



"Me gusta ver los fracasos no como tales, sino como oportunidades"

Marcelo Lapi / CEO y Co-founder de Softruck

Marcelo Lapi y Catalina Prevett son los creadores de Softruck, un software innovador desarrollado específicamente para los problemas que toda transportadora tiene hoy en día. Brinda herramientas para gestionar y controlar flotas de vehículos, mantenimientos, control de combustible, cubiertas, salarios, entre otras cosas. Recientemente desarrollaron Phoenix, un hardware que permite saber el estado del motor y la forma en que manejan los choferes, además de su localización. Otra novedad que desarrollaron el año pasado fue FireFly, producto que se instala en la válvula de cualquier cubierta para alertar al chofer cuando la presión está por debajo de la recomendada por el fabricante.

● Escribe: Federica Chiarino

¿Cómo surgió la idea de Softruck?

El detonante fue encontrarnos → junto a Catalina Prevett (su novia, cofundadora de Softruck) → con una empresa que nos pidió que desarrolláramos un software específico de control de stock. A partir de eso, vimos que utilizaban muchísimos softwares para las diferentes tareas y partes de su gestión dentro de la organización. Allí nos dimos cuenta que las cosas se podrían hacer mejor, que se podían juntar en un único software, para facilitar el trabajo del cliente y hacerlo más eficiente. Además, nos enfocamos en estudiar exactamente todos los problemas que tenían y a partir de ellos creamos sus soluciones.

¿Cuál fue el mayor obstáculo que se enfrentaron en el camino?

El mayor lo encontramos en Uruguay, y fueron las decenas de organizaciones anti tecnologías nuevas y "anti querer hacer las cosas de otra forma a la que están acostumbrados". Aunque les asegurábamos que así se iban a convertir en organizaciones más eficientes y lucrativas, nos cerraban la puerta.

¿Cómo obtuvieron financiamiento?

El primer capital que tuvimos fue propio, ahorros. Yo personalmente vendí mi batería; y vendíamos desde bombones para el día de los enamorados hasta alquiler de parlantes para fiestas privadas. Después, y lo más importante, fue la mensualidad del primer cliente uruguayo. Después recibimos inversión de SEED, luego Startup Brasil y recientemente cerramos una excelente ronda serie A.

¿Qué premios recibieron?

Tuvimos el reconocimiento de Google en el primer año de MVP → (Minimum Viable Product). Fuimos seleccionados para SEED entre los 40 mejores proyectos de 1400 postulados. A su vez, fuimos ganadores del DemoDayMinas de SEED, donde competimos contra las 40 startups seleccionadas de todo el programa, con startups que salían de Stanford y otras universidades y países que tienen larga trayectoria en emprendedurismo. Además, fuimos ele-

gidos por el programa Startup Brasil en el comienzo del 2015, en el que nos seleccionaron como uno de los 52 proyectos internacionales entre los miles postulados.

¿Cómo lograron asentarse en Brasil?

Llegamos a Brasil el 11 de enero del 2014, para formar parte del programa SEED, donde conocimos a fondo el mercado brasileño, pero tuvimos que volver a Uruguay porque se había acabado el período de aceleración. Seis meses después fuimos convocados para Startup Brasil. En estos programas nos brindaban un coworking, pero luego de algunos meses, por razones de crecimiento del equipo, nos mudamos para una oficina propia ubicada en San Pedro Valley, una → comunidad de startup de Belo Horizonte, que es hoy la más grande de todo Brasil.

¿Cuántas personas componen el equipo de

Softruck y qué rol cumple cada uno?

En la oficina de Minas Gerais somos trece profesionales en tecnología, operaciones, marketing, comercial y atención al cliente. Después tenemos un equipo de ventas en diferentes regiones de Brasil. En Uruguay contamos con tres personas cubriendo las áreas de administración y comercial.

¿Qué cosas distinguen a Softruck dentro del mercado?

Tener un software único a nivel mundial que brinda a nuestros clientes inteligencia artificial para detectar por ejemplo, cómo los choferes de sus flotas de vehículos están manejando, e incluso corregir en tiempo real a sus choferes mientras están al volante. Somos la primera empresa en la zona dedicada a brindarle exactamente todas las herramientas en un solo lugar, y al que se puede acceder desde internet. Además, tenemos el único hardware a nivel

regional que transmite posición de los vehículos de dos en dos segundos.

¿Qué planes a futuro tienen como empresa?

Expandirnos para otras áreas, como la marítima y aérea.

¿Qué es para usted el éxito?

Considero que ser exitoso no es tener el financiamiento que querés o que buscás, va más allá de eso... El éxito no necesita de ese parámetro comercial. Para mí, tanto en lo laboral como en lo personal, tiene que ir sí o sí de la mano con la felicidad. ¿De qué me sirve ser una persona exitosa si no soy feliz? Muchas veces se piensa que alguien exitoso es aquel que gana mucho dinero, pero eso no es lo que nos hace estar realmente satisfechos. La sociedad en la que vivimos es la que, a mi parecer, nos confundió un poco en entender el verdadero sentido de lo que el éxito implica. Vivimos atormentados entre marcas y consumo excesivo y parece ser que quién más tiene es más feliz. Pero deberíamos reflexionar en eso. Me parece que el éxito de las organizaciones va mucho más allá de completar sus metas. Contribuir al desarrollo del país es otro aspecto fundamental. Tenemos que buscar nuevos horizontes, sobre todo en las nuevas generaciones y no tanto en las empresas más tradicionales o más estructuradas del país. Nuestra generación está siempre mirando para adelante, tal vez por la época en la que nacimos. Tal vez las generaciones de nuestros padres no lo pudieron hacer debido a que estaban ocupados por la coyuntura, no tenían ni tiempo de proyectarse. Tenemos que considerarnos afortunados por poder trabajar con tanta libertad.

¿Y el fracaso?

En China, a la crisis o fracaso lo llaman "w i j", lo cual significa miedo o peligro sumado a oportunidad. En la misma palabra tienen estos dos significados tan contradictorios para las sociedades occidentales. En China, cuando se encuentran ante una crisis, la enfrentan obviamente con miedo sabiendo que hay peligro pero también saben que después de esa crisis viene la oportunidad. En Occidente nos quedamos solamente con el término "w i" y nos olvidamos del "j", nos quedamos solamente con el miedo a fracasar. Por eso digo que hay que jugársela, ir más allá, no quedarse en "lo que podría haber sido", sino ir por "lo que puede llegar a ser". No hay que tenerle miedo al fracaso, el fracaso viene cuando tal vez nos proponemos metas muy altas, eso es algo positivo. Me gusta ver los fracasos no como tales, sino como oportunidades. ←

Señas de identidad

Marcelo Lapi se define a sí mismo como una persona honesta, humilde, divertida y espontánea. Siempre sale con una libretita en la que anota ideas. Es ingeniero audiovisual y su vocación es

"solucionar problemas que se creen imposibles de la forma más simple". Actualmente vive con su novia Catalina Prevett, con quien fundó Softruck, y su perro Toby.