PUBLICIDAD
INSCRIPCIONES
ANTICIPADAS
SUMUM

ESPECTADOR.com
EL PRIMER SITIO MULTIMEDIA DEL URUGUAY

Sociedad

MODA Y TENDENCIAS

Las "1000 razones" del éxito de Macarena Zas, joven, emprendedora y diseñadora de moda

PECT
810 810 E

Publicado el viernes 22 de noviembre a las 17:13 hs

A- A A+

La joven diseñadora Macarena Zas encontró la forma de poner a trabajar los roperos. Su emprendimiento "1000 Razones" le permite a las mujeres llevar sus vestidos a una tienda, dejarlos para que sean alquilados y cobrar una comisión por ello. A su vez, cualquiera que tenga un evento y no sepa qué ponerse, puede ir a esta tienda y alquilar una prenda. Para conocer más sobre este emprendimiento, En Perspectiva dialogó con esta joven, que combina su pasión por la moda y sus estudios en Licenciatura en Gerencia para llevar adelante este proyecto. La joven Zas aseguró que este proyecto está pensado para mujeres inteligentes, "porque si lo pensamos es algo totalmente racional".

00:00 00:00

(emitido a las 8.57 Hs.)

EMILIANO COTELO:
El desafío más grande al que se enfrenta todo joven emprendedor es impulsar su idea, conseguir sacarla del papel y volverla realidad. Como esta primera parte es la más difícil, el emprendedor o la emprendedora en cuestión deberán confiar mucho en su proyecto. Nuestra entrevistada de hoy encontró "1000 razones" para hacerlo.

¿Alguna vez pensaron en poner sus roperos a trabajar? ¿En hacer dinero con esos vestidos de fiesta que rara vez se ponen, pero al mismo tiempo no perder la oportunidad de volver a utilizarlos?

Esa fue la idea de Macarena Zas, una joven diseñadora de moda y estudiante de administración de empresas que combinó sus dos formaciones para crear un emprendimiento hasta ese momento inédito en el país, que bautizó "1000 Razones".

La propuesta inicial parecía bastante sencilla: conseguir que una mujer pudiera entrar y salir de un lugar, y quedar lista para ir a una fiesta o a una reunión importante. Concretarla derivó en un servicio de lo más original: un showroom donde las mujeres jóvenes pueden dejar sus prendas para alquilar sin perder la oportunidad de volver a emplearlas cuando lo crean conveniente.

Comenzó con esto hace dos años en su casa, y hace un par de meses debió dar el salto hacia un local propio. Así desembarcó la galería St Clemente, un lugar también original, ubicado entre Pocitos y Punta Carretas, que reúne a otras 14 tiendas de diseño.

Vale la pena conocer la experiencia de esta emprendedora, vale la pena conocerla a ella, vale la pena conocer los planes que tiene con su proyecto para el futuro. Por eso es nuestra invitada en la entrevista central de hoy.

Macarena tiene 24 años, es estudiante de la Licenciatura en Gerencia y Administración de Empresas en la Universidad ORT y además tiene una Tecnicatura en Diseño de Moda en la escuela de Pablo Jiménez. Una buena combinación para lanzarse a proyectos de este tipo. Pero, ¿qué fue lo primero?, ¿dónde arrancó la vocación?, ¿por cuál de las dos vocaciones?

MACARENA ZAS:

AL AIRE 810 VIVO Avances, tendencia y actualidad En Vivo

Síguenos

Clima Montevideo UruguayNatural

Lunes 25
Temperatura:
19 °C
21°C / 19°C
Algo nuboso y claro
Humedad: 83%
Viento: 17 km/h
Pronóstico completo

Alejandro
Dolina
EN VIVO
27, 28 y 29
de Noviembre
Teatro El Galpón

Participa por entradas

Si eres usuario de espectador.com solo tienes que ingresar tu email:

Email

PARTICIPAR

Si aun no eres usuario: REGISTRATE

y selecciona la opcion para participar.

