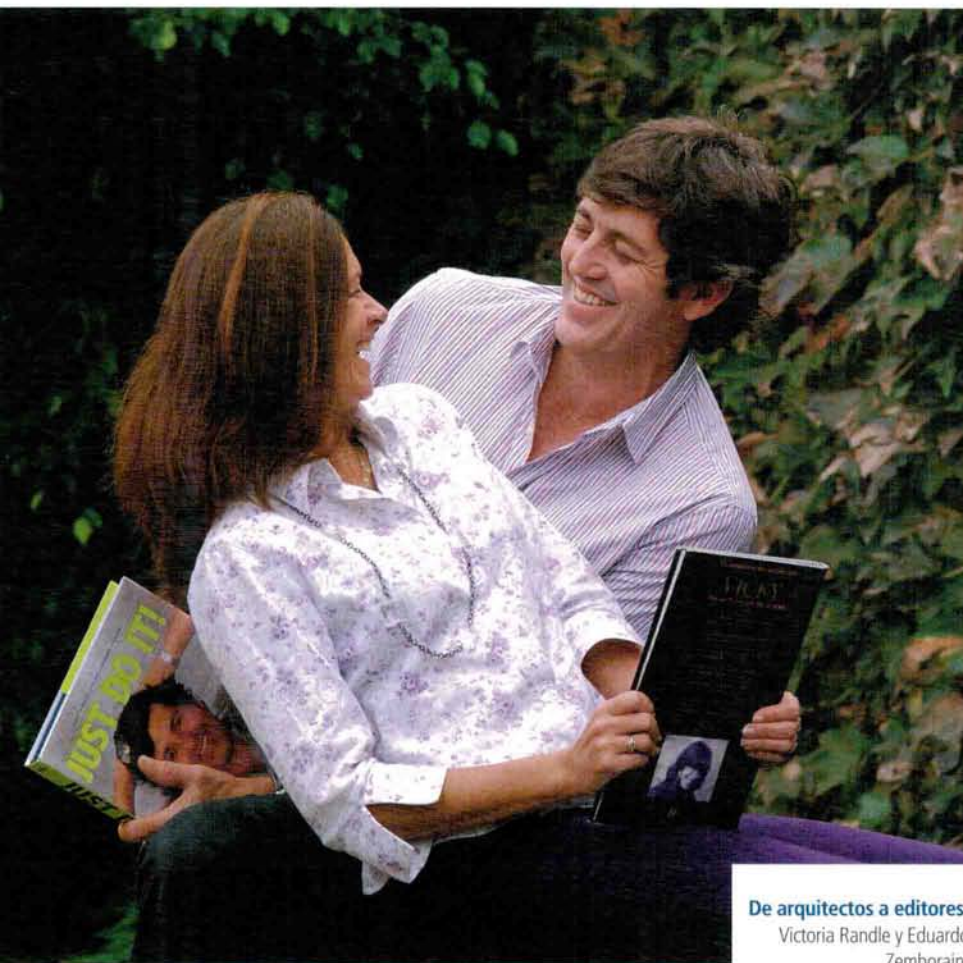


Matrimonios y algo más....

Además de la vida en común, comparten el trabajo. Los secretos de las parejas que formaron una auténtica “sociedad conyugal”.



De arquitectos a editores.

Victoria Randle y Eduardo Zemborain.

De la libreta de casamiento a las sociedades anónimas, muchos matrimonios firman contratos en los que prometen fidelidad en la salud, en la enfermedad y en la vida profesional. Para ellos, compartir casa y plan estratégico no es imposible. De hecho, afirman que prefieren trabajar juntos a salir a buscar un nue-

vo *partner*. Desmitifican que ser socios es estar las 24 horas del día juntos y resaltan la importancia de la clara división de tareas. Y se refieren a las firmas que crearon juntos como a sus hijos. Las parejas que lograron el binomio matrimonio-empresa cuentan sus historias y recetas.

