



Universidad Católica

DAMASO A. LARRAÑAGA • URUGUAY

EMPRENDEDORES UCU

En los 25 años que tiene la Universidad Católica en nuestro país, han salido de sus aulas una gran cantidad de profesionales emprendedores que se desempeñan en el medio empresarial y creativo uruguayo. Nelson Coelho, Lucía Malián y Alejandra González son tres de los profesionales egresados de la UCU que han ideado sus proyectos y los llevan adelante de manera exitosa.

Te los presentamos en esta nota, donde los protagonistas detallan las características de cada uno de los proyectos, el proceso de establecimiento de éstos y cuentan, en pequeñas entrevistas, las particularidades de ser emprendedor.

Al final de la nota encontrarás el link a un video documental elaborado por estudiantes de la UCU, donde estos emprendedores, entre otros, te cuentan su experiencia.

CASA BERRO



- Nombre Completo del emprendedor:
Silvia Alejandra González Soca
- Carrera que estudió (especialización):
Psicología / Posgrado de especialización en niños y adolescentes / Bellas Artes (UDELAR)
- Nombre del Emprendimiento:
Taller Casa Berro
- Web:
<http://casaberro.spaces.live.com>
- Breve descripción:
“En Casa Berro construimos espacios donde los participantes se puedan encontrar con sus aspectos creativos y expresivos a través del lenguaje artístico. Para esto desarrollamos propuestas plásticas orientadas a desplegar las potencialidades expresivas del individuo y su comunidad a través de talleres, cursos y actividades comunitarias. Trabajamos con diversas poblaciones dentro y fuera del taller, integrando la interdisciplina y fomentando la cooperación institucional. A partir de

1999, contamos con nuestro propio espacio de investigación y docencia, “La Casa” de la calle Presidente Berro 2592. Desde nuestros comienzos hemos realizado propuestas con diversas organizaciones tanto del ámbito gubernamental y no gubernamental, así como empresas privadas”.

¿En qué momento de su vida surgió la idea de este emprendimiento? ¿Estaba atravesando algún momento en particular?

Un año después de terminar mi carrera como Psicóloga y a partir de la experiencia de trabajar en ámbitos comunitarios integrando arte y psicología, surge de un grupo de compañeros la iniciativa de crear un espacio con estas características.

¿Cómo se le ocurrió llevar la idea de su emprendimiento a cabo, qué planteamientos iniciales tenía?

Al principio intentamos abarcar muchas áreas, las que luego fuimos ajustando en relación a la experiencia, el mercado y la disponibilidad económica. Además contábamos con proyectos en marcha sin lugar fijo, por lo que empezamos con un público ya existente.

¿Por qué pensó que en Uruguay una idea así podía tener éxito? ¿Qué distingue a su emprendimiento de otros de la misma índole?

Tal vez lo pensamos desde nuestra pasión por lo que hacemos y la respuesta que esto tiene en el público. Además teníamos experiencia trabajando con diversas organizaciones en el diseño y ejecución de propuestas en el ámbito comunitario que integraban áreas como la salud, el arte y la educación, fuimos creando una metodología que contrastamos continuamente esto es novedoso, buscamos estrategias según el destinatario integrando líneas diferentes.

Una vez que se decidió a organizarlo, ¿Cuáles fueron los primeros pasos, dónde buscó apoyo?

El sostén de la propuesta es el equipo de trabajo, cada uno fue organizando áreas, hacia lo interno y hacia lo externo, se buscaron las potencialidades de cada uno y se apostó a desarrollar una interacción productiva. Al ser pocos también se logró ser ejecutivos y dinamizar la propuesta, si algo no funcionaba se cambiaba.

Internamente, ¿cómo se organizó con sus colaboradores? ¿Qué fue lo que lo llevó a seleccionar esos y no otros?

La experiencia previa de trabajo, el vínculo y apertura al diálogo pero desde la diversidad. Cada uno aporta desde su visión y habilidad.

Cuéntenos del proceso para poner en marcha su emprendimiento: ¿Cómo lo promocionó?

Folletería, entrevistas en programas de televisión, además de llevar camisetas y nuestro logo en cada actividad que desarrollamos, algunas con amplia difusión. El boca a boca ha sido fundamental en nuestro caso, muchos llegan recomendados. La mejor promoción es la difusión de nuestra actividad, el blog y el mail han sido fundamentales.

¿Cuáles fueron las principales trabas que se presentaron en el camino? ¿Qué medidas tomó para resolverlas?

La fluctuación del público y los proyectos durante el año. Lo que tratamos de hacer es diversificar áreas de acción, buscando propuestas para cada tiempo en particular, hay propuestas fijas y otras que dependen de proyectos.

