

Una guía femenina de descuentos

TU CUPÓN BOOK. El libro con cupones de descuento surgió como la tesis de Mariana Gomes de Freitas y Alejandra Guio para su licenciatura en la Universidad ORT. Hoy piensan en la segunda edición y otros proyectos relacionados a beneficios

POR AGUSTINA NOTARO
Especial para El Observador

Una guía de consumo para la mujer. Así es como Mariana Gomes de Freitas (23), una de sus creadoras, define a Tu Cupón Book, que ya lleva más de 600 ejemplares vendidos. Junto a su amiga de toda la vida, Alejandra Ghio (23), crearon este producto, que además de mostrar varias opciones para comprar en diversos rubros, otorga importantes descuentos en varios locales.

Este emprendimiento surge como resultado del plan de negocios formulado para la tesis de la Licenciatura en Gerencia y Administración, carrera de la que ambas son recibidas, pero luego tomó vuelo propio y se transformó en el segundo negocio de las jóvenes.

Su espíritu emprendedor es notorio. Con 18 años ya habían armado su propia empresa de bijouterie (ver recuadro), y ahora ya están pensando en un tercer proyecto relacionado a beneficios corporativos llamado Pro-Solution. Además se encuentran trabajando en la edición 2016 de Tu Cupón Book.



Las creadoras de Tu Cupón Book Mariana Gomes de Freitas y Alejandra Ghio. I.GUIMARAENS

Idea original

El haber trabajado juntas y ser amigas las animó el año pasado a llevar a cabo el proyecto de Tu Cupón Book. "Aprovechamos todas las facilidades que da la Universidad para la tesis y lo hicimos sobre esta idea", dijo Gomes de Freitas.

Al comienzo, querían realizar una plataforma web de regalos donde la mujer tuviera todas las soluciones en ese rubro y a partir de eso empezaron a pensar en el tema de los descuentos.

Luego se les ocurrió que no sólo debían contar con marcas femeninas sino abarcar más áreas. A medida que fueron estudiando el mercado y replanteándose objetivos, decidieron cambiar la idea y focalizarse en Tu Cupon Book.

Contactar comercios fue una de las tareas más complejas. "Habíamos planificado que en dos meses íbamos a conseguir 200 pero nos terminó llevando cuatro meses conseguir 130. Tuvimos que contratar a una persona que nos ayudara con eso", recordó Gomes de Freitas.

A partir de ese arduo trabajo, se quedaron con una base de 50 comercios interesados en participar de la segunda edición, ya que se trata de empresas que por sus propias políticas no están presentes en primeras ediciones de proyectos de este tipo.

Al ser un producto nuevo, muchas marcas no se interesaban pero aquellas que sí lo hacían lo hacían justamente por esa razón: ser algo nuevo y realizado por jó-

venes emprendedoras.

El producto

Pensado para ser atractivo a la vista, la calidad de impresión y papel es tal que lo hace resistente para perdurar más de un año, el tiempo de validez de los descuentos.

Por estas razones es que el costo de impresión es uno de los principales gastos de las creadoras.

El libro tiene 400 páginas, 500 cupones de descuento en más de 130 marcas que pueden usarse hasta el 31 de diciembre de 2015. Los rubros son variados: van desde muebles y viajes hasta clases de cocina y gimnasios. Además de poseer breves reseñas

sobre cada marca o local, tiene consejos, columnas de especialistas en diversas áreas de interés para la mujer.

En relación a su público objetivo las creadoras apuestan a mujeres a partir de los 20 años.

Modelo de negocios

Se distinguen tres fuentes de ingresos. Primero, la publicidad que se puede ver en Tu Cupón Book de marcas de todo tipo. A esto se suma, el pago anual de las marcas que participan haciendo descuentos—también pueden tener publicidad—, y la venta del libro.

Las emprendedoras recuperaron la inversión inicial y eso las

anima a seguir trabajando en la próxima edición, que pretende perfeccionar el producto.

Tu Cupón Book se vende online sin costo de envío a través de www.tucuponbook.com y en 15 locales en Carrasco, Pocitos y Punta Carretas, destacándose St Clemente en Ellauri y Bulevar España.

Si bien se puede adquirir desde octubre de 2014, el pico de ventas fue en las fiestas. Sorpresivamente recibieron encargos grandes de empresas, que lo regalaron a clientes y empleados a fin de año.

A futuro

Las emprendedoras buscan ahora herramientas para que las clientas tengan más presente el descuento, algo que se pueda tener en la cartera a la hora de comprar

y que habilite a usar los beneficios de Tu Cupon Book.

El principal objetivo es mejorar la comunicación y lograr instalarse en un mercado que no está acostumbrado a este tipo de productos. Además, piensan en instalarse en algún espacio de coworking, ya que lo ven como una opción accesible.

La experiencia de emprender

Si bien les surgieron muchas dificultades al comienzo, destacan la falta de información sobre el producto como la principal: emprender en un mercado chico y conservador como el uruguayo con algo nuevo no resultó fácil. Además, si bien lo eligieron, destacan que el estilo de vida del emprendedor cuesta mucho e implica muchos riesgos.

Sin embargo, Gomes de Freitas no cambia por nada su elección y le gusta poder contar su experiencia y animar a todos a que no esperen a que pasen los años: "da el primer paso y activá, no existe el contexto ideal y no todo es tal cual se planea".

Subrayó que al no haber más jefes, ni pautas, ni horarios, todo depende de uno y se va aprendiendo en el camino a caer y a levantarse—pero cada vez más rápido y mejor— "porque hay que seguir".

Por último, es importante el equipo. Mientras Ghio se encarga de la parte de finanzas, logística y contabilidad, Gomes de Freitas se aboca a lo relativo a ventas, comunicación y marketing. ●

\$890
es el costo de Tu Cupón Book durante los meses de marzo y abril.

Un juego ayer, un negocio en la actualidad

■ Alejandra Ghio y Mariana Gomes de Freitas, creadoras de Tu Cupón Book, ya tienen un negocio en su haber. Ambas amaban todo lo relacionado con hacer collares y otros accesorios. Fue así que en 2010, casi sin quererlo, comenzaron a juntarse con más asiduidad para generar este tipo de creaciones. De esos ratos de diversión y creación nace StrawberryFields (<https://www.facebook.com/strawberryfieldsuy>), marca que crearon junto a otra amiga, la diseñadora Mariana Prado. Lograron subsistir al "boom" de accesorios de diseño y conti-

núan renovándose colección a colección. Hoy no sólo tienen bijouterie sino que sumaron zapatos y cinturones de diseño. Para cada colección, las tres socias dedican noches enteras a la creación y producción de collares, realizan entre 15 y 20 muestras que luego envían a artesanos para que las reproduzcan con algunas variaciones. Todo lo realizan con materiales importados. En el caso de los cinturones y los calzados, la diseñadora del grupo se encarga de diseñar, y junto a sus amigas elegir qué colores y modelos encargarán a la fábrica.