

CÓMO

CREAR Y

GESTIONAR

TU

▼ Guía de negocios
para makers y artesanos

PROYECTO

CRAFT

Mònica Rodríguez Limia

Ilustración de Juan Carboneras
Diseño de Antònia Arrom

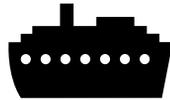
Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra solo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley. Dirijase a Cedro (Centro Español de Derechos Reprográficos, www.cedro.org) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra.

La Editorial no se pronuncia ni expresa ni implícitamente respecto a la exactitud de la información contenida en este libro, razón por la cual no puede asumir ningún tipo de responsabilidad en caso de error u omisión.

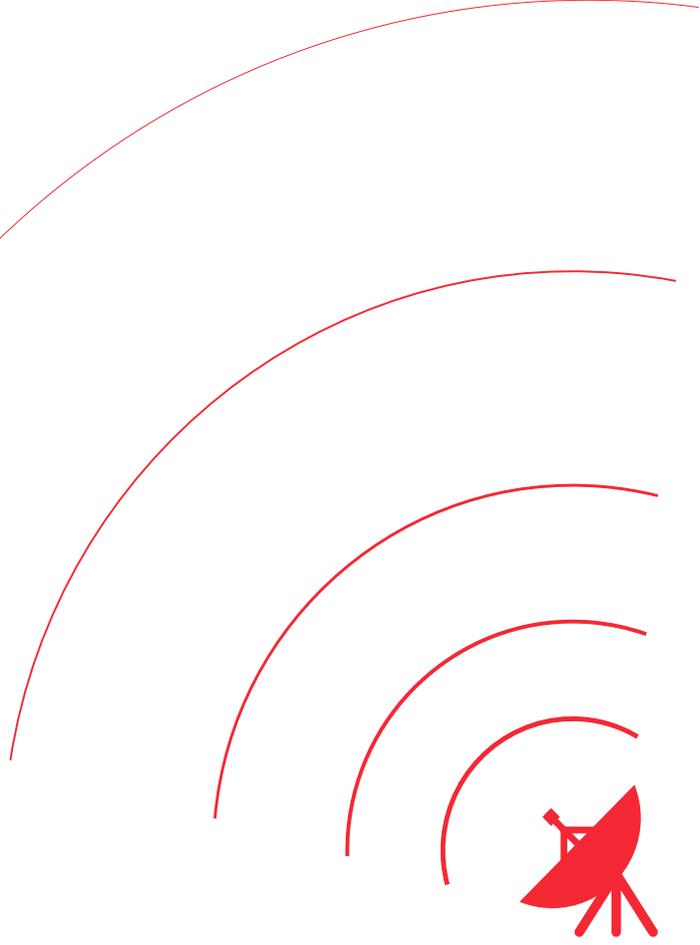
© Mònica Rodríguez Limia, 2016
© Editorial Gustavo Gili, SL, Barcelona, 2017

ISBN: 978-84-252-2963-3 (PDF digital)
www.ggili.com

Editorial Gustavo Gili, SL
Via Laietana, 47 2º, 08003 Barcelona, España.
Tel. (+34) 93 3228161
Valle de Bravo 21, 53050 Naucalpan, México.
Tel. (+52) 5555606011



A Jose (sin acento) y Marc,
por su apoyo incondicional en este viaje.



ÍNDICE

- ▶ Introducción 6
- ▶ Capítulo 1: ¿Por qué quieres convertir tu talento en un negocio?10
- ▶ Capítulo 2: ¿Cómo quieres que sea tu negocio?30
- ▶ Capítulo 3: Los números son tus amigos 68
- ▶ Capítulo 4: Imagen “global” corporativa 98
- ▶ Capítulo 5: Comunicación: comparte y sé generoso120
- ▶ Capítulo 6: Vende para poder seguir creando146
- ▶ Capítulo 7: Mantenerse en pie y seguir disfrutando172
- ▶ Bibliografía190



INTRODUCCIÓN



¿Qué objetos cobran vida en tus manos? ¿Cuál es la técnica que dominas? ¿Con qué material disfrutas más? ¿Lo tuyo es la cerámica, la carpintería, la costura, el ganchillo..., o quizás la serigrafía, el trabajo en vidrio o en cuero?

