



Tus Proyectos necesitan nuestro financiamiento

FINANCIAMIENTO PYME

Garantizar 20 años

Acompañando el crecimiento de las Pymes en todo el país.

info@garantizar.com.ar

www.garantizar.com.ar

MUJERES LEJOS DEL CORRALITO ROSA

El liderazgo femenino viene creciendo aun en rubros dominados por varones. Sin embargo, siguen pesando los estereotipos, los condicionantes sociales y los mandatos internos y externos. Consejos y experiencias de especialistas en liderazgo, RR.HH. y negociación, más dos casos de dueñas - líderes en primera persona.

Carlos Liascovich

carlosliascovich@a4vientos.com.ar

► La serie Mad Men, ambientada en una agencia de publicidad neoyorquina de los años 60, muestra como pocas el arduo ascenso de las mujeres en las empresas. Paso a paso, sorteando humillaciones y problemas -multiplicados justamente por su condición femenina-, las secretarías con bajos sueldos y tareas subalternas van luchando contra los estereotipos y rompiendo techos. Que no eran por entonces de cristal, sino duros y explícitos. Al final, albores de los 70, cada una se proyecta al futuro, alguna como dueña, otra como socia. En su mayor parte están mucho mejor que al comienzo, a pesar de que el publicitario era -y sigue siendo- un negocio con muy pocas protagonistas mujeres.

Saltemos ahora 50 años hasta el presente y al sur de América: ¿por casa cómo andamos? No estamos

hablando acá de los negocios donde suelen prosperar las emprendedoras, como la repostería, los artículos para bebés o los objetos de decoración. Con toda la admiración que merecen las empresarias de estos rubros, donde luchan duramente por construir marcas y sumar ventas en segmentos muy competitivos, la pregunta es por aquellas mujeres de negocios que lidian en mercados con fuerte predominancia de varones, lejos del color rosa y el estereotipo. ¿Hay capacidades específicas que deben desarrollar para abrirse paso en ellos?

GÉNERO Y RIESGO

Inés Arribillaga es coordinadora de Emprendedoras en Red y tiene más de 20 años de experiencia asesorando a mujeres que crean empresas. Reconoce que los negocios de mujeres "tienden a replicar los modelos asignados al género: moda, eventos, gastronomía, decoración, jardinería. Pero en los últimos

años, a partir de la ampliación de derechos y una mayor conciencia, aparecen otros rubros: programadoras, empresas de transporte/logística, empresas B". La experta pone en contexto, además, la supuesta mayor aversión al riesgo al momento de invertir: "Existen muchísimos hogares uniparentales con jefas de familia, y esto también indica mayor esfuerzo, porque tienen que atender todas las necesidades: las del cuidado personal -donde seguimos siendo depositarias- y las de mantenimiento económico".

La experta en recursos humanos Paula Molinari -ex Techint y Claro, hoy al frente de su consultora Whalecom- agrega que hay cualidades propias del liderazgo femenino hoy más valoradas, "debido a la gran crisis de compromiso que existe en todos los rubros y en todos los países. Las mujeres son en general más estables emocionalmente, muchas veces más responsables (la can-

tividad de mujeres como sostén de hogares es gigante), y mucho más orientadas a la gente. De allí que se hable de 'la feminización del management' aludiendo a la valoración de los aspectos blandos, típicamente femeninos, como la cercanía con las personas, la preocupación por ellas, la visión más holística, el cuidado del clima, el abordaje humano de los conflictos".

GENERACIONES Y SOCIAS

Molinari suma la cuestión de los modelos etarios, con lo que relativiza las etiquetas por género. Distingue entre babyboomers (nacidos hasta 1963), la Generación X (entre 1964 y 1980) y los trabajadores Millennials o generación Y (nacidos luego de 1980). "Las nuevas generaciones se han liberado de los estereotipos sociales: los roles del mantenimiento de la familia son compartidos, por caso los papás varones van a los actos del colegio,

Continúa en la página 2



Ponemos la salud de tus empleados en primer lugar.

