

FINANZAS  
**BLOCKCHAIN,  
MUCHO MAS QUE  
DINERO VIRTUAL**

EN FOCO  
**LAS EMPRESAS  
QUE ESTIMULAN  
DORMIR LA SIESTA**

**+ DOSSIER**  
Robótica: pymes locales  
en la frontera "tecno"

# pymes

Cultura emprendedora  
MARZO 2018

## ESPECIAL EMPRENDEDORAS

# Mujeres adelante

Clara Ibarburen llega a las tres décadas de su marca con 70 empleados, una fábrica nueva y planes de expansión. Como ella, otras emprendedoras nos cuentan sus historias: manejan desde talleres mecánicos en La Rioja hasta chocolaterías en Los Polvorines.


**ANA SIMEONE**

Su nombre está asociado a desarrollos inmobiliarios industriales y corporativos. Comenzó a mediados de la década de 1970.

cuenta Hadad. “Realmente sabés lo que es programar cuando lo hacés. Las chicas no eligen carreras en tecnología por estereotipos.”

El nombre inicial era Girls in Tech, pero desde 2017 apostaron a hacerlo más local, con el nombre en castellano. Dentro de la organización, las interesadas en desarrollarse en tecnología reciben capacitación, de forma virtual o presencial, mediante asesoramiento y cursos. Ya pasaron por su plataforma más de 300 interesadas, en tres programas: “Programando un mundo mejor”, que ya va por la sexta edición y tiene 162 egresadas, “Club de Chicas en Tecnología”, un espacio en que adolescentes trabajan de manera extracurricular durante tres meses desde las escuelas, y el programa “Comunidad”,

**“Con equipos tecnológicos con poca diversidad, cuesta llegar a las soluciones. Y las chicas no eligen esas carreras, porque no las conocen.”**

dedicado a generar una red de pares, referentes y mentores.

**OFICIO**

“Aprendí a caminar en la gomería de mi padre”, rememora Natalia Morandi, una empresaria de La Rioja, que hoy es dueña de uno de los centros de servicios para neumáticos más importantes de La Rioja. Ella tomó la posta de su padre, Mario. “Siempre estaba metida en medio de las cubiertas. Amaba estar en el negocio porque estaba cerca de mi papá. Ya de más grande, cuando me vine a vivir a La Rioja, él me ayudó a poner mi propio negocio. Nos fue muy bien y me asocié a la multinacional Bridgestone, ellos me ayudaron a formarme como empresaria, empezar a entender al consumidor, ver qué se venía en la economía, cómo trabajar”, cuenta.

“En negocios como el nuestro, no hace falta plata, hace falta oficio. Tenés que tener conocimiento, no es que vas a despachar neumáticos”, describe. Y cuenta que fue ella quien le pidió una entrevista a la gente de Bridgestone. “Cuando vinieron, mi papá andaba dando vueltas por el local, pero ellos vieron que él me había dejado a cargo a mí, se dieron cuenta de que tenía oficio. Y creo que ése es mi capital más grande. Yo trabajo con hombres, el rubro es de hombres.”

Fue gracias al oficio que Morandi buscó profesionalizarse, alternar el trabajo entre sus dos locales de La Rioja y los cursos en Buenos Aires. Hoy, en su local de la ciudad de Aimogasta, tiene ocho empleados, y la acompañan su padre y su hija. “Tengo la experiencia de venir a trabajar embarazada, trabajar hasta el último día. Irme a parir, y a los dos días venir con los bebés al trabajo. Cuando uno lo hace con pasión, no te cansa. A mí me decís quedarme en casa, y digo: ¿Para qué?, me aburro. Yo quiero estar acá.”



## Pioneras

Cuando Ana Simeone comenzó a desempeñarse como agente inmobiliaria todavía no existía la carrera de Martillero Público. Las inmobiliarias solían ser una división de las escriturías y estudios de abogados. Además, acota Simeone, más extraño aún resultaba ver a una mujer al frente de una inmobiliaria.

"Yo, desde los siete años, iba a ver inmuebles con mi papá. Me casé a los 15 años y a los 18 ya tenía dos hijos. Como tenía mucha experiencia hice un curso y me puse una inmobiliaria. Quería hacer una inmobiliaria diferente, con buena presencia", dice Simeone, que comenzó con su negocio hace 42 años. Comenzó con una inmobiliaria en Flores, después pasó por Belgrano y San Isidro.