Si tienes este libro entre tus habilidosas manos, estoy convencida de que has contestado mentalmente a mis preguntas mientras leías, sin mayor dificultad, pero si te planteo las cuestiones siguientes:

▪ **¿Quieres convertir tu talento creativo en tu negocio?**

Y si ya lo has hecho:

▪ **¿El dinero que ganas te permite vivir de ello como desearías?**

▪ **¿Estás viviendo el sueño que tenías cuando empezaste?**

¿Qué me responderías?

“No contestes todavía, por favor. Espera a leer este libro”

He escrito estas páginas con el único fin de ayudarte a responder estas preguntas y a tomar decisiones acertadas al respecto. Quiero mostrarte todo lo que considero que debes saber sobre un negocio centrado principalmente en la creación de productos hechos a mano como necesaria prevención; porque, según mi punto de vista, este sector sufre de un exceso de idealización que, en muchos casos, es la causa principal del fracaso de un proyecto.

Antes de empezar, tengo que avisarte de que aquí no encontrarás información sobre técnicas o materiales, ni mucho menos sobre cuál es el mejor producto para triunfar. En este libro vas a encontrar, de manera muy resumida, todo lo que te explicarían en una escuela de negocios, pero aplicado a proyectos artesanales. Esto significa que te hablaré, de una manera muy accesible y comprensible, acerca de temas relacionados con la gestión y la organización, las finanzas, las personas, la imagen, la comunicación, el marketing, las ventas, los precios, la tecnología... con el objetivo de hacer que los escollos que hay que superar para establecer un negocio propio sean sorteables, y los éxitos que consigas, mayores.

Quizás estés pensando que todo esto te va muy grande y que tú solo deseas tener un autoempleo o un pequeño negocio, pero vale la pena que sepas que la falta de formación en los ámbitos de la gestión suele ser el motivo principal por el cual fracasan la mayoría de los negocios, independientemente de su tamaño. A priori, quizás te cueste creer esta afirmación, pero te aseguro que adquirir esos conocimientos, aunque en un inicio sean básicos o los pongas en práctica a una escala micro, es una cuestión de vital importancia para ti. Es la única manera de maximizar tus posibilidades de éxito, y si decides crecer, de partir de un proyecto escalable con una base sólida.

Una de las mayores razones por las que la gente creativa no es productiva cuando tiene un negocio propio es porque se queda paralizada ante las múltiples responsabilidades que este implica.

Ten en cuenta, sin embargo, que esta no es una guía paso a paso para montar un negocio. Va un poco más allá: pretende enseñarte cuáles son los fundamentos de cualquier empresa para que, al finalizar la lectura de este libro o en un futuro, puedas ajustarlos a ti y a tu especialidad y lograr, con ello, tu ambicioso objetivo.

En el mundo de los negocios, igual que en cualquier otro sector, existen modas y tendencias. Este libro quiere provocarte un cambio de mentalidad que te permita adaptarte a los cambios y reinventarte siempre que sea necesario, una actitud que es parte intrínseca del éxito. Por ejemplo, no te voy a hablar de cómo sacarles partido a las redes sociales, quizás muchas de ellas dejarán de existir en breve, desplazadas por otras nuevas. Yo misma utilizaba algunas cuando empecé que ahora han desaparecido, aunque fueran pioneras en su momento. Mi deseo es que llegues a tener y a aplicar tu propio criterio para decidir si debes adoptar las nuevas tendencias en comunicación, marketing, ventas, software, aplicaciones tecnológicas... existentes en el mercado. Y que tomes conciencia de que, para tomar estas decisiones, el reciclaje y la formación continuos constituyen una parte muy importante de tu negocio.

Aunque todo cambie, tu propósito es el que te ayudará a adaptarte sin perderte.

Tener una idea —aunque sea una gran idea—, materializarla, e incluso obtener éxito con ella no es la parte más difícil a la hora de crear un ne-

gocio. Lo más complicado es conseguir que este momento de felicidad no sea un hecho fugaz, sino que se sostenga a lo largo del tiempo sobre una estructura empresarial sólida, sobre una constancia y una motivación que te permitan seguir adelante.