PUBLICIDAD

URBANA ONLINE

Arcade Fire estrena "Afterlife"

Arcade Fire presentó el video de "Afterlife", el segundo corte de su último disco de estudio, "Reflektor".

ver más

Los músicos mejor pagados hoy en día

La revista Forbes publicó una lista con los músicos que más facturaron en 2013.

ver más

The Beatles con nuevo video

BEATLES
On Air - Live at the BBC Volume 2

La versión de "Words Of Love" de Buddy Holly, incluida en "On Air Live At The BBC. Volume 2", ya tiene su video.

ver más

En cuanto a formación, empezó en administración de empresas. Paralelamente me hacía mi ropa y eso me empezó a movilizar para que esto pasara de ser un hobby a algo más. A raíz de administración de empresas empecé a investigar un poco más sobre el diseño de moda y cómo podría ser algo viable y un modo de vida en mi futuro.

EC - ¿Qué edad tenías en ese momento?

MZ - Salí del liceo, a los 19, empecé la ORT, estudié el primer año, y en el segundo año empecé diseño de modas.

EC - Y el bichito del diseño, ¿lo tenías desde cuándo?, ¿desde niña?

MZ - No sé si desde niña, sé que es algo que está dentro de mí, siempre me gustó. A partir de los 15 empecé con la ropa y me empezó a gustar experimentar con eso de combinar telas y elegir qué ponerse. Entré en ese mundo y di con gente que me ayudó, y cuando me hice mi primer vestido sentí algo mágico, no podía creer, había conseguido algo que me encantaba.

EC - Hiciste tu primer vestido, te lo pusiste y fuiste a una fiesta.

MZ - Me lo puse y fui a una fiesta con él.

EC - ¿Tenés grabado ese momento?

MZ - Sí, tengo grabada esa fecha, era verano. El primero que usé fue para una Navidad, me lo diseñé, lo hice, fui y me encantó la experiencia, la satisfacción de haberlo diseñado, elegido cada cosa de ese vestido y poder usarlo.

ROSARIO CASTELLANOS:
¿Y qué cara pusieron los mayores cuando te vieron?

MZ - Bien.

RC - ¿No se asustaron?

MZ - No, no se asustaron.

EC - Apareció Rosario, que ya conoce de cerca el local de Maca, porque hace unos días hizo una crónica a propósito de la galería donde está ubicado este stand. Después le vamos a pedir sus impresiones y sus descripciones.

Sigo preguntándote cómo aparece la idea de alquilar ropa, ¿cuándo llegaste a la conclusión de que ese era un servicio necesario, posible?

MZ - Eso surgió porque me pasaba que tenía una fiesta, y veía que también les pasaba a mis amigas, teníamos una fiesta y salíamos corriendo a comprar algo Son prendas que al ser tan delicadas necesitan mano de obra, capaz que costuras a mano, entonces son prendas caras por lo general. Entonces pensaba: estas prendas que uso tan poco, que capaz que las quiero un día, son las más caras de las que tengo en el ropero. A partir de ahí surgió la necesidad de buscarle otra vuelta, no tenía la satisfacción cada vez que me compraba una cosa, la usaba un día y la dejaba después el resto del año ahí colgada.

EC - Empezó como una inquietud personal, era un problema que tú tenías.

MZ - Exacto, era un problema que yo tenía y que veía que mis amigas también tenían.

EC - ¿No había ningún servicio parecido acá en Uruguay a lo que estabas gestando en tu cabeza?

MZ - No, en ese momento no había nada parecido y dirigido al público al que hoy en día se dirige. Si bien es algo que se hace desde hace años, también en los hombres es algo muy normal

EC - Claro, pienso por ejemplo en esas sastrerías que alquilan smokings para las fiestas, eso existe desde hace décadas. ¿Para las mujeres también existe el alquiler de vestidos de fiesta?

MZ - Existe el alquiler de vestidos de fiesta, y existía en ese momento enfocado hacia un público diferente.

EC - Un público mayor.