¿Cómo ve su emprendimiento de cara al futuro? ¿Qué posibilidades de negocio tiene?

Es un trabajo paso a paso, la idea es poder afianzar propuestas. Que las permanentes tengan un flujo constante de participantes e incentivando los grandes proyectos donde trabajamos en coordinación o red con otras organizaciones.

¿Cómo se va a trabajar a partir de ahora, que innovaciones tiene pensadas? ¿Cómo le va a dar continuidad a la iniciativa de su emprendimiento?

Hemos hecho una campaña en la zona de folletería para que el entorno re-conozca el espacio. Este año además tenemos pensados ciclos de promoción y eventos abiertos para hacer circular a las personas por el espacio, el cual es sumamente atractivo, como forma de estimular la difusión boca a boca.

Sobre Ud. como emprendedor, ¿qué proyectos personales / laborales se plantea a partir de ahora?

En este momento estamos en un momento de proyección hacia el medio, como forma de conexión con la red de organizaciones y personas vinculadas a nuestras propuestas y a otras áreas. La idea es revalorizar la experiencia de 10 años de acción en el medio, sistematizarla y proponerla.

MOTIVA



- Nombre Completo del emprendedor:
Lucía Malián Alexanián (UCU) (Socios: Mauricio Escobar y Mauricio Rostán)
- Carrera que estudió (especialización):
Lic. en Psicología / Postgrado de especialización en Gestión de Recursos Humanos.
- Nombre del Emprendimiento:
MOTIVA
- Web:
www.motiva.com.uy
- Breve descripción:
MOTIVA, *Personas en movimiento*, es una Consultora de Recursos Humanos que promueve, mediante una propuesta metodológica que prioriza lo vivencial, un

aprendizaje activo y dinámico en temas vinculados especialmente a liderazgo, trabajo en equipo, comunicación, motivación, creatividad e integración, entre otros. Las tres líneas de trabajo son: capacita, comunica, recrea. Su *visión* es ser el equipo dinamizador de personas y organizaciones estimulando su potencial y desarrollo. Su *misión* se divide en tres pilares fundamentales: generar valor a través de una metodología basada en componentes vivenciales, formativos y comunicacionales; contribuir para que los equipos de nuestros clientes obtengan personas alineadas, motivadas y comprometidas; y colaborar en el desarrollo de personas, equipos y organizaciones, promoviendo espacios de expresión, comunicación, producción y creación.

¿En qué momento de su vida surgió la idea de este emprendimiento? ¿Estaba atravesando algún momento en particular?

MOTIVA surgió en un momento muy especial. Luego de tener unos años de experiencia, habiendo pasado por empresas de diversa índole (industrias, ONG, colegios, empresas internacionales y familiares), reflató una idea que venía madurando hace ya un tiempo. Aunque claramente sin ese nombre y sin el formato que hoy tiene. A nivel profesional, estos años de trabajo dependiente me habían dado una visión bien interesante de las diferentes empresas en las que estuve colaborando. Y el gusto por tener algo propio fue cada más fuerte. Esto, que es mi caso personal, se replicaba en quienes hoy son mis socios, lo cual impulsó a lo que hoy es MOTIVA.

¿Cómo se le ocurrió llevar la idea de su emprendimiento a cabo, qué planteamientos iniciales tenía?

Quiénes somos hoy los socios-directores de MOTIVA (Mauricio Escobar, Mauricio Rostán y Lucía Malián) veníamos madurando la idea hace tiempo pero de forma personal. Si bien de alguna manera nos conocíamos, nunca lo habíamos hablado entre nosotros y no se habían dado las instancias de tirarlo sobre la mesa.

Los tres formamos parte de una organización que se llama JCI y un día con uno de mis actuales socios dimos un taller para los miembros de ésta. En esa oportunidad contábamos con la presencia de un funcionario internacional de la JCI de Paraguay, quien nos estimuló en dicha línea. Esto nos despertó la idea que teníamos latente. Con ello integramos a quien se encargaba de darle una estética especial y valor agregado a las capacitaciones e ideas que teníamos. Los tres, con disciplinas complementarias, pensamos que llegamos a un producto especial.

En cuanto a los planteos iniciales, teníamos todos los que uno puede tener: el nombre, el registro de marca, los costos, la página web, cómo presupuestar, etc.

¿Por qué pensó que en Uruguay una idea así podía tener éxito, que distingue a su emprendimiento de otros de la misma índole?