Este libro quiere ser un manual de consulta del que puedas disponer siempre que lo necesites. Por ello quisiera pedirte que no lo guardes en tu biblioteca una vez leído. Me gustaría que este libro se convirtiera en parte de tu día a día, que acabara deteriorado o sucio por estar siempre a mano, en tu mesa del estudio o del taller; que quedara “tatuado” con tus notas manuscritas sobre los aspectos propios de tu especialidad.

Aquí no vas a encontrar todas las respuestas que buscas; no existe un libro así. Pero me gustaría que, por lo menos, encontraras el hilo conductor para llegar a ellas. Esta ha sido mi intención al escribirlo. La vida y los negocios son un aprendizaje continuo; de hecho, cuando crees que ya lo sabes todo empieza el principio del fin.

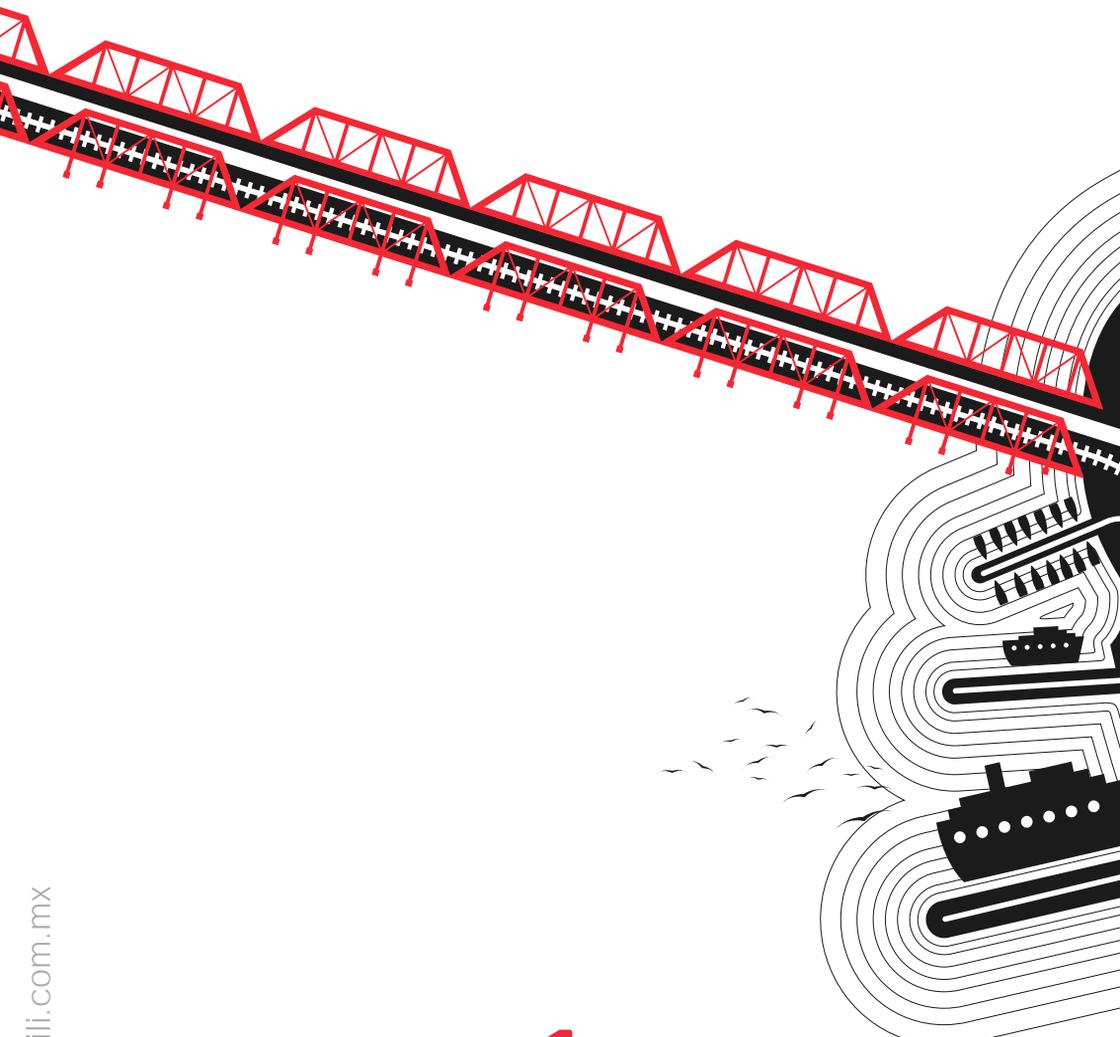
Tienes por delante mucho trabajo por hacer y cosas por aprender, sacrificios y renunciadas y noches en vela. Pero también te esperan días de celebraciones, de risas, de alegría extrema, de descubrir nuevos amigos en tus colaboradores y clientes, de momentos de plenitud disfrutando de la creación...