MZ - Exacto. La idea con este emprendimiento fue darle un giro, darle un valor agregado, que se pueda acceder a algo de diseño, a algo que está bueno, que puede ser para jóvenes, que se pueda alquilar, que se pueda usar un día y devolverlo.

EC - ¿Qué incidencia tienen las redes sociales en la viabilidad de una idea como esta?

MZ - Son superimportantes, fueron el primer medio que tuve y que sigo utilizando muchísimo para difundir la idea, para dar información sobre cómo funciona, porque también hay mucha desinformación al respecto. Las redes son a lo que más le damos importancia hoy en día como medio de comunicación.

EC - Eso sin duda, pero yo te lo preguntaba por otro lado. Estaba repasando los mensajes de los oyentes y llega uno de Rosario que dice: Las redes sociales nos complican la vida a las madres. Mi hija de 15 años tiene muchos cumpleaños ya que va a un colegio grande, y hace dos años nos mudamos del interior y mantiene sus amigos o sea, más gente todavía alrededor. Cuando le digo que vaya con la misma ropa a dos fiestas seguidas, ya que son distintos invitados, me dice que no porque ya la vieron en Facebook.

MZ - Totalmente. El hecho de que tenés una fiesta, cámara de fotos, fotos, se suben las fotos a Facebook, a Instagram, y está registrado qué te pusiste, qué no te pusiste, más allá de la gente que haya ido a ese evento. Debido a las redes sociales hay un "registro histórico" de cada uno, de qué usaste. Como que eso también ayudó a querer cambiar de ropa cada vez. (...) La solución inicial era que vos le prestabas a tu amiga el vestido. Y lo mío, entonces, fue como poner un negocio en ese lugar: donde antes no había algo, ahora hay. En vez de prestarse y que el vestido rote tanto en un mismo grupo, lo usamos una vez, lo devolvemos y podemos usar otro.

EC - Supongo que tuviste que vencer unos cuantos prejuicios: que la dueña del vestido se anime a desprenderse de él y lo ponga en alquiler no es tan obvio, y que quien precisa un vestido para una salida acepte usar uno que no es propio sino alquilado, una cosa es pedir prestado un vestido, otra cosa es ir y alquilarlo.

Sorteo entradas dobles para ver "Escape Imposible (Escape Plan)" -> Sorteado

Ray Breslin es la mayor autoridad en el mundo, en materia de seguridad estructural. Después de analizar todas las prisiones de alta seguridad y aprender sobre una amplia gama de habilidades de supervivencia que le... ver más

"Bullet" es el nuevo video de Franz Ferdinand

Los escoseses estrenaron un video dirigido por Andy Knowles para otro de los cortes incluidos en "Right Thoughts, Right Words, Right Action".

ver más

MZ - Exacto. Nosotros lo planteamos como darle un giro, y que es de mujer inteligente utilizar el servicio de alquiler, porque si lo pensamos es algo totalmente racional el servicio, es decir: Es una prenda que uso poco, entonces ¿para qué la voy a comprar?, la alquilo. Tratamos de enfocar en que es una mujer que es inteligente, sabe manejar sus recursos y utiliza este servicio porque es óptimo para su vida, porque es menos tiempo, porque la idea es proponerle mucha variedad, porque económicamente también le va a rendir. Es un servicio integral al que puede acceder y es algo racional.

EC - Si uno ingresa al sitio web de 1000 Razones se encuentra con una página con un estilo muy desenfadado, muy a tono con el tipo de público al que se dirige, pero se encuentra además con las razones, algunas de las razones que recién manejabas y otras, todas planteadas de manera muy directa a propósito de por qué hay que vencer esos miedos y largarse. ¿Cómo terminaste armando el servicio? Porque recién estábamos simplemente charlando sobre el origen y la idea. ¿Cómo evolucionó la cosa hasta tener algo ahora tan organizado?

MZ - Empezó organizado desde el principio. Participé en el programa Carpe, que fue la raíz de todo, que me ayudó a organizarme más.