“Cuando estamos en casa, hablamos de las cosas positivas y de nuevos proyec-

tos. Dejamos los problemas para el día siguiente. Los viernes, nada de malas noticias. El que tiene alguna, la guarda hasta el lunes”, cuenta María Rivolta, fundadora de la empresa homónima. En 1991, abandonó su trabajo como bancaria y, alentada por su marido, Alcides Maymó —quien, por entonces, trabajaba en una empresa textil—, lanzó su propio emprendimiento de *bijouterie* y accesorios de diseño. Al principio, la marca se desarrolló como un negocio mayorista y, cuando alcanzó los 400 clientes, Maymó se sumó para abrir los primeros puntos de venta. “Para seguir creciendo, necesitaba una mano más importante que las charlas a la noche, en casa. Aparte, instalar locales no es lo mismo que diseñar y producir. Se necesitan papeles, logística, otro personal, negociaciones. Y eso es algo en lo que *Alex* es muy capaz”, explica la emprendedora, licenciada en Administración de Empresas. Ambos dueños de la empresa, Rivolta está más inclinada al diseño y su marido, al área Comercial.

Para la dupla, la confianza es el condimento esencial. En 2001, tuvieron que volver a empezar. Por la convertibilidad, sus productos no competían con los importados. “De tener 12 locales, quedamos con seis”, recuerda Maymó. Hasta que la devaluación les permitió recuperarse y aterrizar en Uruguay, Chile, Panamá y Costa Rica, entre otros mercados. Las exportaciones aportan el 30 por ciento de la facturación de la firma (US\$ 3 millones anuales), que cuenta con 32 locales, entre nacionales y extranjeros.

Para Victoria Randle y Eduardo Zemborain, arquitectos de profesión, 2001

también fue una bisagra. Junto a sus respectivos hermanos –Carolina Randle y Juan Zemborain–, fundaron My Special Book, una empresa de libros privados para regalar. Ese año, la crisis dejó sin trabajo a Eduardo y a los 40 arquitectos que formaban parte del estudio Antonini Schon Zemborain. La idea de abrir una nueva compañía llegó con el cumpleaños 40 de su mujer. Zemborain le hizo un libro sobre su vida, contada por familiares y amigos. “El regalo fue un éxito y, a los pocos días, Edu vino y me dijo: ‘Este será nuestro proyecto’”, relata Randle, quien puso fin a las obras que desarrollaba de forma independiente para unirse al emprendimiento de su marido.

“No quería fundar un taller de libros. Mi intención era hacer una corporación internacional y, para lograrlo, había que hacer los deberes. Entonces, dije: ‘Vamos a dedicar un año a pensar una metodología de negocios, registrar la marca, escribir una patente y dividir bien las tareas de cada uno’”, agrega Zemborain. Así, “Vicky”, como se titula el libro que le regaló a su mujer, se convirtió en el primero de los más de 250 que My Special Book publicó. Con producciones editoriales valuadas de US\$ 3000 a US\$ 30.000, la empresa factura \$ 1 millón anual y sueña con desembarcar en Nueva York.

En la prosperidad y en la adversidad

Según Guillermo Perkins, profesor del IAE, a cargo del Centro de Empresas Familiares, la característica fundamental de estas sociedades es el solapamiento. “Hay una mutua vinculación entre la compañía y el matrimonio. Aun en los casos en los que el emprendedor es sólo uno de ellos, el que no es parte de la empresa interviene, con la contención”, explica. Para el especialista, es fundamental la clara definición de aspectos básicos de la compañía, como las evaluaciones, remuneraciones o dividendos, de manera de evitar choques. Además, es prioritario fijar límites nítidos a la función de cada uno y la contención de aquellos empleados que no forman parte del núcleo familiar, para que entiendan qué significa trabajar con jefes que, a su vez, son matrimonio. En

el plano de la pareja, recomienda buscar espacios de autonomía con respecto a la empresa. “Si el matrimonio se quiere y el negocio anda bien, el equipo resultante es maravilloso”, asegura.