SanCorSalud
Grupo de Medicina Privada

0810-555-SALUD (72583)
sancorsalud.com.ar

Mujeres lejos del corralito...

Viene de Tapa

y todos buscan mejor calidad de vida. El planteo de contradicción entre trabajo y familia, entonces, es una construcción del paradigma de los babyboomers. En las familias X y Millennials eso ya no existe. Lo que sí opera, en cambio, es la tensión entre los dos roles, familiar y profesional, ambos muy demandantes para los X y más relajados para los Millennials”.

¿Qué ocurre con las empresarias al momento de buscar un socio? Arribillaga destaca que “las mujeres solemos asociarnos en mayor medida con amigas, familiares o pareja. Acá la falta de confianza o la inseguridad pueden tener incidencia, aunque también pesa el deseo de ayudar al que está en desgracia o no tiene trabajo”.

Sin embargo, la experta advierte que “tal sesgo compasivo o emocional trae luego fracasos y desilusiones muy grandes. En el mundo de los negocios, lo emocional tiende a ser visto como una desventaja, cuando tendríamos que revalorizar la capacidad de empatía y relaciones personales. Ocurre que las mujeres, cuando piensan los negocios, lo hacen más como una apuesta de transformación que en términos fríos de ‘cuánto voy a ganar’. Pero aquí también el sesgo ‘patriarcal’ marca qué es lo deseable: tanto para varones y mujeres la realidad es cuantificable y no tanto ‘cualificable’, si se me permite el neologismo”, acota la especialista.

NEGOCIEMOS, DON INODORO

Otra instancia clave en la autoconstrucción de las empresarias pasa por la capacidad de negociación. Andrea Finkelstein es especialista en resolución de conflictos y negociación, con una larga trayectoria en la materia.

Preguntada sobre las fortalezas y debilidades de las mujeres al negociar, la experta prefiere no dividir la cuestión estrictamente por géneros, pues hay “cualidades inherentes a la persona, y a cada sujeto. Pero sí puedo decir que las condiciones socio-culturales hacen que las líderes empresarias femeninas tengan que manejarse



VICTORIA BERASATEGUI - METALBRONCE

- Fabricamos piezas para calderas, para cocinas, bombas de agua y electricidad. Arranqué con la empresa en 2003, cuando heredé unas máquinas montadas en un taller en Barracas, donde estoy actualmente. Siempre había trabajado en relación de dependencia, no sabía de qué se trataba el negocio ni estar al frente de uno.
- Había “heredado” también operarios de la empresa anterior, que pasaban su tiempo en la empresa ya que al no tener trabajo tampoco cobraban sus haberes. Fue difícil al principio ganar la confianza de ellos, 3 mujeres y 4 hombres. Es un oficio que se aprende de padres a hijos.
- Fui de a poco buscando clientes y, con la ayuda de mucha gente, (proveedores, en especial) fui aprendiendo el oficio. Siempre estuve atenta a escuchar consejos y experiencias.
- Hace algunos años certificamos normas de calidad en producción, lo que nos ayudó a terminar de ordenar los procesos y reducir la cantidad de piezas defectuosas. Incorporé personal nuevo, más clientes y algo de maquinaria.
- En lo personal nunca me costó tomar decisiones por ser mujer, No tuve beneficios especiales por ello, aunque tampoco trabas. Sólo puedo decir que el camino para emprender un negocio es largo, y lleno de complicaciones.

6 CONSEJOS EN BUSCA DE UNA EMPRESARIA:

- 1 Que lo haga aunque le dé miedo
- 2 Que busque apoyo externo y se capacite en el negocio o rubro específico
- 3 Que se tenga paciencia y persista
- 4 Que trate de lograr consenso con su familia o pareja
- 5 Que escriba sobre su experiencia y promueva el rubro entre otras mujeres.
- 6 Que asista a eventos y asociaciones del sector y en especial trabaje con grupos de emprendedoras /empresarias, para que la ayuden a fortalecer su proyecto.