Buscamos darle a cada propuesta un valor creativo, adaptando la temática a la empresa en la cual vamos a trabajar. Y creemos que en esto nos distinguimos de emprendimientos de la misma índole. En este sentido hemos trabajado en cada propuesta, sumándole la cuota de energía y pasión que este trabajo nos demanda.

Una vez que se decidió a organizarlo, ¿cuáles fueron los primeros pasos, dónde buscó apoyo?

En los amigos, sin duda fueron los primeros en ayudarnos. Confiamos en sus criterios, críticas y apoyo incondicional, siendo que muchos de ellos poseen una gran experiencia en el mercado y ya han transitado por este proceso.

Luego, apoyo en la red de contactos y en aquellas personas que ya nos conocían. Y sin duda apoyo a nivel legal y contable, siendo que ninguno de los tres teníamos nociones sobre estos temas.

En cuanto a los primeros pasos, llegamos en la primera sesión de lluvia de ideas al nombre MOTIVA. Creímos que dicho nombre expresaba claramente la idea de nuestro proyecto (positivo, relacionado rubro de recursos humanos, dinámico y que se entendía en diferentes idiomas). Estando los tres de acuerdo, lo primero que hicimos fue patentarlo. Ya teniendo el primer cliente abrimos la empresa. Luego le buscamos una estética a la empresa, que en este año fue cambiando un poco.

Internamente, ¿cómo se organizó con sus colaboradores? ¿Qué fue lo que lo llevó a seleccionar esos y no otros?

Los tres, teniendo áreas de especialización diferentes, trabajamos todos en todo. Para luego sí ir dividiendo roles entre nosotros. Pero al principio los tres hacíamos de todo. A los dos primeros meses tuvimos la grata necesidad de contar con el apoyo profesional de una colaboradora. Buscamos un perfil responsable, ejecutivo y proactivo. A ella le delegamos ser la cara de la empresa con un gran cliente que confió plenamente en nosotros.

Luego, para lo que fue la línea de negocios de Jornada de integración y Fiestas de fin de año, formamos un equipo que se caracterizó por trabajar a la par de nosotros y dar mucho más, tomando a MOTIVA como un proyecto propio. Creativos, positivos, dispuestos, ejecutivos y que reflejaron la esencia de MOTIVA.

Cuéntenos del proceso para poner en marcha su emprendimiento: ¿Cómo lo promocionó?

La promoción se dio a través de nuestra red de contactos y luego a través del boca a boca. Nos encontramos en un país que, en lo que refiere a recursos humanos, te permite trabajar de esta forma. Sin duda reforzamos mediante el sponsoreo de algunas actividades del medio y brindando talleres. Luego nos encontramos evaluando la posibilidad de darnos a conocer a nivel internacional, donde ya estamos dando nuestros primeros pasos.

¿Cuáles fueron las principales trabas que se presentaron en el camino? ¿Qué medidas tomó para resolverlas?

Aprender a presupuestar y darle el valor correcto a nuestro trabajo. Es difícil traducirlo a dinero (más cuando uno se divierte en lo que hace). Pero es un trabajo de calidad, creativo y a medida, lo que representa un diferencial que le da un valor agregado.

¿Cómo ve su emprendimiento de cara al futuro? ¿Qué posibilidades de negocio tiene?

Recién estamos dando nuestros primeros pasos como empresa. Estamos convencidos de que tenemos mucho por aprender, pero mucho por aportar a las organizaciones. En cuanto a las posibilidades de negocio, creemos que las hay, y que la creatividad será una herramienta para desarrollar la empresa tanto a nivel nacional como internacional.

¿Cómo se va a trabajar a partir de ahora, qué innovaciones tiene pensadas? ¿Cómo le va a dar continuidad a la iniciativa de su emprendimiento?

En principio, tenemos una reunión de planificación estratégica pendiente; pero sí queremos crecer en los eventos de integración y en las capacitaciones con un

abordaje creativo. Asimismo, queremos desarrollarnos en temas relacionados con creatividad aplicada a las organizaciones.

Sobre Ud. como emprendedor, ¿qué proyectos personales / laborales se plantea a partir de ahora?

Proyectos varios, tanto de crecimiento a nivel personal como profesional. Hay una Maestría en Recursos Humanos y una profundización en Coaching pendiente, algunos emprendimientos laborales que también se encuentran en proyecto. Y muchas ideas...

LORENA CAPRILE CARTERAS DE CUERO



- Nombre Completo del emprendedor:
Nelson Ignacio Coelho Almansa
- Carrera que estudió (especialización):
Lic. en Administración de Empresas.
- Nombre del Emprendimiento:
Lorena Caprile Carteras de Cuero
- Web:
www.lorenacaprile.com
- Breve descripción:
Fabricación y venta de carteras de cuero.

