



EL OBSERVADOR

6 de mayo 2014 Actualizado: 10:56:18

MONTEVIDEO

ECONOMÍA/EMPRESAS - ENTREVISTA

"A los empresarios nos está yendo muy bien, y deberíamos de decirlo"

El director de Somos Uruguay, Mario Lev, encontró en su proyecto una forma de "colaborar con el país productivo"

Facundo Strazzarino - 04.05.2014, 06:05



Mario Lev

"Seamos realistas, soñemos lo imposible", es una de las frases de cabecera de Mario Lev. Empezó a trabajar con 18 años en comercio exterior. Luego asesoró empresas, fue agente de comercio exterior, y desde 1993 es despachante de aduana. También es el subsecretario de ASAPRA, una organización que nuclea a todos los despachantes de aduana de América, España y Portugal.

Hace 10 años tuvo la idea de generar un proyecto que mostrara "las cosas buenas que se hacen en Uruguay". La revista Somos Uruguay ya lleva casi 50 números y el proyecto creció de tal manera que Lev se animó a incursionar en televisión (a través de VTV) y en la organización de charlas empresariales. Dice que lo hace feliz el haber encontrado en Somos Uruguay una forma de colaborar con el Uruguay productivo.

¿Cómo nace Somos Uruguay?

Me defino como un emprendedor nato. Veía que existía la necesidad de que se hablara de comercio exterior, y de las cosas buenas que se hacen en Uruguay. Históricamente, se cuentan mucho las cosas malas y poco las buenas.

Este año cumplimos los diez años, y en este tiempo nos hemos dado cuenta que podemos hacer muchas más cosas. Cuando uno toma conciencia de sus capacidades, y citando la famosa frase "solo sé que nada sé", solo se puede crecer si se arma equipos. Y eso hicimos. Consolidamos un equipo para la revista, con un consejo editor muy diverso en muchos aspectos, que hizo que fuera muy objetiva en sus contenidos.

El lanzamiento fue ante un auditorio de 200 personas, y nos maravillamos con el apoyo de tanta gente. Ahí comunicamos nuestro primer objetivo: editar una revista en 2005. En el lanzamiento de su primer número hubo más de 500 personas, entre embajadores, presidentes de cámaras, el edecán del entonces presidente Tabaré Vázquez, entre otros.

Nuestro proyecto está declarado de interés nacional, cultural, turístico, y departamental en once intendencias. Tiene el apoyo del Ministerio de Relaciones Exteriores. A partir de eso sentimos el interés de la gente, que se transformó en apoyo a medida que se afianzaba el vínculo. Regalamos la revista a todo el poder político, cámaras empresariales, a los despachantes de aduana, agencias marítimas, compañías aéreas, empresas de transporte, y otros empresarios.

Empezamos con tres personas, y ahora somos un equipo de quince profesionales fijos que trabajan en todos los aspectos de Somos Uruguay. Contamos con un taller gráfico propio, un servicio que antes se tercerizaba. Todo lo hacemos nosotros, desde la fotografía hasta los avisos, incluso los spots para televisión. Eso nos reconforta. Creo que es muy difícil ser emprendedor, aunque noto un apoyo mayor al emprendedurismo.

¿Cómo se generaron los Desayunos Útiles?

Luego de ver el apoyo de los lectores, decidimos dar un paso más. Creamos los Desayunos Útiles, que convocan a un número muy elevado de empresarios y políticos. El año pasado, que celebramos su cuarto año consecutivo, convocamos a más de 300 personas en cada uno de nuestros eventos, con capacidad completa.

Se realizaron ocho desayunos en 2013. Eso me hace sentir bien, porque significa que se valora lo que hace el equipo.

Hace tres años, basados en el éxito de Desayunos Útiles, dimos otro paso más, y comenzamos a celebrar las Cenas Útiles, para 170 personas, también a capacidad completa.

Este año ya llevamos realizados dos desayunos, y en pocos días realizaremos el tercero. Planeamos superar los ocho eventos, en un número que es un récord en Uruguay, sumando su frecuencia y su cantidad de participantes. Eso nos impulsó a que en 2012 decidiéramos realizar un ciclo de cenas llamadas "Líneas de encuentro". Hicimos tres cenas en 40 días, y completamos el cupo con todas. El año pasado nos propusimos duplicar ese número, y terminamos organizando siete. Este año tenemos ocho cenas fijadas.

En el caso de las Cenas, se convoca a un número menor de personas, porque son sobre una temática muy definida, y se invita a participar a las personas relacionadas con esa área.

VTV ha sido un gran aliado en estos últimos dos años, ya que nos permitió transmitir, a través de su señal, todos los eventos que realizamos.