Por Inés Arribillaga

en un mundo con mayoría masculina, y que eso a veces exige una sobreadaptación. Por ejemplo, hay ocasiones en las que sentarse a una mesa de negociación predominantemente masculina, para una mujer implica escuchar preliminares de ciertos tópicos que ‘casualmente’ la dejan afuera (futbol, anatomía de las chicas de turno), o falsas disculpas por palabras subidas de

tono. Es habitual que el hombre le marque su condición de mujer de distintas formas, como si ello fuese un obstáculo a superar”, explica.

En cuanto a las fortalezas para negociar de las líderes mujeres, agrega, “son en cada caso las que precisamente las llevaron a llegar a ocupar un lugar en un mundo masculino. La principal: tienen

claro lo que quieren y por eso están ahí. Por lo general, son mujeres muy talentosas en lo suyo que además han desarrollado habilidades que son esenciales para negociar, para cualquier género: saber evaluar en cada caso el poder que tienen en relación al otro, saber construir redes de influencia, saber escuchar lo que para el otro es importante, poder expresar con claridad su postura sin dañar la relación, conocerse a sí mismas y no dejar que las emociones tomen el control de la negociación, y no desmoronarse o sufrir crisis de identidad cuando le juegan sucio, entre otras”, explica Finkelstein.

La experta también destierra el mito de la “masculinización” de las mujeres empresarias exitosas:

“En todo caso, las mujeres que llegan a ocupar cargos de primera línea por mérito propio, es decir no por ser ‘hijas o esposas de’, es porque ya llegan con características propicias para el ejercicio del liderazgo. Al respecto, también Leonardo Glikin, consultor de empresas de familia, traza una línea para no copiar las actitudes de los varones: “Estamos en una época de transición en la que hombres y mujeres están repensando sus roles. La sobreactuación masculina y el esfuerzo descomunal que tienen que hacer las mujeres para encontrar el lugar que desean, son esperables que desaparezcan con las nuevas generaciones. Aunque falta bastante camino para recorrer”, advierte.



MARÍA LAURA ORFANÓ - SIMBEL

- Fundé la empresa en 2002, como unipersonal, para luego constituir una SRL en 2010. Y la refundamos en enero de 2016, con el nuevo nombre Simbel e-commerce, para enfocarnos únicamente en el software y la tecnología para comercio electrónico de empresas medianas que necesitan potenciar sus canales de venta online. Sumando nuestras tiendas virtuales, se generan 35 millones de operaciones de venta anuales
- Soy la CEO, con un socio (Juan Pablo Navone) que es Gerente de Desarrollo y Producto e-commerce. Hay 10 empleados, 40% de ellos mujeres. Facturamos \$8.000.000 al año, con un crecimiento del 70% anual en los últimos tres períodos. Un dato curioso: un 30% de nuestros clientes son gerenciados por mujeres.
- Si hay algo de lo que más disfruto en mi trabajo es el de liderar un equipo de gente. Soy una convencida de que un líder se puede ir formando, pero un gran porcentaje tiene que estar innato porque es como se potencia más a uno mismo y lo disfruta mejor. Una debe llevar la llama que hace que cada día se busquen nuevas formas de trabajar, para sacar lo mejor de cada uno y buscar nuevas alternativas de comunicación y de motivación.
- En Simbel siempre construí un liderazgo colaborativo, soy de escuchar mucho, de pedir opinión a las personas correctas y escucharlas, trabajé mucho en bajar en la cultura de la organización aspectos de mi liderazgo que hacen que el equipo se mantenga sólido.
- Me apoyo mucho en libros, son excelentes los de Tom Peters, que siempre fomentó el liderazgo femenino por la habilidad comunicacional y de “multitasking”. También me gustan mucho sus ideas de armar equipos con gran diversidad, ya sea de sexo, religión, edades o personalidades.
- Ser jefe no significa ser líder. Odio que me digan “jefa”. Hacer esa diferencia cada día es el desafío que me mantiene apasionada. Hay una frase que me encanta repetir: “La vida se trata de la gente que te rodea, y de lo que puedas lograr con ellos”.

