

# Viví tu sueño

**Belu Barragué**  
cofundadora de

sófia  
de GRECIA

Primeros  
pasos para  
crear

**¡TU MARCA  
DE MODA!**



**TEMAS** <sup>T</sup>



María Belén Barragué

**Viví tu sueño**

**TEMAS** <sup>®</sup>

# Índice

Cubierta

Portada

Créditos

Viviendo mi sueño

¡El día que decidí empezar con algo propio!

Definiendo el qué

Emprender con amigas

Idea simple, promoción innovadora

Definiendo el mix de productos

Nuestra primera feria

Sin prisa pero sin pausa

Armando nuestra primera tienda

Inauguración de nuestro primer local a la calle

El ojo del amo engorda el ganado

El momento es ahora

Roma no se construye en un día

Algo está faltando

Un zapato llamado Saona

Dando un paso más grande

El punto de inflexión de la historia de SDG

Tocando el cielo pero con los pies sobre la tierra

Nadie copia malas ideas

Creando nuestra primera colección

Creando experiencias de compra únicas

La creación del Shoe Factory

Saltando a un sueño más grande

Aprender haciendo - Mi primer fracaso

Reinventando nuestro local de Chile

En las crisis, encontrás tu mejor versión  
Soñadora 3.0  
Mi inspiración  
Creando mi marca personal  
El día que decidí comenzar con mi blog  
¡Ahora es tu turno!  
Creando tu blog  
El contenido es el rey  
Aumentando el tráfico de tu blog  
Instagramming  
Snapchat  
¡En las redes sociales, ser social!  
Live Streaming  
Youtube  
Podcasting  
Aprendiendo a hablar en público  
Creando la empresa de tus sueños  
¡No seas tu plan B!  
Pensando en esa idea  
Definiendo tu target  
Descripción de tu negocio  
Estudiar el campo de batalla  
El activo intangible más valioso de tu empresa  
Desarrollo del mix de productos  
Elegir tu canal  
Canal minorista  
Buscando EL local  
Elegiendo tu plataforma online  
E-commerce must-haves  
Contratando personas de confianza  
Trabajando en familia  
Proceso de reclutamiento y selección  
Consejos para una primera entrevista para el  
postulante  
Cultura organizacional  
You are fired!

Claves para una buena atención al cliente  
Maneras de aumentar tus ventas  
Social Media para tu emprendimiento  
Algunos aspectos claves del storytelling  
Definiendo una guía de estilo  
Establecer una adecuada voz de marca  
Armando el calendario de contenidos  
Sharing is caring  
Marketing de contenidos  
Empezando a pautar  
Influencer Marketing  
E-mail Marketing  
Social Listening  
Cumpliendo un sueño  
Sobre este libro  
Acerca de la autora

Barragué, María Belén

Viví tu sueño / María Belén Barragué. - 1ª ed.  
revisada. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires :  
Temas Grupo Editorial, 2019.

Libro digital, Amazon Kindle

Archivo Digital: descarga y online  
ISBN 978-987-38-8786-4

1. Estilo de Vida. 2. Emprendedor. 3.  
Creatividad. I. Título.  
CDD 338.47

© María Belén Barragué, 2018

© **TEMAS Grupo Editorial SRL, 2018.**

Cerrito 136 Piso 3ºA.

Ciudad Autónoma de Buenos Aires

C1010AAD. República Argentina

Teléfonos: (5411) 4381.1182 o 4383.6336

[www.editorialtemas.com](http://www.editorialtemas.com)

ISBN 978-987-38-8786-4

1ra. edición, septiembre de 2018

Comité TEMAS Grupo Editorial

Dirección : Jorge Scarfi

Coordinación general: Julieta Codugnello

Supervisión general: Betiana Cabutti

Comunicación & Marketing: Martín Scarfi

Logística y Distribución: Emmanuel López

Diseño & Diagramación: Caterina Tabbia

Conversión a formato digital: Libresque

Arte de cubierta e Interior: Romina Poidomani

Fotografía de tapa: Luciana Carnevale

Maquilladora: Angeles Ojea Espil

Ilustraciones: Amparo Sánchez

Queda hecho el depósito que previene la ley 11.723 Prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos de este libro en cualquier forma y medio sin previo permiso por escrito de los autores y/o titulares de Copyright.