Además, Perkins destaca la principal fortaleza de una “sociedad conyugal”: la vocación por salir adelante. “El vínculo desde la propiedad no es el mismo al de un inversor. Eso ayuda al esfuerzo. Genera compromiso de continuidad y mayor posibilidad de consenso en la toma de decisiones”, resalta el analista.

de la rentadora de coches homónima, que, en 2000, tomó la licencia local de la marca estadounidense–se combinó con el costado terrenal de su mujer. De cinco autos y dos empleados en 1988 (cuando entraron a la empresa, que nació en 1979), la compañía hoy tiene 60 sucursales, 800 vehículos, de 1700 a 2500 contratos al mes y factura \$ 35 millones al año.

“Pasar los momentos malos te afianza mucho como pareja”, resalta el ejecutivo. La dupla formalizó empresa y matrimonio hace 25 años. Por eso, para ellos, fami-

Foto: Nico Pérez



Ventas y diseño.

Alcides Maymó
y María Rivolta.

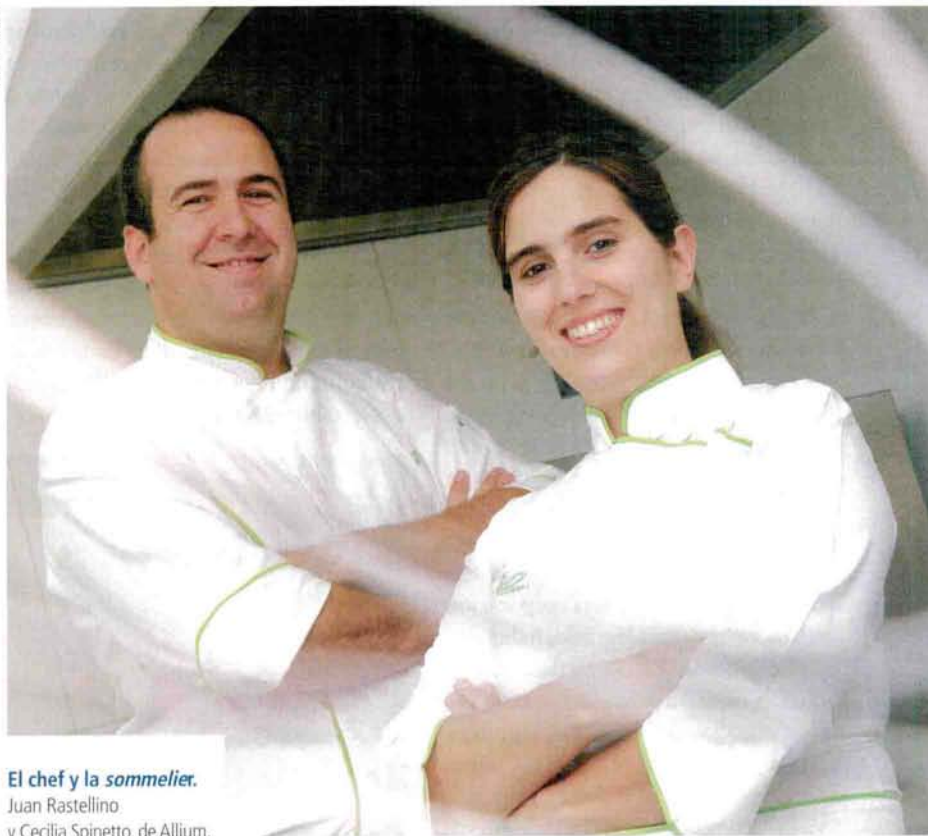
Socios y compañeros, la mayoría de las parejas destaca la importancia de poder apoyarse uno en el otro. “En 2001, no me quería levantar de la cama y Paula me sacaba a patadas”, recuerda Patricio James, quien, junto a Paula Carbonell, representa a la firma de alquiler de autos Hertz en la Argentina. La creatividad de James –hijo de Annie Millet, fundadora

lia y crecimiento profesional fueron siempre de la mano. Pasaron 12 años sin tener hijos. “Estábamos a *full*, trabajando”, comenta James. Su receta es dividir tareas pero estar conectados 100 por ciento. “Hace 25 años que trabajamos en el mismo escritorio enfrentados. Cuando arrancamos, teníamos una sola oficina y nunca quisimos cambiarlo. Es interesan-

te poder compartir la rutina diaria”, resalta James. Hoy, el mayor deseo es dejar la compañía como un legado a sus hijos.