EC - Aclaremos qué es Carpe, porque es un ingrediente importante en todo este proceso.

MZ - Carpe es un programa que hoy en día se llama Sé Emprendedor, que apoya a las personas que tienen ideas, las presentás y te hacen un proceso que culmina con escribir un plan de negocios. Eso involucra desde la investigación de mercado, o sea saber qué tan viable es para el mercado uruguayo, y además un estudio económico para saber qué tan redituable puede llegar a ser la idea. A raíz de esta investigación fueron cambiando cosas desde la idea original hasta lo que es hoy en día, gracias a eso, que ayudó a organizar y a tener una visión más clara de cuál es la esencia y el enfoque que quiero darle a la marca.

EC - ¿De quién depende Carpe?

MZ - Carpe depende del MIEM (Ministerio de Industria, Energía y Minería), está apoyado por la Dinapyme (Dirección Nacional de Artesanías, Pequeñas y Medianas Empresas), y tiene muchas organizaciones que apoyan el proyecto y sigue adelante. Creo que hay dos convocatorias por año, que son a principio y a fin de año, y el proceso total dura un año y medio, más o menos.

EC - Entonces ¿cuánto tiempo te llevó esta vinculación con Carpe, del MIEM?

MZ - En total me llevó un año y medio, tres meses de cursos con otros emprendedores que tenían otras ideas que está bueno, porque generás un networking que sirve para el futuro, después tres meses con una tutora, con reuniones semanales para ir escribiendo el plan de negocios, y después los primeros seis meses de funcionamiento también con esta tutora para los primeros ajustes, ir acomodando las cosas sobre la marcha.

EC - ¿Cuándo nace formalmente la empresa?

MZ - Formalmente nació en setiembre del 2011. Ahí empezó a funcionar en mi casa tímidamente y a través de las redes sociales, de mi círculo de amigas. Esos fueron los inicios de 1000 Razones.

EC - Era una empresa absolutamente familiar, unipersonal, con un sitio en internet, un Facebook, un Twitter y un teléfono.

MZ - Exactamente.

EC - ¿Y con qué tipo de ropa? Enseguida Rosario nos va a contar cómo es.

***

EC - ¿Cómo son esas prendas, Rosario?

RC - Yo quería entrar en ese tema, porque más allá del éxito de la empresa, creo que el valor que aporta el diseño de Maca es lo que le da singularidad a la propuesta. Porque no es solamente gente que lleva su ropa, sino que ella muchas veces compra u obtiene ropa y empieza a mezclar materiales, y realmente la transforma. Creo que si la persona dueña de determinada ropa lo permite, lo que en definitiva alquilan no tiene nada que ver con lo que entregó. Es muy interesante, porque la transformación es total, y creo que ahí está el aporte de la diseñadora.

EC - ¿Qué tipo de prendas son?

RC - Lucen para toda ocasión. Desde prendas como la que ayer se probaba una chica que estaba buscando para un casamiento, una preciosa minifalda de flecos y arriba un elemento totalmente bordado en piedritas, hasta una pollera larga que se puede combinar con algo bastante menos rico en cuanto al material que se emplea pero que puede ser sumamente moderno, colorido, veraniego, como la línea que presentó en MoWeek, que te puede servir para una salida que te interese, ir a un lugar donde de alguna forma quieras estar bien para alguien o para ti misma.

Y si bien es evidente que el target es fundamentalmente gente menor de los 40, en la medida en que el físico aguante hay algunas prendas que perfectamente se pueden adaptar y que me han tentado a mí también. Algunas que nunca podría ponerme, más allá de que son fantásticas, pero una pollera larga plisada azul todavía me puedo poner. En definitiva es muy gracioso he ido en varias oportunidades ver a las chicas jóvenes con la mamá que asesora y que se anima a recomendarle por ejemplo que esa minifalda es fantástica, a pesar de que es muy cortita. Es así, permanentemente está entrando gente joven que viene en busca de una oportunidad especial para la cual busca determinada prenda. Insisto, no siempre es la prenda terminada tal cual la entregó la persona, sino en muchos casos una realización de Maca a partir de distintos elementos.