"Primero vendía casas. Después, cuando empezó la crisis del petróleo me fui a Europa. Y en 1992, cuando comenzó el Mercosur, comencé a

viajar a los países que lo integraban, y en 2002 volví a Europa." De esa experiencia, pasó a ser una desarrolladora inmobiliaria especializada en fábricas, edificios corporativos y parques industriales. "Pasamos por crisis, pero nunca cerramos ni nos vino un cheque rebotado", asegura.

Otra pionera en el rubro es Alejandra Covello, que además de martillera es Contadora Pública, con doctorado en Ciencias Económicas (UBA). "Cuando comencé, fue un trabajo de verano. Después querían que me quedara, pero que no siguiera con los estudios. Yo soy cabeza dura: me fui a la facultad, estudié y terminé. Y ojalá hubiera estudiado mil cosas más. A los 21 años empecé a trabajar sola, porque veía que había muchas cosas para cambiar en el mercado inmobiliario, sobre todo en *marketing*", cuenta Covello, que en 1992 fundó Covello propiedades. Comenzó con la venta de propiedades

en la zona de Palermo Nuevo fideafino al predio de La Rural), donde contabiliza vendidos más de 200 proyectos. Con el nuevo siglo, llegó la expansión. La primera sucursal fue en Miami en 2002, como una forma de subsanar la crisis. "El tema de las sucursales surgió por un cliente globalizado (antes se usaba esa palabra). Tras asesorarnos con una consultora, llegamos a la conclusión de que había que hacer foco en estos clientes para brindarle el servicio que requerían."

Hoy, Covello Propiedades tiene sucursales en Miami, Montevideo, Punta del Este y Carmelo. "Cuando vimos que esos mismos clientes iban a Punta del Este, en 2004 empezamos ahí, con la Torre Acuarela, que era un proyecto faraónico. El foco, a partir de entonces, estuvo entre los productos *premium* o bien lo que denominamos productos *boutique*. Después abrimos la sucursal de Carmelo."

Sus dos herederas son Cristina, más conocida como Dady, y la artista plástica Ana María "Kuki", quienes no quisieron continuar con el legado de su padre. Al menos, hasta que la propia historia familiar se hizo presente.

"A mí me encanta cocinar y para las fiestas viene toda la familia", cuenta Dadi Martinucci, una de las hijas de Abrascha. "Hace unos años estábamos haciendo trufas y mi hija me comenta que quería empezar a hacer chocolate nuevamente, como hacía su abuelo. Mi padre ya me había dicho en su momento que quería vender Cabsha y armar una chocolatería. La idea era que empezáramos desde cero, pero ese proyecto había quedado trunco tras su fallecimiento", agrega.

"Cuando Federica, mi hija, me plantea fundar una chocolatería fue como retomar aquel proyecto. ¡Imaginate! Mi papá fallece cuando yo tenía treinta años, y yo por ese entonces era muy bohemia, estudiaba arte, nada que ver con los negocios. Cuando mi papá me dijo ocúpense ustedes de Cabsha, le dije que no. Me dediqué a la pintura y a la fotografía, pero cuando mi hija

me vino con su propuesta me pareció que era como un juego. Si alguien me hubiese dicho que Vasalissa iba a crecer tanto, también, hubiera dicho que no."

Así, casi tímidamente, madre e hija crearon Vasalissa, una chocolatería que lleva el nombre de un cuento infantil ruso que Federica solía narrarle a su hija de pequeña, con una inversión inicial de US\$ 200.000.

Dadi comenta que el origen de Vasalissa es un homenaje a su papá. "Había sido su idea y yo tenía que poner sus valores". Madre e hija empezaron de forma artesanal. "Armábamos las cajas nosotros, le sacábamos fotos, y cuando vimos que a nuestros amigos les gustaba, abrimos el primer local en Martínez en el año 2006. Lo único que compramos fue una templadora", cuenta Dadi.

Hoy Vasalissa cuenta con 25 empleados y una facturación anual de \$ 40 millones. Manejan seis locales (Recoleta, Galerías Pacífico, Belgrano, Martínez, Unicenter y Nordelta) y planean abrir su primera fábrica en el exterior, en Miami, con una inversión inicial de US\$ 2 millones.