

Nuevos negocios

## Cinco empresas nacidas en la recesión apostaron a propuestas innovadoras y consiguieron llegar al primer millón

**Globant, Farmacia Natural y Faro Capital lograron superarlo; Los García y Almacén del Sur lo alcanzarán este año**

Cinco empresas nacidas durante la recesión lograron consolidarse en diferentes nichos de mercado con propuestas originales y servicios diferenciales que, según los expertos, son las bases de cualquier negocio exitoso. LA NACION entrevistó a los emprendedores en sus orígenes y volvió a contactarlos para ver cómo habían evolucionado. Se trata de Martín Ubierna, fundador de la empresa de ingeniería financiera Faro Capital; Eduardo y Nicolás García Sáenz, de Catering Los García; Patricia Smolinsky, fundadora de Farmacia Natural; Mariana, José y Germán Flamarique, fundadores de Almacén del Sur; y Martín Migoya, Martín Umaran, Guibert Englebienne y Néstor Nocetti, de Globant.

¿Qué permitió que estos emprendimientos prosperaran? Según Daniel Miguez, director de Emprear y del Centro de Emprendedores del ITBA, "funcionaron porque aplicaron un modelo productivo basado en ventajas competitivas locales centradas en búsqueda de productividad".

"Lograron valor agregado sustentable y dinámico en la cadena productiva respectiva, de manera eficiente y profesional, brindando valor a sus clientes, a sus socios, a sus inversores, a sus proveedores, a sus empleados, a sus aliados estratégicos. En síntesis, comprendieron que para generar una empresa sustentable, hay que generar valor para quienes conviven en el ecosistema de negocio respectivo de actuación", sostuvo Miguez.

Cecilia Luchia-Puig, presidenta de Mañana Profesional y CEO de PortalEntrepreneur.com, se suma a la postura de Miguez y puntualiza:

"Farmacia Natural supo crear a partir de algo tradicional y conocido por todos un nuevo concepto. En el ámbito de los servicios de tecnología hay que identificar la oportunidad y especializarse, que es lo que hizo Globant. Los García lograron un servicio diferencial y convirtieron a los proveedores en aliados. Ubierna tuvo gran capacidad, dedicación y una visión innovadora. Fue consistente con la búsqueda de inversores y se animó a tomar riesgos."

**Por Mercedes García Bartelt**

### Fotos



Patricia Smolinsky, al frente de Farmacia Natural



Nicolás y Eduardo García Sáenz, fundadores de Los García



Néstor Nocetti y Martín Migoya, de Globant



Martín Ubierna y su equipo de Faro Capital

## De la Redacción de LA NACION

### Los secretos del éxito

Los emprendedores, según señalan los expertos, encontraron el éxito de la mano de propuestas innovadoras y servicios con valor agregado. De acuerdo con Daniel Miguez, de Emprear y el Centro de Emprendedores del ITBA, "lograron valor agregado sustentable y dinámico en la cadena productiva de manera profesional".



Los hermanos Flamarique, fundadores de Almacén del Sur

### Catering informal y profesional

Nicolás (25) y Eduardo (26) García Sáenz fueron los primeros en avanzar con el proyecto propio al crear en febrero de 2002, Los García, una empresa gastronómica que comenzó cocinando pizzas en las casas de los comensales "sin ensuciar las cocinas" y luego montaron una firma integral de catering.

"Ibamos a las casas de los clientes con el horno para hacer las pizzas y todo lo vinculado al servicio para que la dueña de casa no se tuviera que preocupar. Nicolás se ocupaba de la producción y yo de la parte operativa", recordó Eduardo, que contó con \$ 35.000 de un inversor ángel para poner en marcha el proyecto.

"Cuando tuvimos dinero salimos y compramos el horno, placas, vasos platos y delantales. También tuvimos que poner parte del dinero para arreglar la camioneta, trasladar las cosas y hacer como una pizzería móvil", agregó Nicolás, que estudió marketing en La Fundación.

La firma facturó \$ 47.500 en el primer año de operaciones y en 2003, el negocio creció a \$ 148.200 y 34 empleados part-time. En 2004, los hermanos solicitaron un nuevo préstamo de \$ 80.000 para ampliar su capacidad y facturaron \$ 299.750 con dos empleados fijos.

"Empezamos por eventos familiares y de a poco fuimos haciendo eventos corporativos, perfeccionando el servicio y ampliando la gama de productos ofrecidos. El desarrollo del negocio tuvo siempre una idea guía, eventos informales a precios bajos, de calidad y con altos estándares de exigencia. Empezamos por pizzas y fuimos sumando productos y servicios", explicó Nicolás.

En 2005, el dúo sumó tres socios capitalistas y en 2006 empezó a ofrecer asados, sushi, entradas, tacos y cazuelas, entre otros productos. Además, inauguró una planta de elaboración y armó un centro de atención al cliente con personal capacitado en el asesoramiento para la organización integral de eventos.