Empezando  
a soñar...

The text is written in a black, cursive, handwritten style. The word "Empezando" is on the top line, and "a soñar..." is on the bottom line. The text is surrounded by decorative elements: a dashed line that forms a large, stylized letter 'S' shape, starting from the top right and ending at the bottom left. There are several small stars and sparkles scattered around the text, including a four-pointed star at the top right, a four-pointed star at the top left, and a four-pointed star at the bottom left. There are also small circles and dots scattered around the text.



To dream list ✨  
✧ ✨ ✨ ✨

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....  
.....  
.....



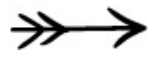
Viviendo

mi

sueño



∇



♥ ¡EL DÍA QUE DECIDÍ EMPEZAR  
CON ALGO PROPIO!  
👉

*10 de marzo de 2008*

Todo empezó con una necesidad. Estaba estudiando Administración de empresas y tenía un viaje planeado con mis amigos de la facultad, la idea era irnos a trabajar 3 meses a Vail, Estados Unidos, con el programa “Work and Travel”, proyecto que mis padres no apoyaban. “¿Cómo vas a pagar un viaje en el cual vas a trabajar? ¡No estamos de acuerdo!”.

En ese momento, tenía mis “changas”: doblaba camisas en el depósito de una tienda Polo dos veces por semana, y fin de semana por medio trabajaba de moza en eventos. Pero ni la combinación de ambos iba a permitirme juntar el dinero para hacer el viaje tan deseado.

La facultad tenía una carga horaria que me impedía trabajar en mi área, ni siquiera en pasantías (ya que en ese momento eran de seis horas). Pero cuando tengo algo en mente... ¡Nada ni nadie me para! ¡Alguna solución tenía que existir!

Y entre tantas idas y vueltas, algo se destacó entre todas mis opciones... ¡Empezar algo propio!

“Work & Travel USA” es un programa que permite a estudiantes universitarios o terciarios viajar, vivir y trabajar durante sus vacaciones en EE.UU.

# “¡Arriesgate!

NO TE QUEDES CON LAS GANAS DE  
SABER QUE PASARÍA.

ANIMATE, VIVÍ, LANZATE,

QUE SI DE LOS ÉXITOS SE  
DISFRUTA, DE LOS ERRORES  
SE APRENDE ”

★ SERGIO DE SA

## DEFINIENDO EL QUÉ

Quería tener mi negocio, tenía ganas de meterme en el camino de emprender algo... Y así comencé a cuestionarme: ¿En qué? ¿Cuál es mi pasión? ¿Para qué soy buena?

(Y ahí estaba la palabra MODA, taladrándome la cabeza). ¡Desde pequeña amaba ese mundo! Ya en esa época, destinaba todos mis ahorros en prendas, jugaba reinventando piezas vintage de mi madre y mi abuela, recibía consultas y saqueos de placard por parte de mis amigas. Algo me decía que era una referente en el tema, lo sentía en la sangre.

Nunca había sido una de esas personas que compran ropa de marca de tendencia, raramente me alcanzaba el dinero para hacerlo. Sin embargo, podía entrar a una tienda no reconocida o con prendas que no eran precisamente de mi estilo, y sin embargo elegir EL vestido. Luego, todas mis amigas me preguntaban de dónde era... Mi respuesta era simple: "Mmm, me lo compró mamá".

No encuentro la palabra para definir mi estilo, creo que todos tenemos un estilo único. Las prendas que elijo dependen de cada día, de cómo me levanto, cómo me siento. Me gustó siempre llevar las últimas tendencias, combinándolas con algún tesoro vintage que nunca pasa de moda.

Bueno, me fui de tema... Sí, ¡era ella! La Moda: mi pasión, mi todo, mi razón para empezar algo propio.

Estaba decidida a hacer ferias fijas de venta de indumentaria en la casa de mis padres. Consulté con mamá si me prestaba el living todos los sábados del año, y su respuesta automática fue un sí... Claramente, no confiaba en el proyecto, y sentía que iba a durar como mucho un mes.

Ya tenía el qué... Le seguían el cómo, con quién, cuándo... Entre tantas dudas e ideas que surgían en mi cabeza.