“El de la indumentaria es un negocio en el que todo el mundo suele arrancar familiarmente. Hasta que el proyecto se convierte en una empresa formal”, explica Enrique Moguilevsky, quien co-dirige la cadena que lleva el nombre de su mujer: Clara Iburguren. En su caso, primero llegó la sociedad empresaria y, después, el matrimonio. “Clara hacía ropa y yo se la compraba. Era su mejor cliente”, bromea. Se conocieron, se enamoraron, se casaron. Hoy, comparten más que el trabajo y los desayunos en casa: Moguilevsky e Iburguren caminan casi todas las mañanas por Palermo, compartieron clases de golf y de tango, y viajan continuamente. “Somos muy amigos. De hecho, cuando arrancamos, pensamos en ponerle a la marca Simbiosis”, cuenta, entre risas, Moguilevsky. Como equipo, formaron una familia (tienen cuatro hijos) y una etiqueta que produce 100.000 prendas anuales, cuenta con 50 empleados, siete locales (más dos posibles aperturas para este año) y 50 clientes mayoristas en la Argentina y el Uruguay. “Cuando hablamos de la empresa,

Foto: APERTURA



El chef y la *sommelier*.

Juan Rastellino
y Cecilia Spinetto, de Allium.

lo hacemos como si fuera un hijo más. La vimos nacer, crecer y la cuidamos. Hay mucho afecto en lo que hacemos”, reflexiona Iburguren, quien puso su nombre, motivada por su actual marido.

Es que, después de años de ser consejeros, muchas veces, incorporar la pareja a la compañía es inevitable. “Fede es más líder que yo, a pesar de que la marca tenga mi nombre”, reconoce Sofi Martiré, quien tampoco estaba segura de convertir su nombre en una *brand*. La diseñadora de zapatos fundó la marca hace 10 años cuando estaba de novia. La idea de que Federico Halle, su marido, también se convirtiera en socio gerente tuvo que ver tanto con el desinterés financiero de la diseñadora como con el crecimiento de la empresa. “Lo vimos como algo que tenía que darse”, cuenta Martiré, quien, de ferias informales en su casa, creó una marca de zapatos con una producción de 40.000 pares anuales. “Estoy convencida de que donde me lleve Fede es a donde tengo que ir”, afirma.

“A partir del mes que viene, dejo de trabajar en relación de dependencia. ¿Qué

hacemos?”, le planteó Marina Sánchez a su marido, Fernando Escudero, durante su embarazo, en 2004. Resolvieron que se desvinculara de la consultora en la que estaba y se uniera a Oxirium, la empresa de logística que él había iniciado en 2001. “Con el ingreso de Marina, refundamos la empresa”, comenta Escudero. Al desarrollo de *software*, Oxirium sumó el servicio de *supply chain* (cadenas de abastecimiento). “Antes, nunca hablábamos de temas de tecnología. Empezamos a hacerlo cuando Fer se lanzó a trabajar de forma independiente y, particularmente, cuando su empresa comenzó a ser en casa. Recién ahí, supimos cuál era el nivel tecnológico de cada uno”, explica Sánchez. Hoy, es directora de la firma, al igual que su marido. Comparten la mayor cantidad de las decisiones. “Somos atención 7x24 (siete días de la semana, 24 horas). Cada uno maneja en un 80/20 el negocio porque, de alguna manera, participa en lo que hace el otro”, explica Escudero. Con 25 empleados y una facturación de \$ 1,2 millón en 2009, el objetivo es crecer, como mínimo, un 30 por ciento este año y seguir

Que lo que Dios ha unido, no lo separe la empresa...