"Ahora Nicolás y yo nos dedicamos a gerenciar todo el desarrollo del proyecto y a los clientes corporativos como Estilo Pilar, Estudio O'Farrell y Club de Polo Ellerstina, Claxson y Quickfood", dijo Eduardo. Con su propuesta desarrollada, Los García llegarán este año a su primer millón con una facturación proyectada de \$ 1.000.540 y 19 empleados a tiempo completo.

"Nuestra ventaja -dicen los hermanos- es el enfoque. Invertimos en tecnología que nos permite tener todo registrado y controlado; y tenemos un trato personalizado con todos nuestros clientes."

### Miel premium con ingeniería financiera

A los ocho años, Martín Ubierna sufrió las picaduras de 30 avispas durante sus vacaciones, pero eso no lo alejó de los panales. Años después, el ingeniero se convirtió en apicultor y armó Faro Capital, una empresa de ingeniería financiera que lleva organizados tres fideicomisos de miel y comenzará a fraccionar en el país.

"Había trabajado siempre en relación de dependencia. Cuando empecé estaba en el Citi y las cosas en el sector bancario no estaban bien. Además había nacido mi hija y me di cuenta de que era hora de cambiar. En dos meses tomé la decisión y empecé analizar todo tipo de

proyectos. Cuando llegué al mercado de la miel vi una oportunidad", recordó el empresario. Con los US\$ 30.000 que reunió para el primer fideicomiso -con el apoyo de cuatro amigos inversores- arrendó tres campos y colocó 250 colmenas cuya primera producción fue destinada al mercado interno. Luego armó el segundo fideicomiso, ya sin amigos, pero con inversores neutrales. Con US\$ 210.000 puso 1400 colmenas y exportó a Alemania la producción de 40 toneladas.

El año último, consolidó el tercer fideicomiso con la participación de inversores institucionales (por 260.000 dólares): Banco Río y seis capitalistas del Business Angel Club del IAE.

Actualmente, está gestionando la segunda ronda del mismo fideicomiso, por el cual se exportó miel orgánica tipificada de origen floral. Y espera tener 5000 colmenas para 2007.

"El próximo paso es empezar a fraccionar acá porque exportamos todo en bruto. Con un crédito de la Secretaría de Agricultura armé una planta semiartesanal con certificaciones de calidad", señaló el emprendedor, que facturará 400.000 dólares el año próximo.

Ubierna está trabajando al mismo tiempo un proyecto de nueces pecan. Recientemente, cerró la compra del campo y está preparando el lugar en el Delta. En 2007 estarán prontas las primeras plantaciones que convertirán al emprendimiento en el más grande del país con 350 hectáreas.

"La inversión para esto ronda los dos millones de dólares y está participando un fondo de inversión", concluyó Ubierna.

### **Dos culturas en una sola farmacia**

¿Qué pasaría si se fusionara una farmacia con una dietética? Esa fue la pregunta que Patricia Smolinsky intentó contestar cuando creó Farmacia Natural, una empresa que encontró un nicho de mercado vacío y encontró consumidores a quienes satisfacer.

La empresaria no desconocía el mundo farmacéutico: se hizo cargo del laboratorio familiar Dr. Madaus poco antes de que estallara la crisis y para entonces esa firma ya producía la línea de cosmética (OMS) y otra de medicina natural, que hoy ofrece por medio de Farmacia Natural.

"Ya teníamos productos en las farmacias pero vi que había un nicho porque existía un interés por lo natural y no había lugares serios o capacitados en donde los clientes pudieran encontrar respuestas. Yo tenía un local vacío y vi que era mi momento para empezar con algo especializado en productos naturales", relató Smolinsky, que armó un local moderno, luminoso y con una estética de spa diferente a las dietéticas tradicionales.

Para la emprendedora el local es un "excelente canal para los productos del laboratorio pero la idea es ser un referente por lo tanto no hay limitaciones con las marcas. Están las mejores firmas y un equipo de farmacéuticos y cosmiatras que asesoran".

En poco tiempo, la empresa alcanzó una facturación anual de 1,4 millones de pesos y ahora está detrás de la innovación.

"Sacamos unas cápsulas de Chía, un desarrollo argentino con la Universidad de Arizona, que es una fuente natural de omega 3 vegetal. Hicimos una primera exportación a Estados Unidos y estamos trabajando para mandarlo a Uruguay y Bolivia", explicó Smolinsky, quien estimó un crecimiento del 7 por ciento mensual de la farmacia.

"Tenemos varios lanzamientos en cartera, entre ellos, unos para restaurar el tejido después de tratamientos de radiación -adelantó-. Como grupo estamos facturando 600.000 pesos mensuales, incluyendo el laboratorio y creo que el éxito está en la continuidad en un nicho de mercado de productos naturales."