Si tienes claro que quieres apostar por tu talento y por ti, no lo dudes:

¡ADELANTE Y A POR TODAS!



Mónica Rodríguez Limia



1

CAPÍTULO

¿POR QUÉ QUIERES CONVERTIR TU TALENTO EN UN NEGOCIO?

i
CAPÍTULO 1

CAP. 7

CAP. 3

CAP. 2



Después de haber leído la introducción de este libro ya te habrás dado cuenta de que crear cosas con tus propias manos es un arte; para hacer de ello un negocio hay que sumarle las actividades propias de una empresa de tu sector: el de los negocios “hechos a mano”. Pero antes de seguir definamos a qué nos referimos con los términos *hecho a mano*, *artesanía*, *handmade* o *crafts*, que son más controvertidos de lo que puedas pensar. Para demostrártelo te plantearé este “sencillo” caso:

Sara se dedica a hacer muñecas de trapo. Las dibuja, hace el patrón, corta la tela y las cose. En un día puede hacer no más de 3 o 4. Pero ¿qué diferencia su trabajo del que hacen cientos de personas como ella en una fábrica?

(NB: Si bien es cierto que, en algunos procesos industriales, a veces intervienen artesanos con el fin de aportar valor a la pieza fabricada, en esos casos hablaríamos de *profesionales del sector* y no de *freelancers* o *pequeñas empresas*, que son, de hecho, la temática de este libro.)

Como ves, esta cuestión suscita fácilmente el debate, pero como mi intención no es hacerte perder el tiempo en disquisiciones, te diré cuáles son las características que, a mi parecer, debe tener un negocio “hecho a mano” y que son en las que se basa este libro:

- Piezas únicas o series limitadas creadas por un artesano o *maker*.
- Mimo y cuidado en el proceso.
- Cercanía del creador.
- Gran parte del trabajo es manual, aunque puedan emplearse maquinaria y herramientas.
- Demostración pública del proceso creativo a través de imágenes, textos o vídeos.

Los productos con estas características pueden ser realizados por:

- Un artesano o un equipo de diseñador y artesano/s.
- Un *maker*, o diseñador artesano, es decir, una persona que realiza todo el proceso creativo él mismo: diseña y materializa el diseño con sus propias manos.

¿Encaja con esta descripción el tipo de negocio que tenías en mente?
 ¿Algunas características sí y otras no? Es normal, no te preocupes. Entiendo que precisamente lo que esperas de este libro es aprender más cosas sobre los negocios “hechos a mano”, para, antes de empezar como emprendedor, cerciorarte de si se corresponden con lo que imaginabas y de que valen lo

bastante la pena para lanzarse a montar un negocio, o, siendo ya emprendedor, para revisar si vas por el buen camino y en qué puedes mejorar.

Quizás te parezca excesivo dedicar un capítulo entero a plantearte si realmente quieres convertir tu talento en un negocio. Pero créeme: después de haber creado ya tres proyectos distintos relacionados con el *mundo craft*, te puedo asegurar que vale la pena tomarse un tiempo de reflexión para evitar posibles momentos posteriores de frustración y angustia e incluso de apuros económicos.

► Morir de éxito

Te pondré un ejemplo muy representativo de este tipo de penosas vicisitudes, que han sufrido en sus propias carnes algunos *makers* que conozco (¡y yo misma!):

¿Qué pasa cuando aceptas un encargo de 200 unidades de uno de los productos que habías creado como pieza única y tienes solo una semana de plazo para su entrega? En principio todo parece indicar que has triunfado, pero lo que empieza con una gran celebración puede acabar en llanto porque...

- No habías calculado cuánto tiempo se tarda en hacerlo y no tienes a nadie que pueda ayudarte a crearlo en serie.
- No tienes toda la materia prima que necesitas y el cliente quiere que todas las unidades sean idénticas.
- Crear una sola era muy divertido, pero cuando vas por la pieza número 25 ya no te lo parece tanto.
- Las herramientas que tienes no aguantan el desgaste de la creación de tantas unidades.
- Tus manos se resienten y, después de horas sin dormir, cometes errores y tienes que repetir algunas piezas.

