



“GANÓ MI AVIDEZ POR EMPRENDER UN CAMINO NUEVO”

Luego de 14 años como gerente de Marketing en Punta Carretas Shopping, Rosario Terra se despide de la empresa. Socióloga y licenciada en Marketing, asegura que el trabajo y la familia se retroalimentan: que ser madre la hizo mejor profesional y que su actividad laboral fue positiva en la crianza de sus hijas. Sobre su experiencia, las metas alcanzadas y el nuevo camino que emprende, conversó con LARA.

Por M.A.A • Fotos Chino Pazos

“ME ENCANTA TRABAJAR, LO DISFRUTO Y SOY BASTANTE INQUIETA INTELECTUALMENTE. NO ME VOY PARA ESTAR EN MI CASA, PERO SÍ VOY A DISFRUTAR DE UN TIEMPO TRANQUILA”

¿Por qué tomaste la decisión de dejar Punta Carretas Shopping?

R.T: En tantos años de trabajo en un mismo rol, uno pasa por diferentes estados; hay, como en todos los órdenes, un ciclo de vida. Los primeros años son de mucho aprendizaje, uno va absorbiendo la realidad del negocio. Eso te permite crecer personal y profesionalmente, e ir pasando de un estadio operativo a uno estratégico. Cuando llegás a ese lugar, empezás a sentir que podés volcar tu punto de vista, y dentro de los lineamientos de la empresa, darle una impronta más personal al trabajo que hacés. Es una etapa muy disfrutable, que soy consciente que es un gran privilegio, porque no siempre se da. Pero poder hacerlo genera un compromiso mucho mayor con los resultados. Tu trabajo se vuelve parte de tu vida y de tu persona.

Luego el tiempo pasó y se dieron situaciones que, en lo personal, me hicieron cuestionar si seguir haciendo lo mismo el resto de mi vida laboral o animarme al desafío de hacer un alto y probarme en un área distinta. Es una decisión con la cual uno a veces fantasea, pero cuesta mucho tomar porque implica soltar un montón de cosas a las que nos aferramos, porque nos dan certeza desde diferentes puntos de vista. Finalmente, gracias al apoyo de mi familia, ganó mi avidez por emprender un camino nuevo.

¿Qué balance hacés de todos estos años?

Fueron muchos años de mucho aprendizaje. Tuve otros trabajos antes, pero Punta Carretas fue mi experiencia principal. Miro para atrás y sólo tengo agradecimiento por todo lo que pude hacer acá. Hay empresas que, en Marketing, tienen muchas cosas digeridas de afuera. Pero acá lo hacemos todo nosotros: las campañas, eventos, las ideas de las promociones, la comunicación... Es muy desafiante y muy lindo. Te da la posibilidad de siempre estar cambiando y haciendo cosas nuevas.

Cuando entré, el shopping tenía seis años; ahora tiene 23. Pasó de ser un lugar que en su momento generaba mucho ruido, muchas cosas espectaculares y grandiosas, a tener más personalidad y a generar lazos más estrechos con el consumidor, más de afecto. Lo más lindo fue ir dibujando y definiendo cómo era la personalidad de Punta Carretas y en base a eso decidir cuáles eran las mejores acciones.

¿Qué aprendizajes te llevás de esta experiencia?

Primero, que por más capaces y eficientes que seamos, nada se logra sin formar un buen equipo, de profesionales comprometidos y sobre todo buenas personas

Además, hay que tener una actitud de aprendizaje constante; el comportamiento del consumidor cambia permanentemente y hay que abordarlo desde múltiples aristas.

Por último, hay que ser fiel a uno mismo y ser ético siempre, cueste lo que cueste. Al final del día, uno se va a poder ir con la frente en alto y con el respeto de las personas con las que hemos trabajado y hemos estado en contacto.

“Me encanta trabajar, lo disfruto y soy bastante inquieta intelectualmente”, dice Rosario Terra, gerente de Marketing de Punta Carretas Shopping. Tan inquieta es, que estudió Sociología y Marketing en simultáneo, trabajó, tuvo cuatro hijas bien seguidas (hoy tienen 12, 10, 7 y 5 años) e hizo diferentes cursos vinculados a shopping centers, gestión de la experiencia y marketing digital. Sin embargo, después de 16 años en el centro comercial, decidió dar un paso al costado, para “ser madre de tiempo completo” y explorar nuevas opciones. “Entré a trabajar siendo soltera; después me casé y tuve cuatro hijas. El shopping me acompañó mucho en este crecimiento y mi familia también. Pero llega una etapa en la que uno dice: ‘Bueno, me animo a hacer algo diferente’. Y creo que estoy en una buena edad para hacerlo”, explica.



