

Edición del 15 de Julio de 2007

INFORME: EMPRENDEDORES, CAMBIAR UN BUEN PUESTO POR UNA EMPRESA PROPIA

Salir de la zona de confort

Salir del paraguas protector de una gran empresa para comenzar un emprendimiento genera temor, pero paga muy bien. Cinco Empresarios uruguayos cuentan su experiencia

**ALEXANDER GRISTO AGRISTO@
OBSERVADOR.COM.UY**

Fernando Schaich tenía un futuro promisorio en Shell. Había ingresado a la multinacional en 1994 cuando tenía 26 años como laboratorista. Para 1997 era jefe del servicio técnico y tenía en vista la posibilidad de crecimiento dentro de la compañía. Sin embargo, el espíritu emprendedor y una idea compartida con sus amigos Ernesto Elenter y Diego Garfinkel rondando en el cerebro durante un año lo llevaron a formar la empresa SEG Ingeniería en 1997.

Elenter y Garfinkel también se encontraban en buena posición. Elenter trabajaba en Elbex y Garfinkel en Textil La Paz.

El futuro de la nueva empresa SEG Ingeniería, comentó Schaich a *Café & Negocios*, no estaba asegurado, pero sí tenía la certeza de que el paraguas protector de Shell “no era para toda la vida”.

Los tres ejecutivos –en ese entonces menores de 30 años– persiguieron el sueño de la empresa propia trabajando desde sus casas y fuera del horario laboral. Es que, según comentaron, tenían la convicción de que había un nicho de mercado



Emprendedores. Elenter, Garfinkel y Schaich y la apuesta por lograr una empresa exitosa dentro y fuera de fronteras

para una consultora que ayudara a las empresas a nada menos que a reducir sus costos y hacerlas más eficientes.

En 1998 Schaich fue el primero en decir “no va más” y dedicarse full time a la empresa. Dos años más tarde lo siguieron Elenter y Garfinkel.

Y no les fue nada mal. El primer cliente grande de SEG fue Manzanares y hasta el momento han realizado trabajos para más de 1.200 empresas de la región, entre las que se cuentan Citibank, la cadena de hoteles NH, el Banco de Seguros del Estado, Portones Shopping, Moviecenter, Bader y Ambev.

En diez años también tuvieron tiempo para la expansión de su modelo de consultoría, a pesar de que en 1998 la experiencia de abrir una oficina en Buenos Aires no fuera del todo positiva. Según confesó Schaich, alquilaron una oficina pequeña en el barrio de Caballito y le “erraron” con el socio que escogieron. Sin embargo, a fuerza de empuje, constancia y confianza en el proyecto lograron una compañía que actualmente emplea a 46 personas y tiene oficinas de San Pablo y Curitiba en Brasil, Buenos Aires y Santiago de Chile.

Además, la decisión de jugarse a su propio emprendimiento fue más redituable que quedar apañados por las empresas en las que estaban.

Los empresarios señalan que ganaron en tener libertad de criterio y poder en la toma de decisiones, y agradecen la formación alcanzada en las respectivas empresas. Un ejemplo de eso es la ductilidad de la empresa: pueden trabajar al mismo tiempo para clientes tan disímiles como el Club de Bochas de Treinta y Tres Orientales y el banco ABN Amro de Argentina. Para Schaich, esa versatilidad viene de la mano de la formación que tuvieron en Uruguay. “Es lo bueno de formarse en Uruguay”, remarcó Schaich.

Actualmente la empresa se prepara para ocupar nuevas oficinas en Parque Rodó y espera confiada un gran crecimiento.

El tope en la empresa

La posibilidad de autogestionarse una oportunidad laboral se potenció durante la crisis del año 2002, donde muchos ejecutivos debieron enfrentar la falta de oportunidades y la incertidumbre ante futuros recortes, según comentó a Café & Negocios el coordinador de operaciones de Manpower Professional, Neker de la Llana.

El ejecutivo de Manpower sostuvo que, dada las dimensiones del mercado uruguayo, fueron “los menos” los que pudieron avanzar en su proyecto. Los que no lo lograron regresaron al mercado laboral.

Para De la Llana, “normalmente se ve la opción de pensar en un negocio propio ante una situación de egreso de una compañía”. En esos casos, lo importante para un emprendedor es haber realizado una evaluación concienzuda del negocio a iniciar y poder contar con varias características importantes: poseer una

predisposición a poder asumir riesgos desde el inicio, tener una alta dosis de creatividad y, lo más importante, “tener iniciativa, energía y ser proactivo”.

Un error frecuente comentado por los empresarios consultados por Café & Negocios está en creer que haber desarrollado una buena agenda de contactos solucionará el futuro del emprendimiento.

Para De la Llana, sucede que a veces “hay una percepción del mercado y del entorno, una sobreestimación” de las posibilidades que pueden existir por “estar al abrigo de una organización”. En muchos casos, darse cuenta cuesta mucho dinero y no pocas decepciones.