

# “Creo que la felicidad está en hacer feliz a los demás”

El CEO de Woow, Leonardo Silveira nos recibió en las oficinas de la empresa para contarnos cómo su carrera profesional desembocó en la empresa que captó el 80% del mercado de ventas on line en Uruguay.

**L**legó desde Salto a los 18 años para realizar sus estudios universitarios en Montevideo. Cuenta que desde niño veía en lo cotidiano cosas que se podían mejorar y de esa manera tener impacto en la vida de los demás.

Realizó toda su carrera de gerencia en administración de empresas con el claro objetivo de superarse y recibiendo con honores abandonó la posibilidad de una beca de maestría en Estados Unidos considerando que era muy chico para alejarse tanto tiempo de su familia y amigos.

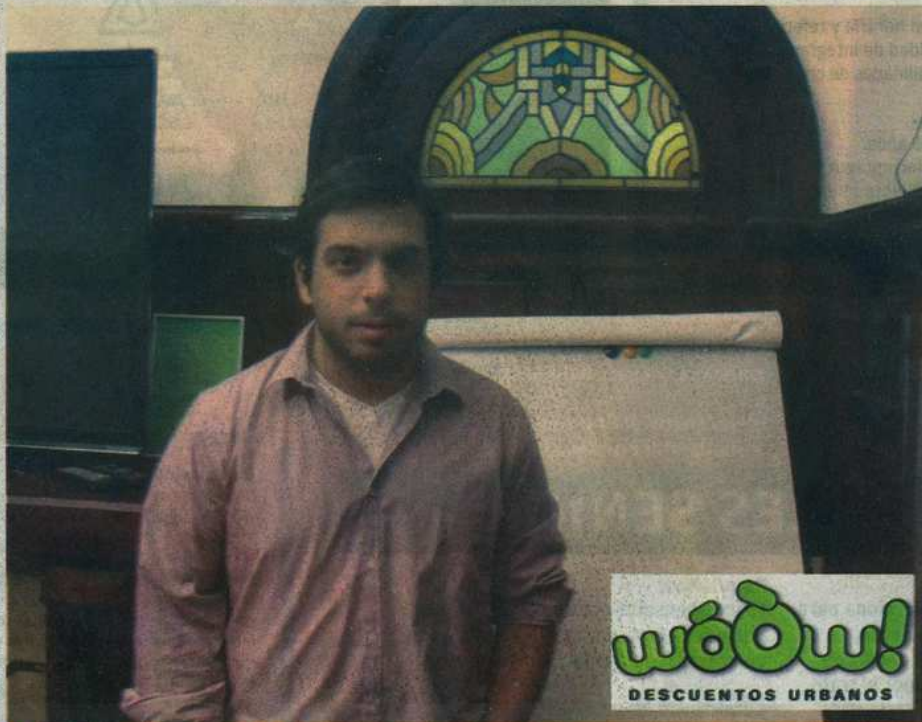
En ese marco renunció a su trabajo y emprendió un viaje por Europa de 4 meses, del que regresó con una decisión clara: emprender un proyecto. Al volver llamó a Martín Giura, amigo y ex compañero de la ORT y empezó el recorrido de Woow.

## ¿Qué fue lo que te motivó a emprender?

Siempre tuve ganas de ser un excelente asesor financiero o trabajar en fondos de inversión. Tenía objetivos que no iban hacia el lado de emprender algo, si bien me gustaba. Martín siempre me decía que tenía que ir hacerlo. En el viaje, estuve todo el tiempo viendo cosas nuevas y otras como para hacer y fue ahí cuando me di cuenta que tenía que volver y emprender algo. Había renunciado al trabajo en el banco y no tenía nada que me limitase. Fue una sumatoria de cosas que me llevó a eso.

Cuando llamé a Martín él estaba con un emprendimiento de software pequeño y me dijo que estaba terminando con eso y que se quería tomar unas vacaciones. Pero tengo un gran poder de convencimiento y le pedí que me diera tres meses para ver qué podíamos hacer juntos.

El día 1 fue muy diferente a lo que se cree que pasa normalmente. Los dos frente a frente, pensando en qué se podía hacer. En este caso estábamos convencidos que queríamos ejecutar una idea, que no sabíamos cuál era. Estuvimos un tiempo sin saber qué hacer. Estábamos convencidos de que queríamos hacer algo que tuviera impacto real. Entendíamos que la forma tenía que estar relacionada a



• La responsabilidad de impactar positivamente en el entorno.

internet y la tecnología, esa era nuestra base. Hubo un momento en que, teniendo nuestro presupuesto definido, necesitábamos generar ingresos para no depender de nuestros padres. Fue así que empezamos a vender vajilla por Mercado Libre. El padre de Martín es importador y entonces la idea era comprar barato y vender, pero nos fue horrible. Probamos dos o tres semanas y lo dejamos.

