



Organización
Internacional
del Trabajo

ONU
MUJERES



EVALUACIÓN FINAL INDEPENDIENTE
Programa Conjunto: Mitigando el impacto
socioeconómico de la COVID-19 sobre
el empleo y los ingresos de mujeres
trabajadoras por cuenta propia de la
economía informal en Bolivia¹

▶ Historia de vida Tatiana Dalence El salto al emprendedurismo: A Granel Bolivia



Tatiana Dalence empezó a emprender en 2017 junto con su esposo, motivados por el potencial de la producción agrícola y una vida lejos de la ciudad. Poco a poco construyeron lo que resultaría ser su primer negocio, una respuesta a la inseguridad alimentaria y una apuesta por la asociatividad de empresas. Con el arribo de la pandemia, el negocio pudo obtener nuevas oportunidades gracias a la renovada búsqueda de alimentos naturales, así como también al surgimiento de nuevos mecanismos de compra acordes

con las regulaciones de movilización. Esto resultó en una ventaja competitiva para el negocio; fue en este tiempo que la tienda se cimentó en el mercado paceño.

Sin embargo, Tatiana no siempre fue parte del sector comercio: *“La última entrevista me ponía como consultora internacional experta en temas de drogas y narcotráfico, entonces trabajaba principalmente con el Gobierno, también he trabajado en la Comunidad Andina, con la Unión Europea, y han sido más o menos como 24 años como consultora especialista en esa temática”*. Con el pasar de los años, Tatiana y su esposo cambiaron de enfoque, deseaban una vida en el campo, por lo que la tienda surgió como una respuesta: *“[...] que la tienda sea una parte del sostén económico, pero al mismo tiempo una ventana donde lo que producimos se comercialice”*.

Es así como nace la idea de una tienda de productos secos. De esta forma, Tatiana le dio un giro a su vida, de las consultorías pasó al emprendimiento. *“Uno tiene que desenfrenarse de que tiene un salario sagrado mensual, un ingreso fijo”*, comenta entre risas, agregando que esto también le abrió las puertas a nuevas experiencias. Ella señala que este cambio en su vida le permitió ser más creativa y buscar nuevos caminos y distintos mecanismos de producción que volvieran sus productos más competitivos. Asimismo, pudo aprender a buscar socios estratégicos y establecer una red de

A pesar de que 2019 fue un año turbulento a causa de las disrupciones en el ámbito social y político, los dos emprendedores forjaron “A Granel Bolivia”, una tienda de alimentos secos que apuesta por el consumo nacional y la agrupación de pequeños y medianos productores.



¹ Accede al informe de la evaluación y a otras historias en el siguiente enlace: <https://www.ilo.org/ievaldiscovery/#axq24ov>

productores con quienes trabajar. Esto es importante porque al tratarse de productos orgánicos, estos son escasos y usualmente destinados al autoconsumo.



La tienda surgió por medio de una inversión propia, lo que implicó la adquisición de un préstamo destinado a la compra de insumos necesarios para la exposición de los productos, incluidos los elementos decorativos. Tatiana señala que buscaba tener una tienda diferente, pues había mucha competencia. Así que la suya debía destacar no solo por los productos, sino por el servicio y la imagen. Ella pone como ejemplo de esta distinción la instalación de un pequeño café en el jardín delantero: *“Pensamos que la gente que viene siempre charla, entonces queríamos que sea un lugar de conversación, que no sea comprar e irse. Entonces, ya al principio para nosotros era una felicidad porque media hora se ha quedado, o sea para nosotros era una venta de dos dólares, pero habíamos conversado media hora, ese era también el nuevo enganche a los clientes”*. Sin darse cuenta, Tatiana iba implementando técnicas de ventas y de acercamiento a sus clientes, estableciendo una relación de confianza con muchos de ellos.

