

Hijo de tigre no siempre sale pintado

Alejandro Verzoub: “lo que



por Héctor Gómez Pérez

La frase “hijo de tigre sale pintado” no siempre se cumple; fe de ello es Alejandro Verzoub, quien de haber seguido al pie de la letra con el dicho popular habría sido cantante de ópera como sus padres, pero en lugar de eso se convirtió en publicista y posteriormente en presidente de las compañías AV Bussines & Communication y Latinentives, empresas que entre otros servicios ofrecen mejoramiento corporativo y viajes de incentivos. Pero para llegar a esto hay que contar la historia desde el principio.

Verzoub nació en Buenos Aires, Argentina, el 8 de julio de 1963. Se graduó como bachiller del colegio alemán Pestalozzi, determinante para su formación profesional como se verá más adelante, y los estudios superiores los realizó en la Fundación de Altos Estudios en Ciencias Comerciales en donde obtuvo el título de licenciado en publicidad en 1984. Si bien antes de terminar su carrera se desempeñó como encuestador, vendedor de publicidad y joyería, fue en 1996 cuando inició una sociedad que duró 10 años con un compañero de universidad. Las empresas nacidas de esta unión fueron Lawrence Stagnaro

El bonaerense Alejandro Verzoub, presidente de las compañías Latinentives y AV Business & Communication es nuestro profesional del mes. Con él hablamos sobre su vida personal y los aspectos profesionales que lo han hecho líder en el mercado de los viajes de incentivos.



Alejandro Verzoub y Enrique Giras, gerente de marketing corporativo de Arcor.

e importa es la actitud"

& Verzoub (publicidad) y Bigger than life (promociones).

Para 1996 nuestro profesional del mes decide que ya es hora de tomar otros rumbos y encarar nuevos desafíos, así que funda AV Business & Communications, en la que su esposa, Mónica Beinstein, lo acompaña como socia y vicepresidente. En un principio la empresa ofreció servicios de publicidad, marketing de servicios y construcción de *stands* para exposiciones, pero paulatinamente también incursionó en el marketing de incentivos. Fue así como entre 1996 y 1997, AV realizó las primeras campañas para Xerox Argentina. El mercado de esta empresa no se circunscribe sólo a este país suramericano, sino también a Chile, Uruguay y México y abarca otros países de la región a través de una red de empresas asociadas.

Tras bambalinas

El círculo familiar de Alejandro Verzoub está compuesto por Mónica, su esposa, y sus hijos, Lucila de 15 años e Iván de 12. Ambos, igual como lo hizo el padre, estudian en el colegio Pestalozzi de Buenos Aires. Nuestro profesional del mes es amigo de correr tres veces por semana antes de iniciar su jornada laboral y además está tomando clases de canto junto a su hijo, "una actividad que es muy gratificante", según señaló. Aunque su hija ya decidió que quería ser *chefe* y el pequeño Iván apenas cursa primer año de secundaria, Verzoub espera que alguno de los dos continúe con el negocio de los padres, de tal manera que con ellos sí se cumpla el adagio de que "hijo de tigre sale pintado".

El gusto de Verzoub por los viajes sí que es un legado familiar. No gratuitamente sus padres estudiaron canto en Francia y de esta manera fomentaron en Alejandro el placer por otras culturas y por visitar otros lugares; en este punto de la historia es que cobran importancia sus años escolares en el Pestalozzi. "Al concurrir a un colegio donde aprendía alemán e inglés, comencé a vivir que viajar a otros destinos y poder comunicarse gracias al conocimiento de los idiomas era una ecuación poderosa y efectiva. Disfruté desde joven la posibilidad de viajar e incluso de adulto, cuando la situación económica no era tan prospera, recuerdo haber hecho viajes a Europa o al Caribe, pagando todo a crédito, pero con la certeza de que estaba haciendo la mejor inversión en experiencias de vida en vez de gastar en ladrillos o automóviles lujosos", dijo Verzoub.

Hay una anécdota que reafirma las palabras dichas por Verzoub. Su primer viaje a Europa lo realizó a los 11 años con sus padres y en esa oportunidad, mientras hacían un



Alejandro Verzoub con Mónica, su esposa, y sus hijos Lucila e Iván.

tour en microbús por 10 países de la región, el automotor en el que viajaban junto a otro grupo de personas sufrió un desperfecto en los Alpes, entre Italia y Suiza.

El frío y la nieve que caía eran impresionantes y ni los guías, que eran españoles, ni ninguno de los ocupantes del vehículo pudieron comunicarse con los policías suizos que sólo hablaban alemán. "Allí tuve mi momento de gloria, yo, un nene de 11 años tuve que interactuar con los policías oficiando de interprete y transmitiéndole al resto de los pasajeros las novedades de nuestro caso. Mi final feliz fue que los policías me dejaron calentito dentro de su automóvil esperando que vinieran los micros nuevos que nos tenían que llevar a Zurich, mientras que los demás pasajeros tuvieron que esperar a la intemperie. Siempre tengo presente esta historia y se la cuento a mis hijos para fortalecerles la importancia que tienen los idio-

mas en cualquier situación social y profesional. Por suerte en el colegio aprendí alemán e inglés y esto me ha ayudado sin duda en la industria de los eventos y los viajes", precisó Verzoub.