¿En qué momento de su vida surgió la idea de este emprendimiento? ¿Estaba atravesando algún momento en particular?

Hace un año aproximadamente, primeros meses del 2008. Trabajo en la empresa familiar y tenía ganas de tener un proyecto propio aparte de la empresa.

¿Cómo se le ocurrió llevar la idea de su emprendimiento a cabo, qué planteamientos iniciales tenía?

Por el convencimiento de que va a tener éxito. Había otros proyectos, pero este era el que consumía menos recursos a corto plazo y tiene más expectativa de crecimiento.

¿Por qué pensó que en Uruguay una idea así podía tener éxito, qué distingue a su emprendimiento de otros de la misma índole?

Porque es un país ya identificado con el producto y su materia prima en todo el mundo. Tiene un respaldo muy destacado actualmente que es el “know how” de la elaboración y que cuanto antes comience a competir en el mercado con su propia marca y estilo, mejor.

Una vez que se decidió a organizarlo, ¿Cuáles fueron los primeros pasos, dónde buscó apoyo?

El primer paso fue establecer una meta a largo plazo y detallar los pasos a seguir año a año, acorde también con los recursos disponibles.

Internamente, ¿cómo se organizó con sus colaboradores? ¿Qué fue lo que lo llevó a seleccionar esos y no otros?

La parte de fabricación ya existía y es excelente en todo sentido. Además de compartir el proyecto establecido entre ambas partes, para la promoción, ventas y otras secciones, se tuvo en cuenta siempre personal que esté acorde con las metas establecidas, o sea, que lo comprenda exactamente, lo comparta y trabaje fuerte apuntando a eso.

Cuéntenos del proceso para poner en marcha su emprendimiento: ¿Cómo lo promocionó?

Primero establecimos un estilo. Se armó el local de ventas según ese estilo y se comenzó a trabajar en un nicho de mercado que ya contaba con alguna atención. Se apuntaron las metas del primer año hacia la calidad y atención personalizada, se presentaron los modelos en una página web y seleccionamos los clientes para captar y atender adecuadamente durante este año.

¿Cuáles fueron las principales trabas que se presentaron en el camino? ¿Qué medidas tomó para resolverlas?

El tiempo fue la principal, ya que mi socia y yo tenemos otros trabajos además de este. Otra fueron los recursos económicos, los cuales están enfocados principalmente a mantener la calidad y el estilo en primer lugar, pero estaba previsto y no han retrasado los planes.

¿Cómo ve su emprendimiento de cara al futuro? ¿Qué posibilidades de negocio tiene?

Lo veo muy próspero. Siempre pensé que en algún momento, manteniendo una imagen y un nombre apuntando bien alto, las personas iban a saber reconocer la dedicación. Las posibilidades son en todo el país, y muchas en el exterior también.

¿Cómo se va a trabajar a partir de ahora, qué innovaciones tiene pensadas? ¿Cómo le va a dar continuidad a la iniciativa de su emprendimiento?

La idea para este año es expandir la venta en lugares que reafirmen la imagen, aún a costa de trabajar a pérdidas. Se va a trabajar en un proyecto de publicación web dado el alto índice de aceptación por este medio y se va a mejorar la estructura del local de ventas principal. La continuidad se logra llenando hasta donde se pueden las expectativas de las personas que confían en la empresa y ofreciendo un plus distintivo de la firma. La búsqueda de nuevos clientes por ahora va acorde al aumento de capacidad de fabricación, el cual debe mantener en primer lugar la calidad comprometida, para asegurarse a su vez la continuidad en cuanto a confianza.

Sobre Ud. como emprendedor, ¿qué proyectos personales / laborales se plantea a partir de ahora?

La idea es organizar una empresa que crezca primero hacia adentro en todo lo que se proponga avanzar, es decir, que cada paso este previamente 100% acorde a su meta. Pienso seguir adelante con mi negocio familiar también, y darle a este negocio la forma que me gustaría darle a una empresa desde el principio, con lo que aprendí adentro y afuera de la Universidad.



DOCUMENTAL EMPRENDEDORES UCU

En este documental, realizado íntegramente por estudiantes de la UCU, podés conocer a los responsables de estos emprendimientos y de otros. Profesionales egresados de la Universidad Católica te cuentan su experiencia en el mundo empresarial y presentan sus proyectos.

Sigue este link al portal EMPRENDEDORES UCU para verlo:

<http://www.emprendedoresucu.com/documental.htm>