“EL COMPORTAMIENTO DE LA SOCIEDAD ES TAN DINÁMICO...
HAY QUE ESTAR TODO EL TIEMPO VIENDO LO QUE ESTÁ PASANDO,
PARA HACER ALGO QUE SEA REALMENTE BIEN RECIBIDO POR LA GENTE”

¿Qué tenés pensado hacer a partir de ahora?

Tengo muchas ideas. Me encanta trabajar, lo disfruto y soy bastante inquieta intelectualmente. No me voy para estar en mi casa, pero sí voy a disfrutar de un tiempo tranquila. Y justamente también para definir qué es lo que quiero hacer en esta nueva etapa y explorar las opciones que tengo desordenadas en la cabeza.

Sos socióloga y licenciada en Marketing, e hiciste ambas carreras a la vez...

En realidad, empecé Sociología y quería hacer Marketing como especialización. Siempre me interesó entender por qué la gente se comportaba como se comportaba en masa, entender los movimientos sociales. En el primer año de Sociología sentía que me sobraba el tiempo; como en ese momento tenía la posibilidad de estudiar y no trabajar, empecé a hacer Marketing de noche. Al cabo del segundo año de Marketing, me encantaba y quería dedicarme a eso. Me acuerdo que fui a hablar con el rector de la carrera, que era Pablo Mieres, y me dijo: “Vas a ver lo que te va a servir la Sociología, si te dedicás al Marketing”. Y, realmente, estoy recontrá agradecida de lo que me dijo. El comportamiento de la sociedad es tan dinámico, tan cambiante, y mucho más ahora con la tecnología, que no hay nada que sea infalible. Hay que estar todo el tiempo viendo lo que está pasando, para hacer algo que sea realmente bien recibido por la gente. Si no tenés esa sensibilidad, es Marketing de laboratorio, de escritorio; en la computadora te funciona, pero después no. La Sociología me dio un insight diferente. Acá hacemos muchísima investigación de mercado...

MUJERES LÍDERES

Rosario trabaja con Voces Vitales, una organización sin fines de lucro que busca el empoderamiento y liderazgo de la mujer, y que ya organizó tres “Caminatas de Mentoreo”, con el apoyo de Organización de Mujeres Empresarias del Uruguay y el programa Más Emprendedoras de Endeavor Uruguay y BID Fomin. En ellas, las jóvenes conversan con mujeres líderes para conocer sus experiencias y recomendaciones. ¿Qué sugerencias tiene Rosario para las chicas que quieren emprender? “Lo más importante es investigar bien e identificar su diferencial respecto a la oferta que hay actualmente. A partir de ahí, encontrar los canales para vehicular esa idea, y ver si tiene los conocimientos suficientes o necesita asociarse con alguien. Con una buena idea el respaldo económico siempre se consigue. Lo fundamental es que tengan pasión y que se tengan fé. Cuando estar convencido, poner pasión y tiempo, hace la diferencia.



Y ahora con las redes sociales tenés ese feedback en el momento. Siempre estoy muy atenta a eso y me doy cuenta de que es por la formación que tengo. Todos en el equipo estamos muy pendientes de cómo recibe el cliente las cosas que hacemos, para hacer acciones que sean ajustadas y que sorprendan también. También por eso hacemos mucho research de lo que se hace afuera del país.

¿Cómo era el shopping cuando empezaste?

¡Cambió tanto! Tenía un posicionamiento muy fuerte. Había tenido los conciertos de José Carreras, de Víctor Manuel y Ana Belén, de Liza Minelli; se sorteaba un auto por día, no sé cuántos Cartier por día...El claim era: "Te vas a fascinar". Con el tiempo fuimos dándole un perfil mucho más femenino, nunca excluyendo al hombre, pero sí con la mujer como principal destinataria de la comunicación. Y hablándole desde el diferencial más grande del shopping: el edificio, la luminosidad, la amplitud, y cómo se siente la persona cuando viene a comprar a Punta Carretas. Es un lugar muy agradable de recorrer, genera mucho placer y es una experiencia diferente. Desde ahí construimos toda esta nueva etapa de la marca, con las campañas "Iluminá tu día" y "Brillar está en ti". El shopping es como el lado glamoroso de las mujeres y está abierto para todas quienes se quieran dedicar un tiempo.

A nivel personal, ¿cuáles fueron los proyectos que más te movieron, a cuáles le tomaste más cariño?