Para evitar “morir de éxito”, entre otras cosas, es por lo que merece la pena empezar por el principio y avanzar despacio y con prudencia. Los proyectos con un fuerte componente emocional, como son los negocios que surgen de motivaciones personales, pecan de exceso de toma de decisiones en caliente.

¿CUÁNDO EMPEZASTE A PLANTEÁRTELO? ¿HACE 10 AÑOS, 10 MESES O 10 DÍAS?

Te sientes muy bien trabajando con las manos, es una sensación difícil de describir. Convertir en un objeto real una idea que tienes en la cabeza es algo que no deja de fascinarte. En ocasiones te relaja hacerlo y en otras te quita el sueño, en el sentido literal de la palabra, porque te mueres por ver acabada tu creación. No puedes evitarlo, ni tienes por qué. Es sencillamente excitante.

Quizás descubriste esta emoción cuando eras pequeño y desde ese momento no has dejado de buscarla; incluso puede que te motivara a elegir tus estudios superiores, aunque todos te dijeran que con esa opción no ibas a ganarte la vida.

También puede que seas —es lo más probable— de aquellas personas que tuvieron esta misma sensación en la infancia pero que, cuando llegó la hora de decidirse, pensaron que no era la opción más sensata y decidieron escoger una “carrera con futuro”.

O quizás te hayas descubierto disfrutando de ella, de repente, mientras realizabas trabajos manuales por razones fortuitas, y se ha despertado en ti una nueva afición a la que has ido dedicando cada vez más y más horas.

Sea cual sea el camino que te ha llevado a convertir tu pasión en tu modo de vida, y lleves muchos o pocos años creando, lo importante, como ya debes saber, es la calidad y no la cantidad.

Todas las cuestiones técnicas se pueden aprender a base de horas y práctica. Incluso cualidades como la originalidad y el ingenio, cuya condición de aptitudes aprendidas o innatas suele debatirse tan a menudo, también se pueden ejercitar y mejorar y dependen frecuentemente de nuestra capacidad para soltarnos a la hora de expresarnos creando. Sí, existen genios —sería de necios negarlo—, pero constituyen un reducidísimo número de personas.

“Para mí la inspiración no va y viene. Simplemente es experiencia, trabajo y reflexión.”

ALBERT FOLCH

¿QUÉ ES REALMENTE EL TALENTO?

Te contestaré con otra pregunta: ¿no te ha pasado alguna vez que no entiendes el éxito comercial de un producto porque no cumple con las características que “se supone” debería tener? Seguro que sí. ¿Falta de talento? Tal vez sí, pero ¿cómo se mide el talento? ¿Qué baremo utilizamos? ¿Existe el talento en términos absolutos? No lo creo. En términos de negocio, lo que hay son miles de creadores diferentes y miles de potenciales clientes distintos que juzgarán su obra y su talento de manera subjetiva. El secreto del éxito está en conectar unos con otros.

Por estos motivos, mi intención en este primer capítulo no es darte las claves para saber si eres un *maker* con talento o no; ¡no soy tan osada! Como cualquier persona, tengo mis gustos y preferencias, y lo que para mí es extraordinario para otro puede resultar feo o vulgar. Los gustos, además, también pueden evolucionar con los años, lo digo por experiencia propia.

“Si no quieres hacerlo, encontrarás excusas. Si estás decidido a hacerlo, encontrarás razones.”

ANÓNIMO

Así que si a ti te gusta lo que haces y disfrutas haciéndolo, ¡no dejes de hacerlo por la sola razón de que alguien ponga en cuestión tu talento! Pero si lo que quieres es ganarte la vida con tu propio negocio, sí te vendrán bien algunas pautas sobre las habilidades empresariales que son imprescindibles para llevar adelante un proyecto *maker*. Si las dominas, ya nada podrá frenarte para llevarlo a cabo.

¿DE VERDAD TE GUSTA CREAR? ¿TANTO COMO PARA SER EMPRENDEDOR?