El año pasado nos propusimos hacer un periodístico de televisión, ya que buscábamos aprovechar el crecimiento que tuvo Somos Uruguay. Siempre con la misma idea, mostrar lo que se hace en el país. Creamos once programas televisivos, que este año retomaremos a partir del 3 de agosto, a las 20.00 horas por VTV. Se llama Somos Uruguay TV. También tenemos nuestra página web www.somosuruguay.com.uy donde se pueden ver todas las revistas que hemos editado, además de fotos de los eventos organizados, lo cual ha hecho que mucha gente pueda acceder a toda la información que ofrecemos.

¿Cómo se elige a los expositores de las charlas?

Tratamos de llevar a quienes tienen propuestas relacionadas a los temas de la agenda pública. Por ejemplo, en el último Desayuno estuvo el ministro de Industria con el presidente de la Cámara de Industrias.

Uno de nuestros deberes es salir al resto del país. Creemos que el interior se merece un producto de estas características. Resulta muy costoso, pero estamos seguros que en un tiempo estaremos presentes en el resto del país. Estamos terminando de cerrar dos desayunos con dos intendencias del interior, como forma de mostrar que se puede llegar.

En Somos Uruguay, logré armar un proyecto que me llena de otra manera. Cuando digo que es parte de mi hobby, lo digo porque me hace feliz. Hay gente que practica algún deporte, y yo me siento cómodo en alguna cena, en una cata con amigos. Y en realidad, vivir en un país tan pequeño es una ventaja. Hay quien dice que, si viviera en otro país, podría ganar diez veces más. Pero en ese caso, tendría diez veces más de competencia. Considero que hay que estar orgulloso del país en el que se nació.

Encontré en este proyecto una forma de colaborar con ese Uruguay productivo, que puede demostrar que los uruguayos somos capaces de hacer muchas cosas. En muchos mercados, Uruguay ha triunfado. Lo ha hecho en el rubro de la carne, del software, incluso en el del caviar. Al empresario uruguayo no le gusta decir que le está yendo bien, pero creo que a los empresarios nos está yendo muy bien, y deberíamos de decirlo.

Otros países, como Argentina y Chile, son muy nacionalistas; sus habitantes se consideran los más grandes, y los uruguayos se ven a sí mismos como los peores, siempre poniendo pálidas. Ojalá las próximas generaciones puedan convencer al resto que no somos los mejores ni los peores, sino que estamos en el lugar que estamos, y tenemos que sentirnos orgullosos.

En mi otra faceta veo lo que se exporta e importa, y veo que batimos récords. Si se bate la venta de autos nuevos todos los años, ¿qué explicación hay para decir que todo está mal? Y no solo en vehículos, también en electrodomésticos, de carne per cápita, de calzado. Hay algo que no concuerda. Hay que sincerarse. No decir que está todo bien, porque hay cosas que están mal, pero sí que al Uruguay le está yendo bien.

¿Cómo fue entrar en el formato televisivo?

Somos conscientes de nuestras capacidades. Cuando empezamos el proyecto de la revista, contratamos a Claudio Trobo, un editor con muchos años de experiencia, y al fotógrafo Antonio Scuro. Cuando empezamos con los desayunos ocurrió lo mismo, aunque yo ya contaba con conocimientos en el área. Para entrar en el área audiovisual usamos el mismo método. El programa es conducido por los periodistas Sergio Silvestri y Valeria Superchi.

Hay una frase que me gusta mucho, “lo único permanente son los cambios”. Siento que todo es perfectible, y de esa forma formamos a un grupo que trabaja en esa vía. Ahora tratamos de hacer crecer nuestro portal. Estamos en medio de una negociación con uno de nuestros clientes para potenciarlo. Buscamos que se convierta en un medio que permita interactuar entre las empresas y que se generen negocios.

Seguimos generando cosas que acerquen. En ese sentido, hemos realizado dos catas de vino en el hotel My Suites para 40 empresarios. Realizaremos más de 20 ediciones, una cada quince días, lo que afianza relaciones entre los empresarios.

¿Tiene algún proyecto en camino?

El hecho que el índice de desempleo sea tan bajo hace que se tenga que mejorar el vínculo con empleados y clientes, y también la capacitación de los equipos. El empresario tiene que profesionalizarse. Somos Uruguay quiere colaborar en ese aspecto. Estamos trabajando en un proyecto para ofrecer capacitación en distintos sectores del área empresarial.

En el segundo semestre lo veremos plasmado, en primera instancia, con algunos seminarios o cursos puntuales, para poder encarar el año que viene con mayor cantidad de eventos, siempre tratando que el nivel sea el mejor.

Este artículo lo encuentras aquí:

<http://www.elobservador.com.uy/noticia/277669/34a-los-empresarios-nos-esta-yendo-muy-bien-y-deberiamos-de-decirlo34/>

Visite

<http://www.somosuruguay.com.uy>