La industria de los viajes

La vinculación definitiva de nuestro invitado al negocio de los viajes de incentivos se dio a mediados de los años 90, cuando conoció información de este sector y del marketing de incentivos, que lo llevó a incluir el

tema en sus proyectos. Para él, el primer curso que recibió de viajes de incentivos, dictado por Patrick Delaney, directivo de la SITE (Society of Incentive & Travel Executives) fue una revelación.

De ese entonces han pasado más de 10 años y según Alejandro son muchos los retos que enfrenta la industria en la actualidad. Precisamente viene desarrollando dos proyectos editoriales que tratarán sobre el tema. El primero de ellos se llamará "Al que incentiva Dios, lo ayuda" en el que

desarrollará una guía sobre las herramientas, ideas y conceptos que destacan a los incentivos no monetarios como una forma para motivar la fuerza laboral, tarea que según Alejandro es muy difícil en esta época.

El otro libro posiblemente llevará por título "La gente avanza" y versará sobre lo difícil, pero necesario que resulta para una organización motivar y fidelizar a los empleados y colaboradores "ya que hoy parece que los más jóvenes no se contentan con un buen plan de carrera y una buena remuneración. Hoy las fuerzas laborales demandan calidad de vida, flexibilidad horaria, coaching, y un sinnúmero de consideraciones que en las empresas no estamos todavía preparadas para identificar y menos para implementar. Por eso hay tanta rotación en los trabajos, cada vez es más difícil encontrar gente que tenga más de 10 años trabajando en una misma compañía", puntualizó Verzoub.

Para este profesional, Latinoamérica se ha convertido en un importante nicho para el segmento MICE (reuniones, incentivos, conferencias y eventos) porque los países europeos y Estados Unidos necesitan innovar en sus viajes de incentivos, sedes de congresos y convenciones, y nuestra región se hace muy llamativa por la diversidad de climas, atractivos culturales y por el uso horario coincidente con el norteamericano, lo cual es más ventajoso frente a los destinos emergentes como es el caso de Asia.

Epílogo

Alejandro Verzoub resume en cinco los factores el éxito de sus empresas: capacidad de gerenciamien-



CROWNE PLAZA

TEQUENDAMA BOGOTÁ

Porque ahora Crowne Plaza en Bogotá le ofrece la mejor alternativa para que se hospede con nosotros durante su viaje de negocios o placer.

¡Viva la diferencia!



THE PLACE TO MEET.

Para reservaciones

382 2930 • 382 0300 Ext. 2323, 2324, 2325 • Cra. 10 No. 26-21 Bogotá
bogharsv@ihg.com www.cptequendama.com.co

Para información GRATIS, marque el No. 5 en la Tarjeta del Lector



Verzoub espera que alguno de sus dos hijos siga con la empresa de la familia



Verzoub: "la clave fundamental radica en la actitud que la gente le pone a su trabajo y esa flexibilidad y predisposición positiva compensa cualquier falta de conocimiento técnico".

to de los problemas con resultados satisfactorios para los clientes, poseer un personal capacitado y confiable en sus tareas, calidad humana de arriba hacia abajo, visión comercial y adaptación al cambio constante, y finalmente estar en el momento adecuado, en el país adecuado con la propuesta adecuada.

A su vez añade que "los errores no tienen currículo", esto significa que en el momento que se le hace saber un error a un colaborador es importante despersonalizar y entender que las equivocaciones hacen parte del trabajo, aunque el líder tiene la responsabilidad de iden-

tificarlas y estimular para que la corrección de las mismas ayude al crecimiento organizacional. Por otro lado "lo que importa es la actitud y no la aptitud" lo cual explica señalando que "la clave fundamental radica en la actitud que la gente le pone a su trabajo y esa flexibilidad y predisposición positiva compensa cualquier falta de conocimiento técnico. En mi vida profesional he visto sucumbir a mucha gente dotada aparentemente de conocimientos técnicos, pero sin la adecuada vocación de servicio, humildad y perseverancia que se necesitan para triunfar en una organización dinámica de nuestra industria".

DONDE EL TIEMPO Y LOS VIAJEROS VUELAN.

Ruidoso es el lugar perfecto para hacer una escapada en invierno. Brinda un amplio alojamiento, desde cabañas cómodas, hasta suites lujosas, más de 60 restaurantes y una exitante vida nocturna, que varía desde shows de Broadway hasta juegos de casino. Hay mucho más para ver además de la segunda área más grande del esquí de New Mexico.

~CONTECIENTOS~

- 11/14: FIESTA NAVIDEÑA EN EL CENTRO DE CONVENCIONES DE RUIDOSO
- 11/30: DÍA DEL ESTRENO EN SKI APACHE
- 12/4: ESPECTÁCULO "FLYING J WRANGLERS CHRISTMAS SPECIAL" EN EL TEATRO SPENCER
- 12/6: DESFILE DE LUCES ELÉCTRICAS
- 12/13: FIESTA "COWBOY CHRISTMAS BALL" EN ALTO LAKES COUNTRY CLUB
- 12/24: NAVIDAD EN LINCOLN HISTÓRICO



Ruidoso
NEW MEXICO

PLANEE SU ESCAPE HOY
1-877-784-3676
RUIDOSOWEB.COM
Busque Ruidoso, NM en INTERNET



Para información GRATIS, marque el No. 25 en la Tarjeta del Lector