► **Lo que supone ser emprendedor**

Para empezar, se trata de trazar un plan a corto, medio y largo plazo. Con tiempo, formación, muchas ganas, constancia y una inversión económica que no tiene por qué ser muy elevada, es posible realizar tu sueño, bien decidas dejarlo todo y lanzarte, o bien combinarlo con otro trabajo.

Te seré sincera: he perdido la cuenta del número de veces que alguien me ha contado que se planteó hacerse emprendedor después de que algunos de sus amigos y familiares le hicieran cumplidos sobre sus creaciones o incluso le compraran algunas piezas. En la mayoría de esos casos, lo que empezó como algo lúdico perdió todo el encanto después de tener que hacer la misma pulsera o hacer el mismo jarrón 50 veces, trascendiera o no ese círculo inicial de personas.

No quiero decir que esta no sea una buena manera de empezar o de descubrir una posibilidad que uno no había valorado antes. Es tan válida como cualquier otra; pero, aunque duela reconocerlo, las tres F (*family, friends and fools*, ‘familia, amigos y chalados’, término inglés muy utilizado en el mundo del emprendimiento), poco tienen que ver con un estudio de mercado, aunque sea modesto, para testear si tu producto es susceptible de venderse bien. Quizás te ha gustado crear una miniserie de productos, pero ¿estás seguro de que los venderás? Como dice Custo Dalmau, fundador de la marca de moda Custo, “El arte no es (solo) pintar el cuadro sino (saber) venderlo”.

Lo que recomiendo hacer ante esta duda es la prueba de producción y testeó de ventas. Por ejemplo, una opción para saber si tu producto es atractivo o no para futuros clientes y si —no menos importante— te gusta realmente manufacturar una colección de creaciones puede ser asistir a una feria que encaje con tu gusto y especialidad. Con una pequeña inversión puedes reservar un stand y preparar un número suficiente de piezas para vender.

Date tiempo, no hagas la reserva para el mes que viene, pero sí elige una fecha y gestiona la inscripción de modo que sea una prueba lo más similar posible a la realidad.

No te olvides de solicitar las condiciones de venta de la feria. Para empezar, te recomiendo que elijas un evento sin ánimo de lucro, que no te obligue a tener un negocio oficial.

Si puedes, repite la experiencia; puede ocurrir que el azar te juegue malas pasadas y la primera no sea confiable.

Aprovecha la ocasión para escuchar atentamente lo que te dicen tus visitantes y compradores; plantéales preguntas para conocer su opinión sobre tus piezas: por qué les gustan y, si no es así, qué cambiarían para mejorarlas.

Esta no es la única prueba posible, pero sí una de las más completas, ya que implica atender a diferentes partes de un negocio aunque sea a pequeña escala: planificación, creación, imagen, paquetería, precios, diseño de stand, logística, comunicación...

Pero, por favor, intenta no agobiarte. Sé que vas a querer hacerlo “perfecto” y, dejando de lado que la perfección no existe, de lo que se trata es de que vivas y disfrutes la experiencia y aprendas todo lo posible de ella. Si no, pasarás una jornada de nervios que te impedirán ser consciente de la vivencia y sacar tus conclusiones.

Puede ocurrir que llegues a la conclusión de que te gustan algunas partes del proceso y otras no, pero creo que el balance final debe ser positivo para dar un paso hacia el emprendimiento.

Mi experiencia en ferias, por ejemplo, me enseñó que no era precisamente el lugar donde quería estar. Pero, sobre todo en los inicios de un proyecto, hay que probar las diferentes opciones que ofrece tu sector y, aunque algunas de ellas no te gusten, si te aportan beneficios debes vivirlas como una inversión en tu negocio y aprovecharlas durante un tiempo. Piensa que no todas las posibilidades de exposición y muestra de tu trabajo son iguales, y que necesitarás un tiempo para conocer la que más encaja con tu personalidad y empresa. Si después de un tiempo de prueba razonable la experiencia sigue sin llenarte, siempre la puedes delegar o focalizarte en otras estrategias de negocio.

No obstante, es necesario remarcar que, en este sector, las ferias son una herramienta muy útil de comunicación, difusión y contacto personal con los clientes, que bien merece todos los esfuerzos para poner la maquinaria de tu proyecto en marcha.

FAMILIA, AMIGOS Y LOCOS. ¿TE IMPULSAN O TE FRENAN?