Una nueva forma
de proteger
a tu pyme

**EXPERTA
ART**
Aseguradora de Riesgos
del Trabajo



www.experta.com.ar 0800 7777 278 (ART)

≡ UNA RED QUE SUMA 15 MIL EMPRESAS Y 35 MIL USUARIOS

Cara a cara, 1500 pymes y emprendedores intercambiaron tarjetas y experiencias

Fue durante la 26ª edición de Buenos Negocios, que viene reuniendo a firmas pequeñas y medianas desde hace 6 años. Junto con la ronda de negocios, se destacaron los 4 casos de éxito y el testimonio del artista y emprendedor Milo Lockett. La comunidad es motorizada por el Banco Galicia.

► Buenos Negocios es una comunidad de pymes y emprendedores, cuyo foco es potenciar por un lado la capacidad empresarial, y por otro, estimular el relacionamiento entre empresas y así generar oportunidades de negocios entre sus integrantes. En total reúne a 15 mil firmas, que suman 35 mil usuarios online en el sitio buenosnegocios.com, todo organizado desde sus comienzos por el Banco Galicia, motor de la iniciativa.

Hace pocos días, en La Rural de Buenos Aires, tuvo lugar la 26ª edición de los encuentros presenciales de la comunidad. La jornada tuvo tres bloques bien definidos. Primero, la presentación de los “Casos de éxito”, con la exposición en primera persona por los líderes de empresas pequeñas y medianas. Un segundo momento fue la ronda de negocios, con el objetivo de ampliar la red de contactos de los 1500 empresarios que asistieron al encuentro. Por último, diferentes expertos aportaron datos y consejos, con el cierre del artista y emprendedor Milo Lockett.

Entre los casos expuestos, llamó mucho la atención el relato de Antonio Bouzada, presidente y fundador de Eriochem, un laboratorio farmacéutico especializado con base en Entre Ríos, que viene a confirmar la larga tradición en el sector medicinal de las empresas nacionales. La firma es pionera en la Argentina en introducir un producto en el mercado de EE.UU. y además desarrolla, produce y distribuye a más de 27 países. Recibió el Premio Pyme de Oro en 2017 y,

según el relato de su líder, “fue concebida para exportar el 90% de su producción”. Bouzada, además, fue mechando su experiencia como fundador con su anterior paso por una multinacional también farma, donde entendió la lógica de los negocios globales.

El caso de Deisa, una metalúrgica de Rafaela que brinda soluciones para el tratamiento de residuos urbanos, también despertó interés entre los 1500 asistentes. Andrés Ferrero, su líder, explicó entre otras cosas su vinculación con el gobierno local y otras empresas de la zona, para

1965

fue el año en que se fundó la firma creadora de la marca Rasti. Hoy la dirigen 5 hermanos, que acordaron un Protocolo Familiar.



CASOS DE ÉXITO. De izq. a der.: Baccini, del Galicia; Bouzada, de Eriochem; Grosman, de Tecnovax; Ferrero, de Deisa; Dimare, de Rasti.

potenciar la capacitación de los recursos humanos locales, un factor crítico si se pretende crecer. Responsable de más de 170 obras en Argentina y varios países, recibió el Premio Pyme de este año en la categoría Alto Impacto Social y/o Ambiental.

Luego llegó el momento de Daniel Dimare, de la icónica marca Rasti, que fabrica y desarrolla juguetes pedagógicos. El “milagro” que relató, en este caso, es la supervivencia y el crecimiento desde su fundación en 1965 a pesar de todos los avatares de la economía nacional, a lo que agregó la armonía y división de tareas

entre los cinco hermanos que hoy la dirigen. Para ello fue clave, explicó, la firma del Protocolo Familiar, un instrumento que les permitió regular el gobierno interno de la firma. No por azar, claro, a Dimare S.A. (tal el nombre de la firma) le correspondió el Premio Pyme familiar 2017.

