

El empresario Rodolfo Oppenheimer se hizo famoso por ser el padre de la entrada de McDonald's en Uruguay. Lleno de nuevos proyectos, conversó con *El Observador* sobre la forma en que la idiosincrasia uruguaya afecta o no el espíritu emprendedor

“Los uruguayos deberían festejar más sus éxitos”

POR VALENTÍN TRUJILLO
DE LA REDACCIÓN DE EL OBSERVADOR

A escuchar hablar a Rodolfo Oppenheimer, se tiene la sensación de que uno está frente a un predicador. Pero su dogma no se conecta místicamente con el más allá, sino que está firmemente asentado en la práctica cotidiana de una actividad concreta: satisfacer de la mejor manera a los clientes, en cualquier actividad empresarial.

El pasado “condena” positivame- te la carrera de Oppenheimer, porque su historia habla por él. En 1991, “de cero”, este uruguayo nacido en 1954 abrió el primer restaurante de McDonald's en Uruguay. Tenía una fe absoluta en el proyecto y el fracaso no estaba dentro de su horizonte de posibilidades. Con esta determinación casi de “integrismo empresarial”, Oppenheimer se lanzó a conquistar un páramo donde lo único que recibía eran las opiniones negativas del típico “estás loco, eso no se puede acá”.

Con una sonrisa distendida y nada fundamentalista, el empresario –actual socio fundador de Xn Consultores–, confesó a *El Observador* que no concibe otra forma de trabajar que con esa pasión “religiosa”. Oppenheimer participó del ciclo de Conferencias de Liderazgo que *El Observador* viene ofreciendo a sus suscriptores desde el año pasado.

Durante su exposición compartió sus experiencias en los años al frente de McDonald's, explicó el papel de su consultora Xn y también desarrolló su fórmula de la ecuación del valor como resultado de la experiencia dividido determinado precio, toda ello bajo el paraguas de una marca reconocida. Aquí va un extracto del diálogo que mantuvo con *El Observador* tras la conferencia.

¿Uruguay como país genera oportunidades a los emprendedores?

La realidad de Uruguay es que hay muchas oportunidades. Hay oportunidades en donde uno las busque. Uruguay ofrece grandes oportunidades, en especial en este momento en que la economía está creciendo. Hay que tener ganas, escuchar al mercado, ver lo que está ocurriendo y buscar dónde se puede generar valor para los clientes. Eso genera oportunidades. Continuamente veo cosas nuevas que están ocurriendo en Uruguay. Veo que cosas adicionales se puede agregar a esos nuevos emprendimientos.



Qué otros servicios se les puede vender a los clientes. Qué otras cosas pueden complementarlas.

¿Qué desafíos le plantea Uruguay a los emprendedores? ¿Son de contexto, de mercado, de capacidades personales...?

Creo que básicamente va mucho más por el lado personal, por las ganas que uno le ponga al proyecto, y no tanto a trabas de otro tipo.

El uruguayo es una persona que le gustan las seguridades, sobre todo a nivel económico. ¿Cómo afecta esto al emprendedor uruguayo?

El emprendedor uruguayo es tan tomador de riesgos como en cualquier otro país del mundo, solamente que no lo festejamos lo suficiente. No somos una sociedad a la que guste demasiado el reconocimiento. Pero sí tomamos el riesgo y lo capitalizamos a nuestro favor. Hay muchos ejemplos al respecto. Se me ocurre (Carlos Alberto) Lecueder (desarrollador inmobiliario e impulsor de Montevideo Shopping, Portones y la Terminal Tres Cruces). Si habrá tomado riesgos este hombre.

¿Cómo maneja la idiosincrasia uruguaya, para la que es fundamental la humildad, el éxito comercial?

Todavía tenemos demasiado perfil bajo. El uruguayo debería festejar más, para hacer más ejemplos, para que más empresarios vengan a Uruguay, para que más gente se anime a ser exitosa. De todos modos, pienso que la humildad como valor en sí no es contraproducente para un emprendimiento. Es necesaria. Creo que creérsela toda es equivocado. Nadie tiene la verdad en todos los aspectos. Todas las exageraciones son malas. Hay que buscar el balance adecuado.

Con este background, ¿cómo se delinea el liderazgo acá?

Tampoco en esto Uruguay se diferencia de otros países. Existen diferentes tipos de liderazgo: los directivos, los participativos. Para el liderazgo en el área comercial tenemos excelentes ejemplos en el país.

Como referente, ¿cuál sería su mensaje para los jóvenes emprendedores?

Céntrense en el cliente. En las necesidades de los clientes, tanto de los externos como de los internos. Es muy importante construir un buen equipo desde adentro para ofrecer servicios de calidad hacia afuera. ●

Perfil

Nombre Rodolfo Oppenheimer

Nació en 1954

Estudió en Purdue University y en la Krannert School of Business

Egresó como ingeniero mecánico e industrial y como MBA en finanzas internacionales

Ingresó a McDonald's en 1985, como tesorero para América Latina.

Fue socio de McDonald's Uruguay desde 1991 hasta 2002

Es socio fundador de Xn Consultores, miembro del directorio consultivo mundial de Endeavor y del directorio de la Fundación Fulbright y presidente de DESEM Jóvenes Emprendedores

7

restaurantes

tenía la franquicia de McDonald's en Uruguay en 1996, en el momento más crítico de la empresa en nuestro país.

32

restaurantes

de McDonald's funcionaban en 2001, transformando a Uruguay en el mercado de mayor densidad de América Latina de esta marca.

2002

fue el año cuando

Oppenheimer vendió McDonald's Uruguay, en el apogeo de su desarrollo.