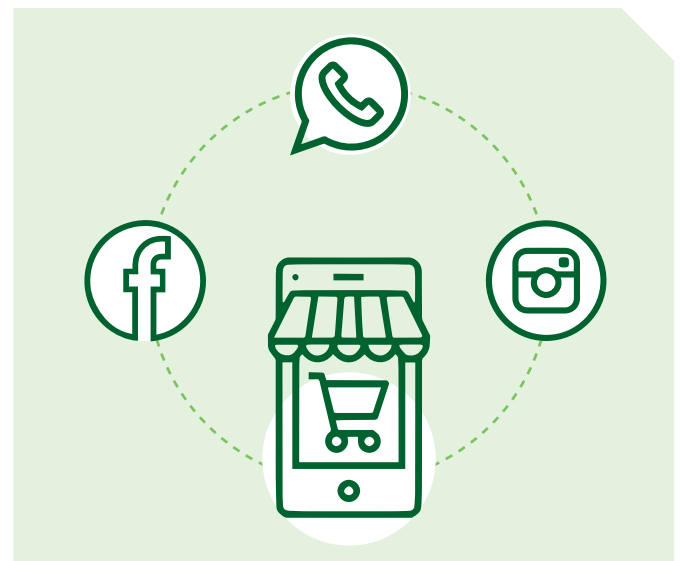


Cuando la pandemia arribó al país y se impusieron las medidas de prevención, Tatiana y su esposo se preocuparon por el efecto que estas podrían tener en su negocio. El miedo les hizo pensar que sus productos no iban a moverse por las restricciones de la cuarentena, pero fue grata su sorpresa al ver que pasaba todo lo contrario, el negocio crecía. La gente buscaba opciones saludables, como también opciones con facilidad de entrega a domicilio (*delivery*). Este fue un mecanismo al que tuvieron que adaptarse los emprendedores, quienes se movilizaron para llegar a toda su clientela en todos los horarios posibles. Pero su éxito también tuvo mucho que ver con la diversidad de productos que ofrecía; ella cuenta que: *“soy parte de una asociación de productoras y productores ecológicos, comercializan verduras, entonces yo les colaboré en entregar sus verduras y ya automáticamente me veían y me decían: ‘¿Entonces estos productos también te podemos pedir?’”* De esta forma, Tatiana pudo aprovechar el contexto para ampliar la variedad de los productos que ofrecía su tienda, generando, además, un proceso circular, con beneficios para todos sus colaboradores y, a su vez, para su clientela, que ahora podía acceder, a través de su tienda, a una canasta básica.

¿Cómo ha cambiado su negocio?

Sin duda la Covid-19 marcó un antes y un después en los mecanismos de comercialización, y para Tatiana el primer reto fue utilizar los medios digitales: *“en el uso y*

manejo de redes, yo creo que ahí todavía tengo debilidades”. La emprendedora comenta que comenzó a motivar a la clientela por medio de Facebook e Instagram; de esta forma pudo comunicarse mejor con sus clientes. Si bien no pudo poner un catálogo de 300 productos online, sí comenzó a crear tablas e imágenes con todos los productos de la tienda. Además, concentró a sus clientes en un grupo de WhatsApp, en el cual actualmente participan cerca de 200 personas, muchos de las cuales prefieren asistir a la tienda por no ser partidarias de los medios virtuales. Gracias a esto, Tatiana vende tanto de forma virtual como por medio de las visitas de sus clientas a su tienda, donde ellas pueden observar la diversidad de productos que ofrece. Así la tienda logra aumentar sus ventas, como señala Tatiana: *“Hay gente que necesita ver y hay otra gente que tenemos desde la pandemia que solamente pide que llegue a su casa”*.



Además de lo anteriormente mencionado, Tatiana tuvo que implementar mecanismos de pago que no solía emplear; las transferencias electrónicas se convirtieron en la principal vía de compra para muchos de sus clientes. Si bien a algunos les pareció un asunto dificultoso, fue algo a lo que se acostumbraron con el tiempo. A su vez, las precauciones adicionales que se dieron en la pandemia hicieron que tuviera



Soy parte de una asociación de productoras y productores ecológicos, comercializan verduras, entonces yo les colaboré en entregar sus verduras y ya automáticamente me veían y me decían: ‘¿Entonces estos productos también te podemos pedir?’

que adicionar algunos costos por la entrega de productos. Si bien Tatiana no estaba de acuerdo con esto en un primer momento, al tomar los cursos entendió que el servicio implicaba también un costo: *“una parte del curso que me ha obligado a hacer es anotar, cuánto, cuánto, cuánto, cuánto, por ejemplo, tu tiempo, no pues pero es que es lo que ya estoy atendiendo en la tienda es parte de eso, no porque tienes que poner que esto es una hora de tu tiempo, entonces pero cómo voy a sacar la hora, cómo voy a sacar un valor que no está en mi cabeza”*. Poco a poco, ella fue implementando esas herramientas para la definición de precios.