Un día . ✨ ✨ ✨  
a la vez...

Un sueño,  
a la vez.



## EMPRENDER CON AMIGAS

Estaba decidida que en este camino necesitaba una compañía: emprender es riesgoso y difícil, mucho más haciéndolo sola. Cuando pensé con quién asociarme, lo primero que busqué fueron personas de extrema confianza, con las cuales sabía que podíamos llegar a hacer una buena dupla. Buscaba a alguien dispuesto a dar todo, con extrema dedicación y esfuerzo. Primero me contacté con una de mis compañeras de la facultad, Pitu. Ella era mi partner en todos los trabajos de la carrera, muy compinche y súper detallista en todo lo que hacía. Al contarle la idea, no dudó un segundo en decirme que no: por el momento, quería enfocarse en la universidad, y por eso prefería evitar cualquier tipo de distracción.

Rápidamente llamé a Ine, amiga de toda la vida del colegio. Una persona con la cual compartía todo tipo de momentos, alguien de mi extrema confianza. Teníamos una excelente relación, sabía que podíamos armar un buen equipo juntas. Entusiasmada con la idea, Ine me dio una respuesta positiva. Si bien teníamos estilos diferentes, ambas éramos seguidoras de la moda, y el sueño de poder crear nuestra marca era algo por lo que estábamos dispuestas a luchar.

IDEA SIMPLE, PROMOCIÓN INNOVADORA

OK, todo muy lindo, pero hasta ese entonces se trataba de una idea un poco trillada. ¿Quién no soñó alguna vez con tener su propia marca? Faltaba algo que convirtiera a la propuesta en un proyecto diferencial, y mi cabeza no paraba de dar vueltas. Sabía, por varias clases de marketing en la universidad, que para ser exitosa tenía que tener algo especial, algo que me hiciera única y me distinguiera de las otras ferias. Entonces comencé a pensar en qué me diferenciaba del resto.

Desde chica había sido fanática de la tecnología. Ya a los doce años había armado sola mi primera página web, aprendiendo de manera online. Era muy autodidacta, y me daba maña para entender las cosas que me interesaban. Investigaba mucho acerca de temas relacionados con internet, me mantenía constantemente actualizada. Siempre había sido la primera en tener ICQ, MSN Messenger, y ese año, 2008, Facebook. Un día, investigando esta nueva plataforma, me percaté de la oportunidad que tenía frente a mis ojos. Creando un usuario en esta red, íbamos a poder agregar a nuestros clientes potenciales como “amigos”, ingresando a los grupos de colegios y a eventos de la zona y que considerábamos que respetaban el target al cual queríamos apuntar. Inmediatamente hice el grupo de Facebook de mi colegio, e invité a todas mis amigas a que se unieran. Mi pensamiento era el siguiente: si les decía a las chicas que se unieran, aumentaría el boca en boca. Mientras más usuarios nuevos en Facebook, tendría más clientes.

Ingresé a Facebook para crear el usuario, pero en el momento de ingresar los datos me bloqueé... “¿Nombre y apellido?” Mmm... No iba a poner “Ferias Ine y Belu”, me parecía de lo más aburrido, y por un momento empecé a soñar y a dejarme llevar por ilusiones grandes y sentí que el nombre debía ser como el de una marca prestigiosa. Haciendo una investigación de nombres, me di cuenta de que casi todos eran nombres de mujeres importantes o las diseñadoras propias de la marca. Ni Ine ni yo teníamos nombres marketineros, por lo tanto, había que inventar uno o buscar alguno que no estuviese registrado.

La inscripción quedó en pausa y nos dedicamos una semana a encontrar EL nombre. Buscaba en mis amigas, en revistas, en calles y por supuesto en Google. ¡Bendito buscador online! Siempre tiene la respuesta correcta. Comencé a googlear “mujeres en la historia de Argentina/Chile/México” y terminé en España... Y ahí apareció ella: “Sofía de Grecia”. Fue amor a primera vista, sonaba distintivo, era fácil de pronunciar y no se encontraba registrado... ¡Bingo! ¡Es mía!

