

CONCURSO DE LA REVISTA PYMES Y EL BANCO CIUDAD

Los ganadores de Emprender 2005

"Estábamos buscando financiación para concretar nuestra idea de fabricar calzado para ciclismo", cuentan Marianela Rossi (26) y Diego Brizuela (26). Ya no tendrán tanta urgencia porque acaban de ganar el primer premio del concurso Emprendedores 2005, que consiste en 50.000 pesos. Con este aporte no reembolsable podrán iniciar su emprendimiento.

La revista Pymes de **Clarín** y el Instituto Pyme del Banco Ciudad de Buenos Aires son los organizadores de este concurso que tiene como objetivos promover el espíritu emprendedor y la creación de empresas.

El segundo premio lo obtuvo la empresa Ciencia para todos, de Silvia González y Carlos Nosedá. El proyecto ganador es un juego didáctico para armar un motor eléctrico.

Eduardo Hecker, presidente del Banco Ciudad; Federico Poli, subsecretario nacional de la Pequeña y Mediana Empresa; Hugo Kantis, director de la maestría con especialización en pymes de la Universidad de General Sarmiento, y Pablo Maas, editor responsable de la revista Pymes de **Clarín** integraron el jurado, que debió elegir entre casi trescientos casos.

La satisfacción de alguna necesidad, el agregado de valor de los productos o servicios ofrecidos y la correcta identificación y cuantificación de la demanda fueron algunos de los puntos que evaluaron a la hora de elegir a los ganadores.

El jurado también tuvo en cuenta la claridad de la presentación, los procesos productivos elegidos, la identificación de los proveedores y la determinación de los costos.

La idea de fabricar una zapatilla para la práctica de ciclismo "surgió a fines de 2001", con la devaluación, explican Rossi y Brizuela en la carpeta que presentaron en el concurso.

Los productos made in Argentina habían sido reemplazados por los importados "hasta quedar totalmente extinguida la producción nacional". Es decir que a comienzos de 2002 los que querían calzar zapatillas especiales para andar en bici sólo podían comprar calzado hecho más allá de las fronteras. Actualmente sólo una firma lo produce en la Argentina. La idea de los futuros emprendedores es desarrollar una empresa que produzca zapatillas con la marca Icara. Además de "acaparar el mercado nacional", el plan incluye penetrar en los mercados latinoamericanos a partir del segundo año y exportar a los Estados Unidos, Canadá, Australia, Nueva Zelanda y Europa en cinco años.

De los 284 casos que se presentaron en la competencia, 191 (el 67 por ciento) eran proyectos para crear empresas y 93 (el 33 por ciento) estaban orientados al desarrollo de empresas existentes.

Casi siete de cada diez proyectos correspondieron a la industria. El 16 por ciento a los servicios y el 8 por ciento, al agro.

Las propuestas fueron de lo más variadas. El tercer puesto lo obtuvo Miel orgánica tipificada por origen floral, un proyecto agropecuario para crear una empresa.

El cuarto lugar fue para Gerardo Schreiber que propuso el desarrollo

Anticipate
a la Primavera
y comienza AHORA



dieta
Cormillot.com

 **GET A GREEN C**
Para registrarse click aquí

 en vivo
TN 24horas

 en Ra



A COBRAR. LOS GANADORES, ROSSI, BRIZUELA, Y GONZALEZ CON SUS PREMIOS, EN EL BANCO CIUDAD (Foto: MARIA EUGENIA CERUTTI)

ACCESORIOS PARA BICICLETAS

 **25% OFF**

CLIC AQUI

De Re... .com

 **30% OFF!!!**

Arma Pentium y A

El cuarto lugar fue para Gerardo Benítez, que preparó el desarrollo de calzado, ropa y accesorios para el tango. Kreo, dedicada al diseño y desarrollo de productos, quedó en el quinto puesto. Le siguieron La Minestra (servicios de gastronomía), Systema MBS (construcción mediante paneles), Cervecería Brigantia, Vegetales (venta de jugos) y Diagnosti—Car (revisión y diagnóstico de autos usados).

"Promover y estimular el espíritu emprendedor es parte de una política pública, por lo que el Banco Ciudad estará siempre interesado en apoyar estas iniciativas", sostuvo Hecker al presentar a los ganadores.

Ads by Google

[Sea proveedor de Internet](#)

Mínima inversión, no requiere conocimientos técnicos
www.DigitalVentures.com.ar

[Creación de Marcas](#)

Como tener una marca exitosa
Potencial energético de una marca
www.dar-vida.com.ar

Ayuda | Ediciones Anteriores | Versión Palm
Noticias gratis en su sitio - RSS  | Clarín.com página de inicio

Copyright 1996-2005 Clarín.com - All rights reserved
Directora Ernestina Herrera de Noble | Normas de confidencialidad y privacidad
Diario Olé | Diario La Razón | Ciudad Internet | Biblioteca Digital
Grupo Clarín