La emprendedora avanzará con la apertura de franquicias. La farmacia ya tiene tres pedidos en Capital Federal, uno en la provincia de Buenos Aires y otro en la Patagonia. También quiere abrir un local propio por lo cual está buscando propiedades.

"Ya somos once personas en la farmacia y otras 36 en el laboratorio. Estamos ampliando la parte de ventas y de visita médica para seguir capacitando a la gente", señaló.

## Exportadores de servicios de tecnología

En 2002 lo único que tenían Martín Migoya, Martín Umaran, Guibert Englebienne y Néstor Nocetti era una oficina alquilada y un pizarrón lleno de contactos. Hoy el cuarteto tiene una de las mayores empresas de servicios de tecnología offshore del país, con más de 140 empleados.

El éxito de Globant, que forma parte de la red de apoyo de la Fundación Endeavor, se apoyó en un mercado en desarrollo. Los cuatro ingenieros repararon en su momento en el vertiginoso crecimiento que tenía el mundo de los servicios tecnológicos en la India y vieron que era posible ingresar en esa competencia.

"Dejamos nuestros trabajos en otras multinacionales y nos embarcamos con el proyecto", recordó Nocetti, que junto con sus amigos de la facultad armó una cartera de servicios con tres ejes: desarrollo de software, manejo de infraestructura y marketing por Internet. Desde el comienzo, el cuarteto buscó la especialización y se alineó con un perfil exportador de tecnología y soluciones.

"Desarrollamos las soluciones de open source o código abierto y estructuramos un equipo de especialistas que viaja para trabajar con los clientes. Ahí ganamos en flexibilidad y dejamos el paradigma típico del sector de llegar afuera con socios estratégicos", afirmó Migoya.

Desde sus comienzos, Globant se enfrentó con grandes firmas de India y Rusia. De acuerdo con los socios, el tipo de cambio no los ayudó tanto como el uso horario o la proximidad cultural de clientes de Europa o Estados Unidos.

"El éxito está en los recursos humanos y en el haber perseverado con un modelo que dio buenos resultados en países como India. Ahora estamos cumpliendo las expectativas y tenemos ya un plantel de 230 personas.", afirmó Nocetti.

"Este año pusimos un pie en EE.UU. con un asociado y abrimos oficina en Londres -continuó-. También llegamos a Escocia."

La empresa, que debe el 90% de su negocio a la exportación de servicios, tiene clientes como Renault, Grupo Santander y Lastminute. Y está duplicando su facturación -de más de US\$ 3 millones en 2005- año a año.

## Delicias para acompañar vinos

El mercado gourmet se puso de moda tras la crisis y tres hermanos mendocinos encontraron un nicho en este universo, que les permitió crecer por tres años consecutivos: el de los alimentos para acompañar los mejores vinos argentinos.

Mariana, José y Germán Flamarique fundaron Almacén del Sur, la firma que se hace cargo de todo el proceso de producción de los alimentos gourmet, que elaboran con antiguas recetas familiares.

"Vimos una oportunidad para empezar a producir delicatessen y hacer una línea de exportación como no había en la Argentina", recordó José, que con sus hermanos notó "que no había productos armados para acompañar vinos".

Ese fue el punto de partida y el trío rescató recetas de sus bisabuelas, que empezaron a elaborar con un crédito familiar. Parte del capital lo destinaron a la compra de una finca de nueve hectáreas en el departamento de Maipú, en donde hoy cultivan la materia prima. Almacén del Sur se presentó en el mercado local con 20 productos, sumó otros 15 en 2004 y hoy ofrece 35, entre ellos, jalea de turrón, confitura de uvas y mix de rúcula. En poco más de un año la compañía alcanzó una facturación de \$ 230.000 y este año llegaría a su primer millón con un proyectado holgado de 800.000 pesos.

"Pensamos aumentar un 40% la producción para llegar a los 130.000 frascos. Queremos aumentar las exportaciones para que sean el 80% del negocio. Hoy vendemos a Paraguay, Brasil, Perú, Colombia y Honduras", sostuvo Mariana.

Los hermanos participaron este año en la feria de Harrods y consiguieron un importador. Por

otro lado, firmaron con un distribuidor de EE.UU. En el país, Almacén del Sur buscará desarrollar la veta turística. Hace unos meses, abrió la finca al turismo y consiguió buenos resultados. En unos meses, abrirá una posada en el predio.

La empresa también abastece a hoteles y está hablando con aerolíneas como Lufthansa para incluirlas en su cartera de clientes. Según José, el secreto del éxito de Almacén del Sur fue "apostar a la calidad desde la plantación hasta el frasco; importar las semillas y hacerse cargo de todo para asegurar un producto gourmet".

[http://www.lanacion.com.ar/economia/nota.asp?nota\\_id=819912](http://www.lanacion.com.ar/economia/nota.asp?nota_id=819912)

LA NACION | 02.07.2006 | Página 7 | Economía

Copyright 2006 SA LA NACION | Todos los derechos reservados