Ya tenía el nombre, faltaba el logo. No teníamos presupuesto para hacerlo con un diseñador y, por mi ansiedad por hacer todo ya, me metí en Paint (sí sí, lo que leen), donde diseñé en tres simples pasos nuestro primer logo. La tipografía no era Times New Roman, pero era algo simple, muy similar. Puse un fondo bordo (¿qué se me pasó por la cabeza en ese momento? no sé, calculo que porque estaba comenzando el invierno e iba con esa época).

Ya con el usuario creado y el logo, sabía que una vez que tuviéramos las fotos de los productos íbamos a poder captar fácilmente a nuestros clientes. Hoy quizás suena muy obvio esto de hacer negocios mediante Facebook, pero en aquel entonces las redes sociales recién estaban surgiendo. No tengo pruebas ni fuente específica, pero estoy casi segura que SDG (Sofía de Grecia, ¡como me gusta llamarla!) fue una de las primeras empresas en tener Facebook, y eso sin duda fue uno de los factores del éxito del comienzo. Una idea muy simple, con una forma de promoción innovadora. Tuve la visión de ver mi negocio en la venta a través de redes sociales.

## DEFINIENDO EL MIX DE PRODUCTOS

Todo viento en popa (marca, logo, Facebook...), pero faltaba lo más importante: ¡los productos!

La primera y más cómoda elección era vender productos en consignación<sup>1</sup>. Llamé a varias diseñadoras, pero así como las llamaba yo, lo hacían un montón de otras chicas. Todas las respuestas eran negativas, esto igual no me tiraba para atrás: seguía creyendo en mi proyecto y sabía que de alguna manera íbamos a armar una linda colección.

En esa época, siempre me compraba ropa en Plaza Serrano<sup>2</sup>. Y me acordaba de que una vez, comprando una camisa, la persona que estaba antes que yo estaba

comprando la misma prenda al por mayor. Llevaba seis unidades con un precio unitario al 50% de descuento. Era una camisa cuadriculada, ¡y en ese momento eran un hit! Todas mis amigas la querían, y me preguntaban dónde la había comprado. ¡Y ahí encontré la respuesta! Teníamos que comprar por mayor a diseñadores independientes de Palermo.

Siguiente sábado por la mañana: ahí estábamos Ine y yo en la feria de Palermo, con \$150 cada una para comprar algunos productos. Hoy no sé a cuánto equivaldría ese monto, pero en ese entonces, con \$300 no se podía adquirir gran cantidad de productos, mucho menos una colección. ¡Encima miraba los percheros y me gustaba todo! Había varios puestos que ofrecían sus productos al por mayor, y nuestra indecisión era más y más grande. Por un momento pensé... ¿Y si subo fotos de los productos y vuelvo, pero con los pedidos específicos de los clientes? ¡Y así lo hice! Me metí en el probador, con todas las prendas que me gustaban, y empecé a sacarme autofotos. Ni me acuerdo cuántos megapíxeles tenía mi cámara, pero puedo asegurar que las fotos eran bastante borrosas, y el espejo era pequeño, por lo tanto saqué las fotos apretada con mis brazos para que se viera por completo el producto.

Lista la “producción”, nos fuimos de la feria sin un producto en mano, pero con todas las prendas fotografiadas. El domingo a la mañana cargué todas las fotos en Facebook, organizadas en álbumes por tipo de producto: “Buzos”, “Camisas”, “Remeras”. Quería ver las

reacciones de mi demanda, seguramente me harían preguntas sobre precios y colores y ahí podría ver qué productos adquirir.

Recuerdo que esa semana, mientras estaban publicadas nuestras primeras fotos e íbamos agrandando la comunidad de “amigos” de Facebook, cualquier persona conocida con la que me cruzaba me comentaba: “¡Qué buena idea eso de vender por Facebook!”. Hasta me lo dijo una conocida que hacía ferias, y rápidamente me siguió los pasos. En ese momento no teníamos marcas en Facebook, no estábamos acostumbrados a comprar por internet, SDG venía con una idea innovadora que poco a poco iba a convertirse en una forma habitual de compra en todas las personas del mundo. Pero lo más importante: ¡éramos las primeras en nuestro país! Uno acepta una marca en su Facebook, la segunda también, la tercera quizás... ya con la cuarta no querés saber nada.

