos momentos de angustia se le acercó José Angel Ballari, alias "Pepe", su amigo y productor agropecuario en esa región.

"Pepe" estaba en apuros: había hecho una apuesta a un empresario que había lanzado al mercado un dispositivo hidráulico que permitía modificar el punto de corte de las cosechadoras.

"Yo puedo hacer algo mucho mejor que eso", bravuconeó. Con ese desafío por delante, recurrió a Peruzzo, quien había estudiado ingeniería electrónica.

"El desafío era interesante y yo estaba sin trabajo y tenía tiempo de sobra para entretenerme. Me acuerdo de que empezamos trabajando arriba del lavarropas de mi esposa", relató el emprendedor. Así, como un hobby, nació un dispositivo eléctrico que se adosaba a las cosechadoras y "palpaba" el terreno, para modificar automáticamente

la altura de corte de los cultivos.

Con el invento llegó el trabajo: Peruzzo y Ballari se asociaron para producir el dispositivo.

El problema llegó a la hora de ponerle un nombre. Por ese entonces la compañía Gillette había lanzado un modelo de afeitadoras llamado "Sensor", que prometía "una afeitada al ras", y los socios decidieron copiar. "Nosotros prometíamos una cosecha al ras", recuerda el ingeniero.

Actualmente Sensor es la segunda industria más grande de Totoras, detrás de la láctea Verónica, y tiene una filial en Brasil y da empleo a 160 personas. Se especializa en equipar a cosechadoras y fumigadoras de todos los dispositivos eléctricos que "automatizan" su funcionamiento.

"Somos la única empresa de la Argentina que ofrece una solución integral a los fabricantes de maquinaria. Todas las funciones de un equipo se manejan desde un joystick", relata Peruzzo, quien sigue al frente de la fábrica y conserva intactas las ganas de desarrollar nuevos productos. En Expoagro Sensor presentó su última creación: el Info Silo. Es una aguja conectada a un pequeño equipo electrónico, que se utiliza para medir el nivel de dióxido de Carbono que hay en los cada vez más difundidos silo bolsas. La emisión de ese compuesto es un dato clave para determinar la vida útil de los granos.



#### FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

CEDEX – Centro de Desarrollo para Emprendedores y Exportadores

Av. Santa Fe esquina Larrea 1079 • C1117ABE • Capital Federal • Tel: (54 11) 5252 0435 int. 2341

cedex@palermo.edu • www.palermo.edu/cedex

La Universidad de Palermo no desea generar correo electrónico no deseado. En caso que usted no desee recibir más este tipo de comunicaciones, puede enviar un mensaje con la palabra **EXCLUIR** en el asunto a la cuenta de correo: [eventosface@palermo.edu](mailto:eventosface@palermo.edu)