Finalmente, el cuarteto de éxitos se terminó de conformar con Tecnovax, Premio Innovación de los Premios Pyme 2017, porque en la firma desarrollaron la primera vacuna en el mundo que combate una importante enfermedad parasitaria en los salmones. Su director Matías Grosman fue el vocero del caso, y puso especial énfasis en la inspiración que recibieron los socios en los comienzos, para diferenciarse con productos únicos a escala global.

Una vez terminadas las exposiciones, llegó el segundo plato fuerte de la jornada: la ronda de negocios, donde interactuaron los 1500 empresarios presentes en el encuentro, con el objeto de vincularse con potenciales proveedores y clientes. Finalmente, tras la intervención del emprendedor y artista Milo Lockett más las exposiciones de expertos en innovación y liderazgo, se convocó a la última edición de Buenos Negocios de 2017, a realizarse el mes que viene en Neuquén.

A modo de cierre, Diego Bouchoux, el gerente de Negocios y Pymes del Galicia, destacó el diferencial que la entidad financiera viene desarrollando hacia las pymes, “en términos de atención, capacitación y asesoramiento”.



NEUQUÉN. El próximo encuentro Buenos Negocios será en la ciudad patagónica, en noviembre.

¡MUCHO MÁS QUE UN COWORKING!



lamaquinita.co



ART: 3 ERRORES AL ELEGIRLA

Contar con una ART es clave para cuidar el mayor capital de una Pyme, su propia gente. Acá, tres cosas que NO hay que hacer al contratarlas:

- 1) **Mirar sólo el precio.** Es clave la calidad de las prestaciones médicas y el oportuno pago de las prestaciones dinerarias.
- 2) Tomarla sólo como una **obligación regulatoria.** Hay servicios diferenciales, como jerarquía de los sanatorios, o servicios de prevención basados en nuevas tecnologías.
- 3) **Subestimar** la solvencia, trayectoria y especialización de la aseguradora de riesgos del trabajo.

Por Gonzalo García, Gerente Comercial de Experta ART

≡ PING PONG

Para integrar leasing con UVA

Un nuevo instrumento combina el leasing (ideal para financiarse sin inmovilizar capital) y el UVA, con vistas a la menor inflación que se espera para los próximos años.

Carolina Sullivan es Directora de Bind Leasing, en BIND Banco Industrial.

¿Qué significa la integración de BIND Leasing para el Grupo BIND?

Leasing viene a completar la oferta de valor del Grupo BIND, ya que el leasing es un producto ideal para el desarrollo principalmente de las pymes y de las empresas en general. Funciona muy bien para su estrategia de cross selling, no sólo con el Banco sino también con muchas de las empresas del Grupo. Hoy el leasing es la mejor herramienta de financiamiento para poder crecer sin inmovilizar capital y que se pague con la generación de trabajo y uso de los bienes, además de las ventajas impositivas del producto.

¿Con qué tipo de rubro están trabajando actualmente?

Si bien lanzamos hace poco la unidad de negocio, ya hemos ce-



CAROLINA SULLIVAN. Directora de Bind Leasing

rrado nuestros primeros contratos con empresas de diferentes rubros, entre ellas, constructoras, servicios de salud, de ingeniería, venta de maquinaria y distribuidoras.

¿Qué significa que sea Leasing UVA?

UVA (Unidad de Valor Adquisitivo), es un coeficiente que ajusta

las cuotas y el capital del crédito con la inflación, a la que se le suma una tasa nominal anual fija, en este caso del 9,9% anual. El capital del crédito se expresa en UVA. Al ser otorgado el crédito, se divide por el valor de la UVA del día de la fecha (por ejemplo: \$1.000.000 = 50.000 UVA a \$20 el valor de la UVA). Con el pago de cada cuota, se van cancelando unidades de UVA. El valor de la UVA se ajusta por CER, el cual a su vez está basado en el índice de precios al consumidor o IPC.