El impacto que tuvo su negocio le permitió a Tatiana buscar mecanismos para su formalización, con lo cual esperaba mejorar el desarrollo de su emprendimiento. Por lo que fue grande su sorpresa cuando surgieron trabas para lograr este objetivo: *“Yo todavía sigo siendo una tienda ilegal, entre comillas, porque cuando he ido a preguntar para la formalización me dijeron que el Gobierno local actualiza las normas para el funcionamiento de los comercios cada dos años, en este caso de las tiendas, y cuando inicie era año impar, así que me dijeron que tenía que esperar al siguiente año”*. No solo eso, sino que no podía categorizar su negocio en ninguna de las clasificaciones de la gobernación, pero además, los montos a los que debía llegar su negocio para pasar a un régimen formal eran sumamente altos, alrededor de 2900 dólares, señala.

La perspectiva del curso y aspiraciones de Tatiana

Tatiana resalta que la parte de los créditos bancarios fue esencial para su negocio, pero también la parte del estudio preliminar y la búsqueda de las características y los beneficios de todos los productos que ella ofrecía: *“De diez emprendimientos que han iniciado casi a la par conmigo, soy la única sobreviviente [...]. Abrimos en el mes de septiembre y ya había varias tiendas alrededor, en la misma zona. Yo iba para ver el tema de precios, el ver cómo estaban haciendo, y así pude decirme: ‘Ninguna es como mi tienda’”*. Pero es en función a esto que ella observa que el curso debe enfatizar el uso del tiempo y la valoración que cada mujer hace respecto a su negocio, el poner limitaciones como el salario mínimo nacional no permite que una explore hasta donde en verdad puede llegar. También señala que una de las capacitaciones que más le ha ayudado fue la que le permitió realizar un inventario: *“El tema de inventario, además, sí lo resalto, porque sigue siendo un desafío para el emprendimiento que tengo. Yo misma como que me voy poniendo barreras o me voy poniendo pretextos para no completar la elaboración o el diseño de un inventario real (...). Pero esto engloba todo, o sea un mismo producto que puede tener cinco presentaciones pero ponemos las cinco presentaciones o solo ponemos el genérico”*.

El crecimiento de su negocio le ha permitido diversificar la producción en su tienda. Tatiana comenta que la creatividad le ha permitido que de un producto puedan sacar hasta 10 derivados. Ella cuenta graciosamente que en el momento

Siento que lo que estoy haciendo es importante, permite recuperar estos granitos que son olvidados o aislados, pero que además ayudan a restaurar la economía y, por otro lado, que en el ámbito familiar ayuda a recuperar tradiciones, valores, y esta motivación. De a poquito se hace; la cosa es hacer.

en el que su esposo señala que algunos de esos derivados no tuvieron rotación, al siguiente día aparece alguien buscándolos. Estas experiencias le han permitido crear una red de clientes, que pueden ser personas, familias, restaurantes u otras empresas. En referencia a futuros contratos con estos clientes, ella señala: *“Al año por lo menos te digo, por lo menos uno, porque saben ya de las cosas que tenemos, hay un hotel que siempre me pide por decirte un kilogramo de tomillo, pero para todo el año, porque los propietarios son extranjeros, y con otro hotel tengo el tema de la arveja (en harina), y con unos paquistaníes la harina de garbanzos por el tema de que estaban entrando al Ramadán”*.

Entre lo que destaca de su experiencia, Tatiana comenta que fue sumamente importante la capacidad de proyectar y capacitarse al respecto *“El curso me ha permitido pensar en el cliente, que vea una cosa como bonita, que sea atractiva y que siga viéndola útil; y que, por otro lado, yo siga entusiasmada. En la atención siempre hay cosas por innovar, siempre hay cosas, y dentro de eso hemos considerado crear un inventario súper urgente y manejo de redes súper urgente, y el tema de la valoración, el precio”*.

