

ORT: un ecosistema en el que fluye el mensaje del “sí, se puede”

AMBIENTE. Generar profesionales con mentalidad proactiva, apuntalarlos en sus aventuras emprendedoras y desterrar el concepto de “fracaso a la uruguayaya”, son las claves de un centro educativo que busca abrir cabezas

Cada tanto a Enrique Topolansky algún alumno lo para por los pasillos de la ORT para comentarle sobre una idea para un emprendimiento o preguntarle algo referente al Centro de Innovación y Emprendimientos (CIE) que coordina. Es en esos momentos que se da cuenta que ha dado frutos un gran esfuerzo que ya lleva 20 años. Es que la ORT ha logrado convertirse en una universidad inmersa en la cultura emprendedora.

“Nos dimos cuenta que había que aportar a un cambio de cabeza, y no solo estimular la generación de ideas. Formamos personas que tienen una forma distinta de ver el mundo. Es lo que nos diferencia estratégicamente como universidad. No es un curso, sino que es una actitud de vida”, comentó Topolansky.

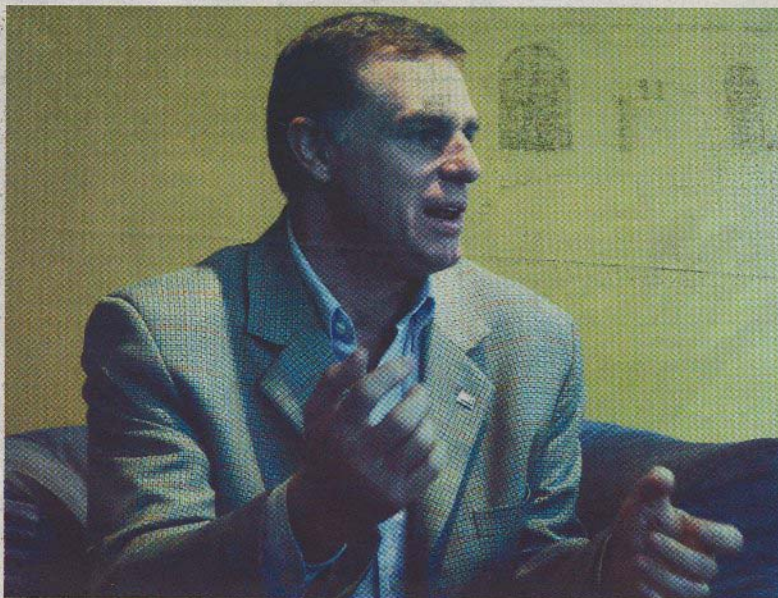
Para llegar a ser un centro capaz de generar estudiantes “proactivos”, la ORT debió cambiar su “corazón”, es decir, su curricula, y así incorporar la temática, además de desarrollar fuertes vínculos con el mundo empresarial.

“Generamos una metodología que yo llamo insight-out que busca que el chico primero se conozca y sepa en qué es bueno y en qué malo, que tenga claro cuál es su sueño. Por eso tenemos materias insertas en la curricula de todas las carreras. Por ejemplo, en licenciatura de Administración la materia Emprendimiento y Sociedad transmite ese mensaje y es obligatoria; en Ingeniería es opcional, pero da créditos”, explicó.

Bombardeo de mensajes

Topolansky aseguró que cuando los jóvenes entran al “ecosistema” de la ORT se los bombardea en forma permanente con el discurso de que se puede ser emprendedor.

Por ejemplo, a través de charlas de empresarios, se les transmite el mensaje de que vale la



Enrique Topolansky coordina un centro que fomenta la innovación y la actitud emprendedora. N. GARRIDO

pena esforzarse en la persecución de un sueño.

Otro aspecto fundamental a reforzar, según el coordinador es que los resultados no son inmediatos. Para Topolansky, esto resulta particularmente relevante para los estudiantes relacionados con las tecnologías de la información. “En ese sector es muy fácil conseguir trabajo. Los chicos tienen ideas geniales pero llega el fin de semana y no tienen plata, mientras sus amigos que trabajan ganan bien. (Mientras los otros salen a divertirse), ellos se sacrifican por su idea”, comentó.

El que tiene mentalidad de corto plazo seguramente elegirá entrar en el circuito laboral, pero de esa forma, advirtió el experto, puede caer en una espiral que

“Si no los educamos para que toleren el fracaso y lo vean como una oportunidad, no van a salir adelante”

lo atrape: que pasen los años, se case, tenga una familia, se vea obligado a buscar otro sueldo.

El otro mensaje que transmite la universidad en ese momento es “que las oportunidades que tienen ahora para emprender son grandísimas y con un riesgo menor”. Un concepto que se intenta desterrar es el del “fracaso a la uruguayaya”.

“En Uruguay está mal visto fracasar con un primer proyecto, cuando todos sabemos que personalidades como Bill Gates o Steve Jobs han fracasado. Es que la cultura estadounidense aprecia la persona que fracasó siguiendo una idea y se levantó. El mensaje que damos es muy fuerte: si te caíste, estamos ahí para que sigas porque lo importante

LAS CLAVES

- **REQUISITOS.** El CIE acepta proyectos con capacidad de crecimiento, internacionalización y generación de empleo. Si apunta al autoempleo no se considera.
- **PERFIL.** La gran mayoría son de base tecnológica pero ello no es excluyente.
- **INTRA-EMPRENDEDOR.** Topolansky explicó que no todos van a ser empresarios: se busca también que puedan ser gerentes capaces de generar valor.

es la persona y no el proyecto”, subrayó Topolansky.

Plataforma

En la ORT se brinda apoyo para que los estudiantes emprendedores superen las grandes trabas de falta de desarrollo de contactos y acceso al financiamiento. Se les hace competir por un lugar en una incubadora y se les proporciona un coach para que puedan bajar esa idea loca a un modelo de negocios y realizar un plan de acción. “Los vamos apuntalando con habilidades específicas de comunicación, de liderazgo, entre otras. Si sobreviven, si queman las naves y están comprometidos, los apadrinamos para que consigan su primer financiamiento”, explicó Topolansky. ■