EC - Si entiendo bien, hay tres tipos de prendas: por un lado las que tú diseñaste y confeccionaste; otras prendas que comprás por allí y que cambiás, les agregás tu toque personal, y después las que te traen las clientas para dejar en alquiler.

MZ - Son esas tres.

EC - ¿Estas últimas también llegan a ser tuneadas a veces?

MZ - En el caso de que la clienta lo quiera se puede tunear perfectamente, se habla con la clienta y vamos viendo el proceso, los cambios que le podemos hacer. En el caso de que quiera dejarlo intacta, porque le encanta el vestido, pero ya lo usó y dice lo quiero poner a trabajar, lo podemos dejar así.

EC - Si bien sos diseñadora, no sos una diseñadora convencional, no diseñás para vender necesariamente terminado tu producto.

RC - También se puede vender.

MZ - También se pueden vender, pero el objetivo cuando diseño no es la venta, sino que la idea es poner en alquiler una propuesta de diseño, darle un valor agregado al alquiler, que sea poder acceder al diseño de esa manera. Si bien las prendas tienen también precio de venta, el objetivo principal y lo que generalmente se da en la práctica es que las alquilás, porque al tener un alto valor agregado de diseño generalmente son prendas únicas que querés usar una vez.

EC - La diseñadora sigue siendo fundamental en Macarena Zas; incluso ahora en la última edición de MoWeek hubo un desfile especial de tu colección.

MZ - Exacto.

EC - Pero no es una colección que tú hayas pensado necesariamente para vender, también está para alquilar.

MZ - Sí, la colección se pensó para alquilar. Es más, pensamos en prendas bien diferentes y únicas, porque la idea no es venderlas y tener que reponer esa prenda, tener otra igual, sino que son prendas únicas, que fueron realizadas y pensadas capaz que armando conjuntos dentro de la tienda, porque está bueno que encuentres la pollera y la solerita y no solamente la solerita o solamente la pollera, sino que ya tengas una propuesta integral del conjunto y del look que vas a llevar.

RC - Ese es otro aspecto que me parece interesante, porque en la medida en que una única prenda no es entera, que puede admitir combinaciones diferentes, no se hace repetida, porque en este ambiente chico que tenemos nosotros posiblemente una pollera como la que vi, rayada, de colores, espectacular, de verano, se va a notar siempre si la utilizás de la misma manera. La ventaja es esa, que tú hacés dos prendas que se puedan combinar de distinta manera y se transformen en otro vestido.

***

EC Después de aquel trabajo de asesoramiento que recibiste, cuando finalmente la empresa se formalizó el inicio fue en tu casa. ¿Cuándo y por qué resolviste que ya tenías que tener un local propio?

MZ - Porque llegó el punto en que dije: o crezco o no. Aparte ya venía mucha gente y quería dar ese paso que implicaba jugármela, pongo mi local propio, empiezo a trabajar en esto full time, como siempre en realidad, no tuve otro empleo. Además me sirvió mucho y hoy en día me siento feliz de tener el local nuevo, ir a trabajar ahí, estar cien por ciento ayudando y asesorando a las chicas y volver a mi casa, como que antes vivía en la tienda y trabajaba.

EC - El local no está ubicado en un lugar cualquiera, está en una especie de galería que Rosario describió hace algunas semanas aquí en el programa, St Clemente, que está ubicada a su vez en una casona en Ellauri casi bulevar España. Repasemos de qué se trata.