Esperamos los comentarios y, chochas con la repercusión, volvimos el miércoles a comprar los pedidos: seis camisas, seis buzos y seis carteras. Eso era todo lo que nos alcanzaba, y para la primera propuesta de la marca también sumamos unos accesorios realizados por una de mis mejores amigas, que estaba dispuesta a darlos en consignación.

★ ★  
★ When you buy from a small  
business an actual person does  
a little happy dance:)



@BYAMPAROSANCHEZ



## NUESTRA PRIMERA FERIA

*29 de marzo de 2008*

Me levanté nerviosa, miré el cielo y vi que era un lindo día para hacer cualquier tipo de planes afuera. Ir a una feria de ropa era un buen programa para cualquier joven que se encontrara cerca de mi casa. La habíamos promocionado únicamente por Facebook, no recuerdo cuántos amigos teníamos entonces, pero el número estaba limitado por las reglamentaciones de la red social, solo se podía agregar una cierta cantidad máxima de personas por día.

En cuanto a mis amigas, les había pedido especialmente que no vinieran. ¿Me había vuelto loca? Todo lo contrario: necesitaba conocer a mi verdadero público, quería ver si realmente Facebook funcionaba y qué llegada tenía.

*14 h*

Ya estábamos listas para empezar a recibir gente, no sé por qué pero mis expectativas eran altas. Fueron cuatro horas donde sólo asistieron siete personas. Tengo “algo” con el 7, es el número de Dios y el número de la perfección, y no sé por qué, pero sentí que era una señal. De las siete personas, todas compraron algo, es decir que habían estado satisfechas con la propuesta de productos. De todas maneras, seguro fue una de las ferias más aburridas de su

vida. Teníamos una mesa con seis buzos, seis camisas cuadriculadas, seis carteras y algunos accesorios. Aunque la convocatoria no había sido la esperada, tenía confianza de que, con el tiempo, el proyecto iba a crecer.

## SIN PRISA PERO SIN PAUSA

Y fue así como empezamos a reinvertir, para aumentar nuestro mix de productos. De una sola mesa, pasamos a dos, luego compramos un perchero... y para fin de año ya teníamos todo mi living y el comedor repleto de indumentaria. De 7 personas pasamos a 10, que poco a poco fueron 15, 20, 50, hasta 200 personas que empezaron a hacer cola en la puerta de mi casa. Recuerdo que las amigas de mi mamá la llamaban para subirse a su auto dos cuadras antes de casa, así podrían ingresar por el garaje sin hacer fila. El crecimiento de la feria estaba acompañado de muchos factores: fuerte presencia en red social de Facebook, las vendedoras éramos Ine y yo, y a medida que íbamos haciendo más ferias desarrollábamos aún mejor nuestro perfil comercial y establecíamos relaciones especiales con nuestros clientes, los convertíamos en fieles. Estar atendiendo a tu cliente es un paso clave al inicio de tu marca, ya que estas ahí para escuchar sus necesidades, sabíamos qué productos buscaban y cuáles no. Brindábamos un asesoramiento especial y nos hacíamos

amigas de nuestras clientas, quienes la mayoría tenían nuestra misma edad. Fin de semana siguiente nos contarían cómo les había ido en el examen, casamiento, salida con su chico. Las ventas iban creciendo de a poco y los resultados positivos pequeños nos motivaban a seguir apostando al proyecto, nada había sido fácil pero no teníamos nada para perder y las ganas de iniciar un negocio exitoso cada día eran más grandes. Creíamos en nosotras y nuestros amigos también, pero sabíamos nuestras limitaciones y es por eso que habíamos elegido ir de a poco.

Las autofotos se transformaron en fotos profesionales, donde al comienzo la única modelo era yo. Recuerdo desayunos en la universidad a las 7.30 a.m. Mientras tomaba mi café, las chicas se me acercaban y me decían “Vos sos Sofía de Grecia, ¿no? Quiero el vestido que vi en el Facebook, ¿podrías traérmelo mañana?”. Y así miles de pedidos especiales que llevaba a la facultad. Iba entre dos y tres veces por semana con mi bolsito de encargos, y aprovechaba para mostrarles los productos a todas mis compañeras. Antes de comenzar la clase, me presentaba y contaba lo nuevo que había esa semana.