Hasta que llegó el día en que Martín se encontró con Larre, quien terminó siendo el tercer socio fundador. Él comentó sobre un sistema de compras en grupo que venía revolucionando el mercado. El modelo estaba siendo muy bien aceptado y a partir del momento en que lo vió mi amigo decidimos hacerlo. Al principio trabajamos a un ritmo muy intenso y disfrutándolo mucho, hasta llegar a lo que somos hoy... una empresa con 150 personas que tiene el 80% del mercado, que está innovando en otras industrias y también en otros proyectos a futuro.

## ¿Cómo explicás que Woow tenga el 80% del mercado?

Es la pregunta del millón. Puede haber varias teorías pero creo que la razón principal pasa por el cuidado del cliente. No quiero decir con esto que las otras empresas lo descuiden, pero

nosotros pusimos especial foco en eso. Siempre dijimos que le debemos nuestra vida al cliente y por eso tenemos especial atención con todos ellos. Así se pensó desde un primer momento y así es la cultura de la empresa.

## Tengo entendido que en el proceso tuvieron que cambiar varias veces la misión y visión de la empresa

El gran cambio fue que, en principio, nos veíamos como una empresa de ofertas diarias y así cuando empezamos, nuestra misión fue ser líderes. Llegó un momento en que nos dimos cuenta que estábamos en una industria mucho más grande y por lo tanto teníamos que redefinir nuestra misión.

La razón de ser de Woow no sólo pasa por ser exitosos, sino en desarrollar una empresa en donde la gente esté contenta y feliz. Realmente nuestro foco está ahí porque creemos que todo lo otro llega después. Nuestra misión pasa por ser honestos, buenos compañeros, por generar un ambiente en donde permanentemente tenemos desafíos y estamos contentos por esforzarnos, entendiendo que equivocarse es bueno. Hay una serie de valores y de principios que sostienen mi misión como empresa que al final del día termina siendo eso: generar un ambiente de trabajo donde todos

sentimos responsabilidad por la felicidad de nuestros compañeros, donde todas las personas se sientan desafiadas, importantes, sean honestas. Creemos que el valor de las cosas es directamente proporcional a lo que uno renuncia para lograrlas; estamos convencidos de que es así y esa es la cultura que queremos instaurar.

## ¿Qué nuevos proyectos surgieron después y qué los motivaron?

Uguana (guía de locales de gastronomía, estética y ocio) y Soorprise! (página de regalos) son proyectos que vienen bien. Tienen dos años, no fueron crecimientos tan explosivos como Woow porque son más de nicho y específicos. También generamos Buy & Go, muy similar a Woow, pero con ofertas permanentes de gastronomía que podés comprar y ya ir a consumirlos. Shoppit es una tienda de electrodomésticos que tiene ofertas de forma permanente. Nos dimos cuenta que tenemos la responsabilidad de darle soluciones a nuestros clientes y a su vez, ellos nos pedían y necesitaban estos servicios. Esas nuevas líneas de negocios se generan a partir de la demanda.

## ¿Cómo es el futuro de Woow?

Me encantaría saberlo. Siempre vamos a ir atrás del mismo concepto. Yo tengo clientes que

quieren soluciones y se las quieren dar, a partir de ahí las ideas son infinitas. Tenemos algunas, no tan definidas, pero sentimos la necesidad de seguir mejorando y evolucionando, eso está en el ADN de Woow. El desafío debe ser constante, sino comienza el aburrimiento de la rutina y eso no lo queremos como empresa.

## ¿Y la idea de hacer la maestría?

Por ahora no. Si bien no la olvidé, siento que tengo mucho que aprender todavía. Lo que he logrado en ese sentido en estos tres años se lo recomiendo a todos. Creo que tuve mucha suerte, yo y todos los que trabajamos en Woow. Aprendemos todos los días y eso lleva a que te equivoques, nos formamos en muchas cosas todo el tiempo. No es que subestime lo que es un master, todo lo contrario, el estudio vale y muchísimo, pero a pesar de eso creo que tengo que aprender mucho todavía de esta empresa y de sus personas.

## ¿Cuál fue el mayor desafío y el mayor aprendizaje en estos años de Woow?

El mayor aprendizaje, vino de la mano de la responsabilidad. Aprendí que las empresas y en particular yo, como gerente general, CEO, fundador o como le quieras llamar... o mejor aún, yo como persona que forma parte de un grupo que tiene impacto en la sociedad, tengo muchas oportunidades de impactar positivamente, tanto en las personas como en la sociedad. Y que al final del día las satisfacciones vienen por ese lado. Mi mayor trofeo fue una pregunta que me hicieron cuando estaba dando una charla. Un empresario de unos 50 años me dijo: "de acuerdo a lo que se escucha, Woow es una empresa donde todo el mundo está copado, ¿cómo hacen?". He ganado premios, pero mi mayor trofeo fue ese.

Como empresa, persona y compañero tenés la oportunidad de impactar en el resto. Asumirlo como tal y tomarlo como tu mayor desafío es fundamental porque realmente por ahí pasan las mayores satisfacciones; por darte cuenta que podés influir positivamente en una persona, y hacer todo para lograrlo. El mayor desafío es hacer eso de la mejor manera posible.