

CAFÉ & NEGOCIOS

Emprendedores



2 711 1000* www.mp.com.uy

M. CERCHIARI

El negocio de Kleist empezó con la venta a familiares, amigos y conocidos



DISEÑO APASIONADO

Hace siete años que se abre paso entre las principales marcas de joyas del país y desde 2009 organiza ferias de diseño.

Cindy Kleist ve la vida con ojos de emprendedora. Confiesa que siempre tiene la mirada puesta en los diseños que se le cruzan y que piensa constantemente en su trabajo. Estudia cambios estratégicos, posibles lugares de venta, soluciones de logística, nuevas producciones y modificaciones en el packaging; siempre que su agenda de

Entre joyas de autor y ferias de diseñadores, para Cindy Kleist ser emprendedora es un trabajo full life

clientes, los pedidos y las fechas de lanzamiento de sus nuevas colecciones se lo permitan.

“Cuando voy a Argentina a descansar, vuelvo más cansada. Con todo lo que hay para ver, termino metida en un problema. Lleno libretas con tantas anotaciones para hacer mejoras

y cambios que a la hora de ir de vacaciones, no puedo ni siquiera estudiarlo como destino. El emprendedor no es un trabajador full time sino full life”, dijo.

Pero no reniega de eso porque la mueve lo que, a su juicio, no puede faltarle a nadie que quiera empezar un negocio propio: pa-

sión, ganas, dedicación, búsqueda constante de mejorar y buen trato con los clientes.

Además, las ventajas de ser su propia jefa también les resultan atractivas.

“Los horarios los ponés vos, nadie te obliga a trabajar ni tenés un superior que te presione. Lo importante es confiar en tu responsabilidad y saber cuándo parar de trabajar porque esto no es un comercio que bajás la persiana y te olvidás. Si te mueve la pasión por lo que hacés y te encanta tu proyecto, tenés muchos puntos a favor”, explicó Kleist.

Aunque es el pilar de su emprendimiento, es consciente que no puede hacer todo sola. Intenta aprovechar lo mejor de cada uno de sus colaboradores, entre los que hay un contador, un fotógrafo y un diseñador web. De su personalidad, elige resaltar su constancia para el trabajo, su seriedad, su confianza y la buena comunicación.

De pasatiempo a empresa

El 2004 fue un año clave en la trayectoria de Cindy Kleist.

Continúa en la página 2



Kleist diseña para mujeres "con carácter".

M. CERCHIARI

Joyas con identidad

Viene de tapa

Comenzó la carrera de diseño de modas en la Universidad ORT Uruguay y realizó un curso de orfebrería en el taller de Álvaro Martino, donde combinó los dos elementos que hoy le dan una marca registrada.

"Elaboro mis piezas atendiendo las tendencias de la moda, pero sin seguirlas al pie de la letra, porque ya logré imprimirle un estilo personal a mis colecciones y trato de seguir en esa línea" aclaró Kleist.

Su negocio empezó con la venta a familiares, amigos y conocidos que se enteraban de su hobby mediante el boca a boca, hasta que en 2008 decidió armar poco a poco su local. Allí entrevista a sus clientas para conocer qué les gustaría usar, les ofrece un boceto y luego les entrega el producto.

"Mis joyas están diseñadas para una mujer con carácter, que gusta de la moda y no quiere pasar desapercibida. Si alguien busca un anillo clásico, va a una joyería convencional; las mías son piezas de diseño y se destacan por la personalización: yo adapto todo en base a lo que el cliente quiere y el cuidado que le pongo a los detalles es fundamental", sostuvo Kleist.

Conexión turística

El crecimiento del proyecto la llevó a traspasar las fronteras con sus diseños. Muchos turistas la conocieron en eventos y comenzaron a visitarla en su atelier cada

vez que llegan al país; otros llevan sus productos desde el free shop del aeropuerto de Carrasco y también vendió puntualmente para el mercado alemán.

"Algunos visitantes compran joyas para hacer regalos con identidad porque quieren obsequiar algo más que un objeto. Además, muchos viajan a países que tienen mayor oferta que la uruguaya y con mis productos se aseguran que su regalo no es algo que el otro pueda comprar en su país", aseguró la emprendedora.

La variedad de accesorios comercializados por Cindy Kleist puede verse en su página web (www.cindykleist.com), visitando la cadena de hoteles Regency, el atelier de Ana Livni o el local de Kleist, en el que la atención personalizada permite otras ventajas.

Además, desde febrero de 2009, la boutique Aquí Montevi-

deo, ubicada en la ciudad de Kóln, Alemania, ofrece al público europeo una selección de joyas Cindy Kleist.