RC - Es un local enteramente dedicado a marcas, fundamentalmente de diseño uruguayo, creo que hay dos argentinas. Diseño muy joven, desde que uno entra y lo atiende una chiquilina que debe de tener la edad de Maca se da cuenta de que está todo dedicado y pensado para que sea atractivo para la gente más joven. Podés resolver todo ahí, cantidad oferta de zapatos, accesorios divinos, una cantidad de elementos. Eso se desarrolla en dos plantas, incluso hay una cafetería al fondo que es una maravilla, y la casa también es una maravilla. Pero en ese mix, la oferta de 1000 Razones viene al pelo, porque de alguna forma se separa del resto, que es venta de cosas nuevas, y se ubica en una boardilla, para llegar a la cual aquí hay un primer tema de discriminación para los veteranos hay que salir a la terraza, subir por una escalera de servicio relativamente angosta y meterse debajo de ese techo maravilloso, fuertemente inclinado, y te encontrás con un lugar

EC - ¡Es un filtro, es para que no vayas tú...!

RC - Mientras pueda subir escaleras voy a seguir yendo, aunque no compre nada, me encanta mirar. Y en definitiva uno se encuentra con un local con fuerte inclinación de techo, con toda una tirantería de madera pintada de blanco. El lugar central más alto, debajo de la cumbrera, se ha aprovechado para que la gente se traslade, y los percheros están ubicados en los laterales. Ya de por sí el lugar te plantea una propuesta absolutamente diferente, un local comercial pensado para una venta de este tipo, es parte del gancho que tiene esto que es tan original.

EC - Y está funcionando.

MZ - Sí, está funcionando.

RC - A pesar de la escalera, sube la mamá con la nena.

MZ - Vale la pena subir la escalera.

EC - ¿Cómo se da la relación con los otros locales?

MZ - Bien; los otros locales venden y nosotros alquilamos, es una propuesta diferente y que complementa al resto de los negocios que hay allí.

RC - Que tienen la misma línea, nada es tradicional.

MZ - Ahí está, la propuesta fue juntarnos en St Clemente diseñadoras que de alguna manera apuntamos al mismo público objetivo, entonces atraer a la misma gente, y más porque somos 15, entonces al cliente también le sirve ir a un lugar solo.

EC - ¿Cómo reaccionan tus colegas diseñadores o diseñadoras ante una oferta como la tuya? Ellas en principio venden, requieren que la clienta ponga tal cantidad de dinero para llevarse y comprar un vestido, una camisa, una pollera. Tú en cambio le ofrecés la alternativa más sencilla del alquiler, más barata, por supuesto. ¿Entonces?

RC - Pero a esa ropa le faltan el par de zapatos que puede solucionar abajo, los accesorios que también tiene abajo. Es una complementación bien interesante.

MZ - Exacto, somos bien complementarias, vas a buscar una pollera y después si querés la solerita o querés que te quede algo, ya la comprás, o los zapatos. Sirve como propuesta estar todas juntas para atraer a más cantidad de gente y también para ir combinando las cosas de todas para armar un look.

EC - Hay cantidad de mensajes de los oyentes, algunos con preguntas muy puntuales, como el de Blanca: ¿Cómo resuelven el tema de la limpieza de los vestidos?.

MZ - De la limpieza de los vestidos se encarga 1000 Razones. Las clientas retiran los vestidos, los devuelven y 1000 Razones se encarga de la limpieza. Utilizamos diferentes procesos de limpieza que son internos nuestros, le hacemos un cuidado máximo a la prenda. Y además de la limpieza hay otra parte, al tener muchas prendas bordadas existe la parte de la limpieza y también de arreglos, de rebordar, poner de vuelta la prenda a punto, que también es una tarea de todas las semanas y continuamente se necesita, porque es evidente que son prendas delicadas y tienen que rebordarse y arreglarse.

EC - Blanca termina el mensaje diciendo: Felicitaciones, la capacidad creativa de los jóvenes como Maca es lo que va a lograr que Uruguay se ubique en un mapa sin vacas ni soja. Bueno, no sé si es la idea es un país sin vacas ni soja, pero está claro que esta, la de Maca, es otra forma de hacerse camino.

A propósito, también hay mensajes un poco más "cruzados", no sé si decir mala onda, pero puede ser, como este de Rafael de Las Toscas que comenta: Ah, bueno, claro, inventó la pólvora. Y pregunta: ¿Paga BPS?. Vamos a las dos cosas. ¿Inventaste la pólvora?

