

Plus **lunes 21 de mayo | 2018**

Marcas del rubro automotriz dan luz verde a los jóvenes y sus emprendimientos

(Por Santiago Magni) Estudiantes de primer año de Arquitectura de la Universidad ORT presentaron maquetas de stands y motor shows a representantes de Sevel Uruguay, Motor Haus y Santa Rosa Automotores.



Durante los primeros días de universidad, los estudiantes sienten sensaciones extrañas, debido a que hay un período de adaptación luego de terminado el liceo. El contacto con el mercado laboral es algo donde se hace énfasis en la universidad, y se presenta como un desafío para los estudiantes.

En la **Universidad ORT** se realizó una exposición donde los alumnos de primer año, del primer semestre de la carrera de Arquitectura, tuvieron que presentar proyectos y maquetas de stands de autos a voceros de **Sevel Uruguay**, **Motor Haus** y **Santa Rosa Automotores**.

Facundo de Souza, arquitecto, docente de la Universidad ORT, habló con **InfoNegocios** acerca de el feedback entre estudiantes y los representantes de las marcas.

"Dentro de las políticas de la **Universidad ORT** está ser una academia abierta, por eso invita y colabora con empresas privadas. Nosotros les asignábamos una marca a los estudiantes y ellos debían intentar reflejar dentro del stand no sólo su idea, sino la identidad marcaría del automóvil", explicó de Souza.

Además, de Souza señaló que para los estudiantes fue motivante que durante el proceso de diseño "esto iba a tener una visión de alguien del mundo real, viendo si los trabajos se adaptan o no a lo que podía ser un stand."

"El atractivo que tuvo para las marcas fue ver como un banco de experimentación de propuestas de cómo exhibir los vehículos, ideas innovadoras y creativas para exposición comercial", agregó.

Las marcas se mostraron interesadas y destacaron que, pese a ser alumnos recién egresados del liceo, tenían ideas muy profesionales, "algunas parecidas a las que manejan para ediciones de expo activa o de test drive de los fines de semana. En algunos casos quedó un contacto hecho para de repente exhibir las maquetas de las marcas en algunos concesionarios o exhibición de autos", comentó de Souza.

"El ejercicio lo llevamos a cabo hace unos años, pero esta es la primera vez que invitamos a gente de afuera que lo vea y ha sido muy enriquecedor. Las marcas lo vieron como un banco de pruebas y de ideas para ellos tomar, y en algunos casos dijeron que eran cosas parecidas a lo que están manejando en la realidad. Eso es lo que nos interesa desde la facultad, tratar de tener un acercamiento y un contacto a la realidad", agregó.

Consultado sobre los proyectos presentados en el evento, **Alberto Gourgues**, gerente Comercial de **Sevel Uruguay S.A**, explicó que observaron trabajos de calidad, tanto en el diseño como en los materiales empleados para su realización.

"Se observa en el trabajo de los estudiantes que hubo un estudio de investigación sobre la historia y espíritu de las marcas", añadió.

Luego de finalizada la exposición los representantes de las marcas conversaron con los estudiantes de una "manera más distendida (ya pasado los nervios de las presentaciones) donde tomamos conocimientos de detalles sobre los caminos y dificultades que debieron sortear para culminar los trabajos presentados, lo que nos hizo recordar nuestra época de estudiantes", señaló Gourgues.

Con respecto a la viabilidad de los proyectos a futuro, Gourgues cree que "es aún prematuro poder hacer una proyección de ese tenor ya que esto es solo una muestra de proyectos, la viabilidad de proyectos se enmarcan en contextos con muchas más premisas que en estos momentos carecemos. Pero sin duda podemos decir que si de premisas se trata y esta ha sido una de ellas, entonces premisa sorteada y aprobada".

Mateo Filipovich, Brand Manager de **Groupe Renault**, estuvo en representación de **Santa Rosa Automotores** y contó que "todos los proyectos eran interesantísimos".

"Me sorprendió el nivel de investigación de las marcas que realizaron y la forma en que captaron los conceptos sobre los que trabajamos. Asimismo, creo que muchas de las propuestas son viables de realizar de cara al futuro", concluyó Filipovich.

Qué te provocó esta Noticia:



Dejá tu Comentario: (máximo 1000 caracteres)

Para poder comentar tenés que ingresar con tu usuario de **Infonegocios** o **LinkedIn**.

Ingresar con **InfoNegocios**

in Ingresar con **LinkedIn**

Comentarios:

Notas más leídas

- 1 Con una inversión de US\$ 1 millón en junio llega Mercado Uno: una propuesta gastronómica diferente
- 2 HiperViajes va por el mercado corporativo de Uruguay
- 3 Caminar en paz en Uruguay tiene un precio base de \$1.450 por mes
- 4 Una máquina que nunca para: Subway abrió el local 28 de la cadena en UY
- 5 Te mostramos a una de las 50 mujeres más influyentes según Forbes (Mónica Flores de ManpowerGroup)
- 6 Estos son los siete consejos para optimizar el tiempo durante la jornada laboral (Según Adecco)

+ Leídas - Franquicias


- in TUCUMÁN**
 - 1 Zingaros, los snacks tucumanos, esperan un 2018 de crecimiento y se mudan a una nueva fábrica
- in CÓRDOBA**
 - 2 Abre la "fábrica Uber": 3.500 puestos de trabajo disponibles (los taxistas aprendieron la lección y no harán guerra abierta)
- in NEUQUÉN**
 - 3 Centro Creativo Multidiseño: un espacio colaborativo liderado por mujeres emprendedoras
- in SALTA**
 - 4 Banco Macro mudó su sucursal de Tartagal
- in MAR DEL PLATA**
 - 5 Junto al Colegio IDRA, Hilda Lizarazu sumó su voz al "Himno de Todos"
- in LITORAL**
 - 6 Jornada de financiamiento PyME: entidades nacionales llegan para promocionar nuevas herramientas

Nombre y Apellido

Email

Cod. area Teléfono

Mensaje

No soy un robot  **Enviar**