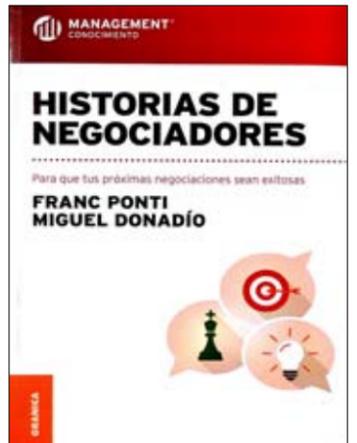
¿Cuál es la ventaja de estar asociado al índice de inflación?

La ventaja es la previsibilidad de la baja de la inflación para los próximos años, en comparación con una tasa fija o una tasa variable asociada a la Badlar (que es calculada por el BCRA en base a una muestra de las tasas asociadas al rendimiento que reciben los ahorristas por depósitos a plazo fijo de entre 30 y 35 días), que no presenta un comportamiento previsible.

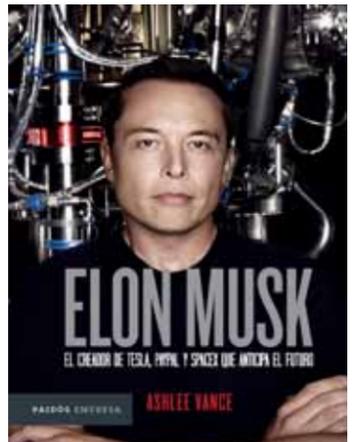
¿Qué tipos de bienes pueden aplicar al Leasing UVA del BIND?

Pueden aplicar a la compra de bienes de capital: vehículos, equipos de transporte, maquinaria vial, industrial y agrícola, o equipos de tecnología.

LECTURAS ÚTILES



En una obra breve (128 páginas) y amena, el catalán Ponti y el argentino Donadío condensan con 12 capítulos un completo manual de negociación: cambiar la mirada, educar al rival, el mito del estilo duro, el factor humano, el factor tiempo entre otros temas, se van hilvanando con buen estilo. Un libro didáctico y útil. \$275



Tesla, la automotriz de autos eléctricos creada en 2003 por Elon Musk, vale en bolsa más que GM y Ford, aunque produce menos del 2% que ellos. ¿Burbuja, o ímpetu imparable de un genio estilo Edison y Jobs, que además lidera otras firmas en auge? La obra lo pinta como el emprendedor modelo de la época. Está por verse si lo seguirá siendo en 2020. \$459.

≡ LO BUENO SI BREVE

• CURSOS X 4

1 - GESTIÓN DE PYMES

5 clases, con herramientas para profesionalizar la gestión. En Avellaneda. Desde el 25/10 de 18 a 21 hs. Arancel \$1420. Datos en: www.capacitarteuba.org

2 - ISO 17025.

4 clases sobre sus requisitos e implementación. En el INTI Buenos Aires. Días 2, 9, 16 y 23/11 de

16 a 20 hs. Arancel: \$2400. Datos en: inti.gob.ar

3 - VENDER MEJOR VÍA INTERNET Y REDES SOCIALES

Cómo optimizar la estrategia comercial y comunicacional. En CABA, 4 clases desde el 2/11, de 19 a 22 hs. Arancel: \$1200. Datos en: www.rojas.uba.ar/cursos

4 - FABRICACIÓN HOGAREÑA DE DULCE DE LECHE

Elaboración de dulce de leche a escala artesanal. En CABA el 8/11. Costo: \$700. Datos en: inti.gob.ar

• FERIA EXPOGRAFKA BUENOS AIRES 2017

15ª edición de Expografika. Áreas: offset, impresión digital, zona gran formato, sector textil, sublimación / serigrafico, expo-oriente. 19 al 21/10 en La Rural. Data en www.expografika.com



Director de Contenidos: Carlos Liascovich carlosliascovich@a4vientos.com.ar. Director Ejecutivo: Mario Esman. Consultor tecnológico: Gastón Maine. A4vientos Producciones. 11 6454 5011

En IPLAN somos especialistas en la integración de soluciones IT.

IPLAN

Nubes hay muchas.
Solo una es la ideal para su negocio.

IPLAN



grandesempresas.iplan.com.ar | 0800 345 0800