MZ - No, pero le podría contestar que es hombre y probablemente use un [mismo] traje cada vez que vaya a una fiesta. Las mujeres seguramente entienden mejor.

RC - Y las jóvenes más.

MZ - Y más las jóvenes, que tenemos que cambiar cada vez. No es ponerse la corbata y la camisa, es pensar el vestido, los zapatos, las caravanas. No es la pólvora, pero es una solución para las mujeres, seguro.

EC - ¿Pagás BPS?

MZ - Pago BPS, las formalidades están todas cumplidas.

EC - Decías que cuando empezaste no había servicios de este tipo en el mercado. Ahora tengo la impresión de que ya han aparecido algunos similares.

MZ - Sí, ya han aparecido algunos similares. Cuando empecé no había similares, como hablábamos al principio, había una cosa totalmente diferente que apuntaba a otro público. Hoy en día hay similares, pero el diferencial y el valor agregado de nuestra propuesta es el diseño y el tener una oferta que constantemente está cambiando, los vestidos rotan constantemente, vamos cambiando y trayendo nuevas piezas. Hoy en día cualquier persona puede traerse de Estados Unidos o pedirse ropa, puede hacer hasta cinco pedidos [por año], entonces en 1000 Razones buscamos apuntar a esas prendas a las que uno no llega desde acá o que son de muy difícil acceso, o modificaciones que son difíciles. Yo les digo tesoritos, se pueden encontrar como pequeños tesoritos y prendas que son únicas y que están ahí a disposición de la que quiera alquilar.

EC - ¿Cómo sigue esta historia? Leyendo en el sitio web me encuentro con varios textos que tú has publicado allí, uno es Nuestra misión, y otro Nuestra visión, y allí dice: *Generar un profundo conocimiento de los consumidores objetivo, logrando desarrollar un modelo de empresa aplicable en entornos diferentes, ya sea en el interior del país como en el exterior*. ¿Efectivamente está planteado que 1000 Razones crezca?

MZ - Sí, claro, pienso que estos son los primeros pasos y voy por más, siempre seguir tratando de crecer de a poquito y expandir la idea en cuanto haya una buena respuesta del público. En lo que dice respecto al exterior, es un modelo de negocio, y como todo servicio tiene su know how y su conocimiento, entonces ir avanzando en ese conocimiento hacia las mujeres y hacia la manera de vestirse en estas ocasiones tan especiales. El plan es eso, generar un conocimiento que nos lleve a poder replicar esto y probarlo en otros lados.

EC - ¿Tenés ya algún escalón más o menos organizado?

MZ - Tengo información y un poco de perspectiva de abrir en Argentina, que es un tipo de mujer capaz más abierta que la uruguaya, adaptan las ideas rápido. Esto ya existe allá, pero el plan es darle nuestro valor agregado de diseño. Si bien necesitamos continuar con la investigación de ese público, que es distinto del nuestro, está el plan y es el proyecto a futuro de 1000 Razones. Veremos cómo sigue esta historia, pero ese es el plan.

***

Transcripción: María Lila Ltaif

Descargas

Comentarios

Ingresar para comentar Registrarse

Volver arriba

Inicio | Agro | Ciencia y Tecnología | Cultura | Deportes | Economía | Medio Ambiente | Política | Salud | Sociedad

ESPECTADOR.com

El titular de 810 AM es Lanos S.A.
Integrada por María Mastrangelo, Javier Massa y Alexandra Morgan (Dec. 387-11)

Rio Branco 1481 cp.11100
tel: +598 2 902 3531
Montevideo - Uruguay

Suscribete

Recibe el newsletter y no dejes de estar informado

Enviar

Síguenos

810 ESPECTADOR URBANA ONLINE
ENPERSPECTIVA Mochila
ESPECTADOR NEGOCIOS.com Mochila

Certificado por: comScore