Tener un usuario en Facebook me permitía *stalkear* a mis clientas, podía ver a qué fotos les ponían *like*, cuáles eran las más comentadas, y fue así como empecé a detectar líderes de opinión y decidí comenzar a sacarle fotos a mis clientas. Si chicas populares de la zona querían ser nuestras modelos, la cantidad de likes y comentarios iba a

aumentar, y así también el boca en boca y la recordación de la marca. En ese entonces, el término *influencers*<sup>3</sup> en producciones de fotos no se utilizaba, las modelos de las marcas eran modelos propiamente dichas.

Llegó fin de año y teníamos una convocatoria que jamás hubiéramos imaginado. Había cola en la puerta de mi casa, estacionar era una odisea y tenía unos padres un poco cansados con la idea de tener una casa vestida de tienda de ropa. Y... tal como lo prevenía, un día de diciembre, se me sentaron mis papás con la frase típica: “tenemos que hablar”. Estaban felices por mi crecimiento, pero ninguno se sentía seguro recibiendo visitas a la casa de personas que no conocían. A eso se sumaba que no se podía recibir invitados los sábados por la tarde, la casa era caótica durante la semana porque la ropa permanecía de sábado a sábado en el living, y ya ni en el cuarto de servicio podíamos guardar los percheros, mostradores, maniqués y stock de mercadería. ¡Bastante se la bancaron! ¿Qué decidí hacer entonces? Era tiempo de crecer, de dar el gran salto. Tenía muchísimo miedo, pero era la excusa perfecta para afrontarlo y empezar a crear algo más serio.

Encontramos un taller pequeño en San Isidro donde durante la semana se daban clases de pintura, y quedaba libre los fines de semana, que podíamos alquilar por \$400. Tenía apenas menos de siete metros, pero en caso de ser un día lindo también podía utilizarse el patio, donde se le sumaban diez metros más. Lo vimos y decidimos utilizarlo como algo provisorio hasta poder encontrar el tipo de local

que estábamos buscando. Ocupamos el taller unos tres meses y su último uso fue en la feria de navidad.

Finalmente, me fui a trabajar a Vail con muchas ganas de vivir la experiencia, pero eso ya estaba en un segundo plano. Mi local era mi vida, mi todo, y ocupaba mis pensamientos las 24 horas del día. El sueño ya había comenzado a hacerse realidad.

## ARMANDO NUESTRA PRIMERA TIENDA

*Marzo de 2009*

Volví de los Estados Unidos, y papá ya tenía en vista una tienda para mí. Era un local pequeño, de quince metros, ubicado en la Galería llamada “Las Brujas”, en San Isidro. Estaba muy cerca de mi casa, lugar donde se había iniciado todo, y también un domicilio cómodo para nuestras clientas. Se encontraba en el primer piso, y tenía un cartel de alquiler que decía “dueño directo”. Rápidamente me comuniqué por teléfono y todo resultaba cada vez mejor: el alquiler era de \$1.000 mensuales y, debido a las condiciones en las cuales se encontraba la tienda, me iban a dar un mes de gracia.

Firmamos contrato y al siguiente día tomamos un metro y nos instalamos en la tienda para diseñar el *lay out*<sup>4</sup> e iniciar la obra lo antes posible.

El presupuesto con el cual contábamos en ese tiempo era de \$7.000. Debíamos ajustarnos a él y al mismo tiempo lograr un lindo local que respetase la estética de la marca que estábamos creando. Empezamos a comprar materiales que teníamos a nuestro alcance, como un mostrador que compramos por internet a \$150, tablas de melamina para armar la vidriera, caños para los percheros, y un piso flotante que encontramos en oferta. Ahorrábamos en todo lo que podíamos, por ejemplo, el piso lo pusimos con papá, viendo un video de Youtube llamado “¿Cómo poner piso flotante?”. Fue un trabajo que se basó en el esfuerzo, la dedicación y la seguridad de que las cosas se pueden hacer con menos y al mismo tiempo lograr resultados increíbles.

Logramos un local soñado, y tan solo habíamos gastado alrededor de \$3.000, con los materiales y la mano de obra incluidos. Luego, con el resto, completamos la tienda con mercadería. La propuesta de productos era completa, total looks y accesorios; ya estábamos listas para lanzarnos al mundo comercial de la moda propiamente dicho. Los nervios eran muchos, pero los sueños de romperla aún más.