Las tres F que te he presentado en la sección anterior tienen una doble cara. Si hace un momento te decía que pueden ser el impulso para lanzarte a la piscina del emprendimiento —y, en este sentido, volveré a ellas en el capítulo 5—, también debo añadir que pueden ser el motivo de todo lo contrario.

Puede pasar que personas a las que quieres mucho y que te quieren a ti te digan cosas como estas:

- Es muy bonito lo que haces pero esto no es un trabajo de verdad. No se puede vivir de crear cosas a mano.
- Eres como una abuela todo el día haciendo jerséis.
- Está pasado de moda tener un oficio, no lo hace nadie ahora.
- ¿Has estudiado una carrera para hacer solo esto?
- ¿De verdad vas a dejar un trabajo bien pagado para ensuciarte las manos en un taller? ¡Estás loco!

Algunas te lo dirán con mala intención e incluso con envidia; en estos casos es más fácil lidiar con ello. Pero otras lo harán porque realmente están preocupadas por ti. Aunque cueste de entender y pueda doler, es su manera de demostrarte su afecto.

No siempre es malo que recibas estos comentarios: ayudan a reflexionar. Pero si realmente lo tienes claro, no debes permitir que te frenen. Es peor arrepentirse de no haberlo intentado que sobrellevar estos comentarios.

A veces, con el paso del tiempo, quienes te los han hecho cambian de opinión; pero también puede ocurrir que sigan pensando lo mismo aunque te vean feliz viviendo de lo que te apasiona.

Así que recuerda: si alguna opinión debe predominar, es la tuya. Tú decides.

Pero si sigues adelante, necesitarás apoyo y consejo, además de soporte financiero; por uno mismo no se llega a donde se quiere ir. Recurre a amigos que crean en ti, a otros emprendedores —serán los que mejor te entiendan— o a un mentor, alguien que ya haya pasado por tu misma experiencia pero que esté en una fase más avanzada de su proyecto. Tus socios e inversores también pueden contribuir, pero, como parte implicada, la relación no es la misma.

Algo que te recomiendo encarecidamente en relación con el impacto que tu decisión tendrá en tu vida personal, sea cual sea tu situación, favorable o no, es que comuniques tus planes a tu entorno cercano, sobre todo a tu familia. Emprender, especialmente al principio, puede resultar muy cautivante y te absorberá muchas horas que antes dedicabas a ellos, lo que puede hacer que vuestra relación se resienta. La sensación de euforia al principio es tan grande que puede hacerte creer que ese trabajo bastará para alimentar tu espíritu toda la vida. No caigas en ella: ¡es un espejismo! Créeme, no vale la pena: la familia, los amigos y tú mismo sois lo más importante en la vida. Si no eres capaz de compatibilizar ambas cosas, tu éxito en tu negocio tendrá un sabor muy amargo. Y si por desgracia no funciona como deseabas, te quedarás sin nada en el sentido más amplio y triste de la palabra.

Mi recomendación es que mantengas un ritmo intenso durante un tiempo determinado; después, debes bajarlo y permitirte puntas de actividad solo excepcionalmente, por el bien de ellos y de ti mismo. No serías el primero ni el último que perdiera a la pareja y a los amigos por un proyecto.

Vaya, ahora que empezabas a tenerlo muy claro, te planteo esta pregunta.

¿TODO EL MUNDO PUEDE SER UN EMPRENDEDOR?

Lo siento, no quiero desanimarte. Mi mayor deseo es que seas feliz con lo que haces y con las decisiones que tomes, pero sobre todo en tiempos de crisis la palabra emprender surge frívolamente como la panacea o como la única manera de sentirse realizado en la vida, y no quisiera que cayeras presa de esta falsedad. Hay que ser consciente de las dificultades de emprender un negocio “hecho a mano”, y por este motivo he escrito este libro.

Pero si el emprendimiento no es una panacea, tampoco quiero engañarte haciéndote creer que entre estas páginas encontrarás el método perfecto para todo *maker* que quiera emprender. Me gustaría que fuera así, pero creo que hay tantos creadores como tipos de personas, y nuestras aptitudes y actitudes encajan con las diferentes opciones laborales existentes, todas ellas buenas. Quiero ayudarte a detectar en cuál encajas tú y que no descartes la posibilidad de desarrollar la profesión que sientes