

MUJERES PODEROSAS

LEILA VELEZ

DE UNA FAVELA A LA CIMA DEL MUNDO

LEILA VELEZ, QUIEN CRECIÓ EN UNA FAVELA EN RÍO DE JANEIRO, AFIRMA QUE MUCHA DE LA FILOSOFÍA DE SU EMPRESA —QUE FACTURA MÁS DE 100 MDD AL AÑO— LA ADQUIRIÓ DEL ESPÍRITU COMUNITARIO DE LOS BARRIOS MARGINADOS DE BRASIL.

POR VIRIDIANA MENDOZA ESCAMILLA
FOTOS: RODRIGO CASTRO



BULLICIO, ESTRECHAS CALLES EMPINADAS Y RESBALOSAS A LA MENOR LLOVIZNA,

olor a pan relleno de pollo, música, calor, humedad. Hay quienes dicen que caminar entre las favelas de Río de Janeiro es una idea peligrosa, pero, para Leila Velez, crecer en una favela le ayudó a construir los pilares que rigen su negocio, Beleza Natural, una cadena de salones de belleza y productos cosméticos y capilares que hoy factura más de 100 millones de dólares (MDD) al año.

Cuando Leila tenía sólo 14 años, su idea de negocios era apenas un sueño que vislumbraba en sus ratos libres durante su trabajo en McDonald's. Ahora, 20 años

después, la empresaria carioca afirma que esa experiencia laboral se convirtió en el mejor MBA que pudiera cursar.

“Mucha gente se sorprende cuando digo que McDonald's me ayudó a generar los pilares de mi negocio, lo cierto es que es justo en una cadena multinacional donde uno puede aprender sobre cómo hacer escalable una idea de negocio, cómo tener procesos ordenados, cumplir con estándares de limpieza. Es donde te das cuenta de la importancia de la atención a clientes”.

El trabajo duro es el ejemplo que Leila recibió en su niñez, su madre se dedicaba a lavar ropa y su padre era conserje. Para salir adelante, Leila no sólo trabajó

en McDonald's, también lo hizo en compañías de venta directa, como Avon.

“Una de las cosas que me motivó a crear mi empresa fue la necesidad de toda mujer de contar con una autoestima elevada. Con la humedad en Brasil siempre lidié con mi cabello rizado, muchas mujeres solucionan el poco control del cabello con extensiones, productos agresivos para alaciar, era importante que alguien pensara en una alternativa para hacer que las mujeres se sintieran hermosas con sus rizos”, relata Leila Velez en entrevista con FORBES.

De acuerdo con los datos de Beleza Natural, 17% de las mujeres en Brasil tiene cabello rizado. El mercado de belleza, higiene y productos capilares tiene un valor superior a

FOTO: XXXXXXXX

13,000 MDD y representa 1.8% del PIB brasileño, estima el reporte de resultados de 2014 de la Asociación Brasileña de la Industria de Higiene Personal, Perfumería y Cosméticos.

CÓMO CREAR UN NEGOCIO MILLONARIO

Leila Velez considera que la lección de negocios más importante de su carrera como emprendedora es rodearse siempre del mejor equipo. En 1993, se asoció con su amiga Zica Assis y su esposo Jair. El capital para abrir su primer salón de belleza en Río de Janeiro provino de la venta del auto de Jair.

“El financiamiento y la ubicación de los negocios son siempre uno de los principales retos para los emprendedores. En un mundo tan rápido es necesario tener ideas que hagan que los inversionistas confíen. Jair tenía confianza en que lograríamos algo interesante”, dice la emprendedora, quien ha sido reconocida como uno de los talentos emergentes de ALUMNA, iniciativa del Women’s Forum for the Economy & Society que reúne a mujeres líderes de menos de 40 años.

Beleza Natural cuenta con dos características que dotan al negocio de diferenciadores en el mercado. La primera es que se trata de una firma especializada en cabello rizado y la segunda es la aplicación de productos en los salones de belleza, pues el proceso es similar a la producción en serie de una fábrica; es decir, cada cliente es tratado en diferentes estaciones donde se realiza una actividad particular.

Además, la cadena cuenta con precios accesibles para toda la base de la pirámide.

Actualmente, 17% del staff de Beleza Natural son mujeres, quienes tuvieron un primer acercamiento a los productos como clientas. El modelo de negocios abarca más de 35

Leila Velez ha sido reconocida como miembro de CEO Champions, que reúne a mujeres y hombres de negocio que promueven la diversidad de género en sus espacios de trabajo.



salones de belleza en cinco diferentes estados de Brasil, los cuales atienden a más de 130,000 clientes cada mes. Adicionalmente, Beleza Natural cuenta con una línea de productos de cabello y una línea de cosméticos.

De acuerdo con la Asociación Brasileña de la Industria de Higiene Personal, Perfumería y Cosméticos, los dos principales retos de la industria son la innovación y la necesidad de que los productos cuenten con certificaciones de producción orgánica, que garanticen el respeto al medio ambiente.

Sin embargo, Leila Velez considera que el reto más grande para su negocio ahora mismo es la expansión. Para finales del año espera abrir una tienda en Nueva York, el primer paso en su plan de internacionalización. “Elegimos Estados Unidos porque hay una gran mezcla cultural, hay muchas mujeres de cabello rizado que quieren una alternativa personalizada; queremos exportar el modelo y llegar a esas mujeres.”

Por el momento, México no figura dentro de los planes de negocio, pues — explica Leila— al tratarse de una compañía especializada en cabello rizado, debe enfocarse en los países que presenten mayor densidad de población con esa característica. “Sin duda, es un lugar que debo tener en la mira si más adelante la empresa amplía su oferta de productos, es un mercado muy importante”. Leila

estará presente en nuestro país en el Women’s Forum México (women’sforum.com), producido por Women’s Forum for the Economy & Society, los próximos 27 y 28 de abril.

IMPACTO SOCIAL EN LAS FAVELAS

“Crecer en una favela implica carencias, pero también implica un sentido de comunidad que no se ve en todas partes. En las favelas las puertas están siempre abiertas, no importa qué tan grandes sean las dificultades, siempre hay diferentes maneras de encontrar soluciones juntos”, dice Leila.

Para la empresaria, el sentido de comunidad es uno de los pilares de su estrategia de negocios. “El dinero no es el fin de un negocio; el fin de un negocio es mejorar las condiciones de las personas que están alrededor”.

Leila sabe la importancia de contar con una preparación, ella tuvo la oportunidad de tomar cursos de emprendimiento en la Escuela de Negocios de la Universidad de Columbia, aprendió inglés e incluso cursó un MBA en la escuela Coppead, en Río. Sin embargo, la emprendedora está consciente de que la escuela no lo es todo.

“La más grande lección que aprendes como emprendedor es que no puedes hacer las cosas solo, al elegir a un equipo debes guiarte por el impacto que tus elementos pueden generar en la vida de las personas, si logras rodearte de personas de alto impacto, tendrás una empresa de alto impacto.” F

**CRECER EN UNA FAVELA
IMPLICA CARENCIAS,
PERO TAMBIÉN
IMPLICA UN SENTIDO
DE COMUNIDAD QUE
NO SE VE EN TODAS
PARTES”.**