Ventajas

- Acrecienta el compañerismo, especialmente, cuando también se comparten actividades fuera del trabajo.
- Ayuda a equilibrar energías: siempre, uno de los dos tiene más ánimo para enfrentar problemas.
- Pasar por momentos de bonanza y crisis empresarial fortalece la pareja.
- Genera más diálogo y aumenta la confianza.

Desventajas

- Las charlas laborales siguen en el hogar.
- Los hijos suelen cansarse de las “reuniones de trabajo” de sus padres.
- La planificación familiar se hace a partir de los momentos de la empresa.
- Si las tareas no están bien divididas, hay más propensión al choque.

Fuente: APERTURA, a partir de entrevistas.

apostando a los Estados Unidos, donde tienen un *partner*.

Voto renovado

“Lo fundamental para poder trabajar en matrimonio es la comunicación y la confianza”, aconseja Paula Blanchet. Cuando estaban de novios, ella y marido, Fabián Berasategui, armaron una empresa de tejidos. En 1993, se asociaron con un amigo para instalar la cadena de lavaderos automáticos Ecosec. Hasta que, en 2003, fundaron Patch and Clean, compañía que, además de lavadero y tintorería, ofrece servicios de sastrería. Hoy, el matrimonio apuesta con fuerza a esta última empresa, que facturó \$ 3 millones en 2009. Este año, con dos nuevas posibles aperturas y el desembarco en los Estados Unidos, planean crecer un 35 por ciento. “Pese a lo difícil que parece, es una ecuación bárbara. Nos complementamos mucho. Yo estoy más en la gestión y lo administrativo y Fabián, en la operación: fue vendedor toda su vida, así que no lo encerrás en una oficina ni loco”, afirma

“Pese a lo difícil que parece, la ecuación es bárbara. **Nos complementamos mucho en la empresa.**”

Paula Blanchet, co-fundadora de Patch and Clean

Blanchet. Hay algo claro: incorporar nuevos socios no es una opción.

Por su parte, Mónica Herz y Daniel Grodzki, de Deli light, proponen no perder la alegría. La empresa de viandas *gourmet* saludables que dirigen surgió cuando Herz cumplió 37 años: preparó un festejo con platos *light* para sus amigas, que estaban obsesionadas con el peso, y fueron un éxito. De a poco, empezó a recibir pedidos. Su marido se unió cuando la demanda se amplió de vecinos y conocidos. El proyecto los involucró a tal punto que, en 2004, invirtieron todos sus ahorros (\$ 90.000) para abrir su propia fábrica. Hoy, logran ser “socios de día y marido y mujer de noche” gracias a un *coach* que trabaja con ellos dos horas cada semana. “Nos escucha y nos ayuda a que

cada uno tenga su propio espacio. Con él, resolvemos situaciones laborales y emocionales”, explica Herz.

Otros que apostaron a la gastronomía son Juan Pedro Rastellino y Cecilia Spinetto. Él, cocinero graduado de la escuela The Bue Trainers. Ella, *sommelier* del Centro Argentino de Vinos y Espirituosas. Armaron un restaurante a domicilio. “Pusimos en práctica lo que ya sabíamos hacer”, comenta el *chef*. Rastellino cocina y Spinetto se encarga del servicio y el contacto con los clientes. El fuerte de Allium —así se llama la empresa— son las comidas corporativas y privadas, de cinco a 20 comensales. Mientras estén juntos, no tienen problema en adaptarse a las necesidades del cliente. “Una vez, nos llevaron un fin de semana a Pinamar a cocinarle a toda una familia. Por la tarde, le dábamos clases de cocina a las mujeres”, recuerda Rastellino. Su sueño es abrir un restaurante en su casa, ubicada en Burzaco. Una forma novedosa de renovar, no sólo los planes de negocios, sino también los votos matrimoniales. ■ Clara Gómez Carrillo.