Sus creaciones tienen plata de 925 milésimas, oro de 18 quilates, piedras preciosas, semipreciosas y circones Swarovski. En la mayoría predomina la plata, aunque pueden hacerse con detalles en oro e incluso con el oro que trae el propio cliente.

"Les permito a los clientes traer piezas que tengan una gran carga afectiva para ellos, pero que no se animan a usar por el diseño que tienen y en conjunto les hacemos modificaciones. También se puede fundir el material y hacer una pieza nueva que mantenga el valor sentimental", contó Kleist.

Experiencia femenina

A raíz de este emprendimiento, Kleist sintió la necesidad de co-

nocer mejor a su público objetivo, convocarlo y contactarlo. Inspirada en los eventos que se hacían en el barrio Palermo de Buenos Aires, en el año 2009 organizó cuatro ferias de diseñadores en su atelier, donde surgieron las tardes de Moda, Magia y Otras Hierbas, que desde 2011 pasaron a llamarse Krea.

"Había otras ferias que reunían a gente de hasta 18 años, pero yo quería convocar a un público femenino de entre 20 y 70 años, de buen poder adquisitivo, que le gusta estar a la moda, comprar cosas con buen diseño y que no se pueden encontrar en un shopping. Además, se generó un espacio muy bueno para egresados de las carreras de diseño que no tienen la oportunidad de contar con un local y quieren mostrar las cosas que hacen", dijo Kleist.

Las ferias Krea -que desde 2010 coorganiza con la también diseñadora Karen Goldman- ofrecen una actividad que no implica únicamente hacer compras, sino que buscan convertirlas en una excusa para tomar un té con

12

Ferías. Lleva organizadas Kleist desde 2009, a un ritmo de cuatro por año (en su atelier, en el hotel Sheraton, Rara Avis y el WTC)

60

Diseñadores. Reúnen sus eventos más grandes. En total, ya hubo más de 320 stands con al menos 150 propuestas diferentes

600

Pesos. Es el costo mínimo de sus accesorios, que varía según el peso, el material, las piedras que tienen y los tamaños.

amigas, juntarse a charlar o escuchar conferencias.

En las distintas ediciones hubo actividades adicionales, por ejemplo charlas sobre cómo llevar adelante una huerta en el hogar, presentaciones de artistas plásticos y diseñadores que trabajan en vivo, y shows de magia de salón.

La próxima edición Krea será del 15 al 17 de diciembre en Rara Avis, con entrada libre, y ofrecerá el viernes 16 un espectáculo de improvisación.

Entre los 30 stands habrá indumentaria, calzado, joyas y propuestas de decoración y más propuestas que se detallan en www.krea.com.uy

Kleist resume con elocuencia lo que busca de sus productos finales: "Como diseñadora que exponía en ferias, veía muchas cosas para cambiar y me di cuenta que la mejor manera de capitalizarlo era organizándolas yo misma, porque necesito hacer cosas de las que pueda estar orgullosa. Lo mismo pasa con mis joyas: no las termino hasta que no quedo conforme con el resultado. Trato de mejorar hasta el punto de sentir que si yo fuera mi clienta, confiaría totalmente en lo que ofrezco y creo que lo estoy logrando". ●

Como la visita de un médico

●●● Durante el proceso de venta de las joyas de autor de la emprendedora Cindy Kleist, el boceto se retoca hasta que el cliente lo desee. Como se trata de diseños arriesgados, Kleist señala que son varios los clientes que le piden consejos a la hora de hacer cambios. Esto sucede sobre todo cuando se trata de las piezas de su última colección, Anillo + Anillo, en la que se pueden combinar distintas texturas, colores y piedras. Esta línea consiste en una serie de anillos realizados en plata 925 con cubic circones Swarovs-

ki, que pueden llevarse juntos o por separado. "Algunas mujeres me llaman como si se tratara de la visita de un médico. Necesitan venir con urgencia porque no están muy convencidas de que una pieza les queda linda y yo las asesoro. Otras ya saben lo que quieren, pero necesitan un último empujón para decidirse y yo siento que tengo una buena llegada con mis clientas. Por eso hago hincapié en que la entrevista en mi atelier es mucho mejor que comprarme una joya desde un local", sostuvo la emprendedora Cindy Kleist.

FE DE ERRATAS

En la edición anterior, en la nota de tapa titulada Trabajar desde el Sur, no se especificó a qué se dedica la empresa Código del Sur. La compañía es desarrolladora de software fundamentalmente para dispositivos móviles e internet.