

La cocina de un negocio saludable y divertido dedicado a los niños

GASTRONOMÍA. Motivada por la experiencia de ser madre, Victoria Mignone montó El almacén de los chicos, una propuesta que, en base a panificados "sanos", logró innovar con su propuesta comercial y ganar el apoyo de la ANII

Aunque fueron varios los factores que determinaron la decisión de Victoria Mignone de lanzarse a la aventura de emprender, fue una inocente pregunta de su hijo que dio forma a la idea que hoy desarrolla. "¿Qué son las galletitas de avena mamá?", le preguntó su hijo de cinco años. "Me sentí cuestionada en mi creencia de que era tremendamente buena madre y que le daba todas las opciones; y él había tenido que escuchar por ahí que existía una cosa que se llamaban galletitas de avena", recordó.

Radicada en Buenos Aires a causa de su trabajo en una empresa estadounidense de maquinaria pesada, Mignone empezó a considerar la idea de desarrollar un proyecto propio. "También estuve influida por estar viviendo en Argentina, que es un país con una tasa muy alta de emprendedurismo y esos vientos te contagian", explicó.

Mientras buscaba ideas, llegó la pregunta de su hijo, motivando la creación de El almacén de los chicos, un emprendimiento que ofrece alfajores y galletitas artesanales que la emprendedora define como "sanas, ricas y divertidas" y que funciona desde noviembre del año 2011.

Según explicó Mignone, el hecho de ser madre de niños pequeños, que son para los que finalmente terminó dirigiendo el emprendimiento, influyó en la creación de su almacén. "Debe hacerse un esfuerzo extra por educar o reeducar los hábitos alimenticios. Te das cuenta de ciertas carencias o encontrarás determinados nichos por lo que tu misma estás viviendo", expresó.

Con las manos en la masa

De la cocina se encarga la propia emprendedora; sin embargo, reveló que antes de aventurarse con su almacén no sabía cocinar y tampoco le gustaba. "En realidad no cocinaba por esa rebeldía de afirmar que era una mujer de negocios y no quería que me asociaran a las tareas domésticas. Ahora la cocina es mi negocio y realmente es un disfrute", afirmó. El tiempo que dedica al amasado es también un momento que aprovecha para pensar e innovar en el plano de las ideas.

Mignone saca provecho de ese momento en la cocina, que entiende como terapéutico, porque sabe que paulatinamente y en la medida en que su negocio



Victoria Mignone lanzó en noviembre su emprendimiento de comida saludable para niños. D. BATTISTE

sigua creciendo tendrá que comenzar a delegar. Sin embargo, no quiere abandonar del todo su cocina.

En el ecosistema

En el interin de lanzar el proyecto, Mignone volvió a Uruguay por asuntos familiares y se enteró de la existencia de la Agencia Nacional de Investigación e Innovación (ANII), que se convirtió en un apoyo clave para el emprendimiento. "Además del apoyo económico, que es fundamental, vas haciendo un proyecto ordenado y prolijo porque lo tenés que presentar a un comité para que lo acepte", explicó.

El almacén de los chicos fue apoyado bajo el programa Jóvenes Emprendedores, con la preincubación del Centro de Innovación y Emprendimientos de la Universidad ORT, como institución patrocinadora. El proyecto gustó en la ANII desde el comienzo, pero para lograr la aprobación hicieron falta varios ajustes.

"En Uruguay los apoyos y la innovación están muy orientados a temas de tecnología y software, o al menos eso es lo que yo veo. Nadie tenía mucha idea cómo hacer con esto que es gastronómico y que requiere de un local y aprobaciones de bromatología", reflexionó la emprendedora.

APUNTE

Para hacer en casa

El almacén de los chicos vende también artículos accesorios a los panificados saludables, como sets de cocina con delantales, palotes y gorro de cocinero para que los niños hagan sus propias galletitas. Otra de las propuestas es el set de huerta orgánica: una cajita con tierra y semillitas de plantas aromáticas como la albahaca, para que los niños cultiven su propio jardín en casa.

"Son todos complementos a la idea básica de productos sanos, ricos y divertidos. Ese es el concepto que engloba toda nuestra propuesta y por el que tiene que pasar cada producto para que lo pongamos en el mercado", indicó Mignone.

El ingrediente innovador

Un alfajor no es en sí mismo innovador, reconoció Mignone. El componente que hace del proyecto una apuesta diferente está en la propuesta de comercialización. Para definir los caminos la emprendedora sostuvo varias charlas y reuniones con los ejecutivos de la ANII.

Los productos de El almacén de los chicos no tienen conservantes, saborizantes ni agregados como aromatizantes o colorantes; en cambio están elaborados con semillas y harinas integrales que los hacen productos diferenciados, aunque no innovadores. Para contar con el apoyo del programa Jóvenes Emprendedores se desarrolló una identidad de marca especialmente dirigida a los niños, con un packaging con materiales reutilizables, personajes recortables y stickers.

"Nos acercamos al mundo infantil de una forma en que los productos artesanales, que por ejemplo se venden en tiendas naturistas, no lo estaban", indicó Mignone.

El producto y la instalación

El almacén de los chicos cuenta con un local en el barrio Pocitos, sobre la calle Francisco Araucho 1180, donde elaboran los productos y venden al público.

Además, trabajan de forma tercerizada con una red de distribución en Montevideo y Maldona-

20.000
dólares fue el apoyo económico otorgado por la Agencia Nacional de Investigación e Innovación

■ **ESPIRITU.** "Algunas personas a veces piensan que aún no se despertaron con la idea que siempre soñaron y entonces no hacen nada", expresó Mignone.

■ **DIFERENCIAL.** Los productos se elaboran sin conservantes o saborizantes y apuestan a semillas y harinas integrales.

■ **NIÑOS.** "La innovación viene por el lado de ofrecer algo saludable pero de una forma en la que los niños también lo pidan", dijo Mignone.

do. Comercializan sus productos en varios jardines y colegios, en autoservicios de las estaciones de Ancap y en Blockbuster, para que el producto sea más accesible.

En este momento, Mignone trabaja junto a su madre y desarrolla un modelo de negocio con bajos costos fijos.

"Aunque todavía no tenemos números maravillosos a nivel empresarial, venimos creciendo a un ritmo muy lindo desde que abrimos en noviembre", indicó. La apuesta para el próximo año es seguir creciendo, convertirse en un emprendimiento exportador y participar de algunas ferias. ●