Son muchos y son como hijitos... Voy a elegir tres. Uno es la decoración de Navidad, que es un baluarte de Punta Carretas. Es algo a lo que el shopping siempre ha apostado, más allá de las crisis o del tipo de cambio. Es un esfuerzo muy grande, pero la emoción de todos los años, cuando se levanta el telón de la decoración y ver lo que genera en la gente, las personas que vienen especialmente a verla, del barrio, del Interior... Es muy gratificante, es lindísimo y es un clásico del shopping.

"MIRO PARA ATRÁS Y SÓLO TENGO AGRADECIMIENTO POR TODO LO QUE PUDE HACER ACÁ"

También, Lúmina, porque estamos en todo el proceso: desde que generamos la instancia del concurso, conseguimos todos los premios, hasta que nos juntamos con las escuelas de Diseño y nos su dan feedback. Después trabajamos con los finalistas, vemos cómo avanzan en el proceso, hasta que llega el desfile. En la Feria Americana tuvimos un espacio para que ellos pudieran vender, y desde el año pasado también venden en el shopping, en un pop up especial en el Arco. Y ese es el eslabón final: los detectamos, tuvieron la oportunidad de mostrar su colección en un desfile y también la pueden comercializar en el shopping. Era el sueño que teníamos cuando empezamos y ahora lo vemos hecho realidad.

Y el otro es la Teletón. Es algo súper movilizador. No es que nos involucremos sólo en el momento de la maratón, sino que estamos muy vinculados con la organización, vamos a la Fundación, invitamos a los chicos en las vacaciones, cuando se inaugura la decoración de Navidad. Realmente da mucho orgullo cuando vemos lo que podemos generar. Es muy gratificante poder hacer una pequeña diferencia en la vida de esas personas.

El barrio cambió muchísimo a partir de la apertura del shopping. ¿Cómo viste esa transformación y qué es lo que más te gusta de la zona?

Se ha valorizado mucho la propiedad y se está invirtiendo en toda la zona de alrededor. El shopping siempre ha respetado la idiosincracia del barrio, tratando de mantener determinado estilo y calidad, tanto en la propuesta como en la visual exterior. También hemos visto cómo se han desarrollado tiendas alrededor, propuestas de calidad, aprovechando la sinergia del shopping. Todo esto engalana y valoriza al barrio.





“EL TRABAJO TE DA UNA ENERGÍA SÚPER POSITIVA Y DISTINTA, QUE DESPUÉS VOLCÁS EN TU CASA”

Mientras trabajabas fuiste madre de cuatro niñas, y también hiciste diferentes cursos. ¿Cómo hiciste compatibles tantas actividades?

En realidad, con mucho apoyo de mi marido. Y también con apoyo del shopping. Siempre que necesité más disponibilidad de tiempo, conté con ese soporte. Por otra parte, creo que también está bueno para mis hijas. Ellas se sintieron siempre re orgullosas de que trabajara en el shopping y nunca lo vieron como competencia de mi tiempo hacia ellas. Creo que, como madre, está bueno mostrarles que se puede trabajar y tener hijos, que no son cosas incompatibles sino que se retroalimentan. El trabajo te da una energía súper positiva y distinta, que después volcás en tu casa. Cultivás facetas que capaz como madre no las podías explotar tanto. También ser madre me sirvió mucho en el trabajo, para entender al público al cual me dirijo. Ser madre te hace más grande en todo. No es incompatible sino todo lo contrario.

En Twitter, aunque no sos demasiado activa, has publicado notas o comentarios por la equidad de género, y participás en las “Caminatas de Mentoreo” de Voces Vitales, en pos del liderazgo femenino. ¿En qué lugar te posicionás respecto al movimiento feminista que se viene dando en el país?

En Voces Vitales (ver recuadro) estoy involucrada desde que empezamos, hace tres años. Ya hicimos tres caminatas de Mentoreo y ahora estamos con un proyecto nuevo para el segundo semestre. Creo que no es una carrera por tratar de ser igual al hombre, sino que tenemos que tener iguales oportunidades. Y las oportunidades todavía pueden ser muchas más; hay diferencias que no deberían existir, a nivel salarial o de cargos. Las mujeres son muy importantes en la fuerza laboral y hoy se están destacando en una variedad de áreas enorme.

¿Qué vas a hacer ahora, en tu tiempo libre?

Tengo muchísimos libros que quiero leer. También quiero hacer un curso de Marketing digital, que tengo pendiente hace tiempo. Y, más que nada, aprovechar para ser madre de tiempo completo por un tiempo. Con cuatro, tengo para entretenerme. ■