

SECCION

8

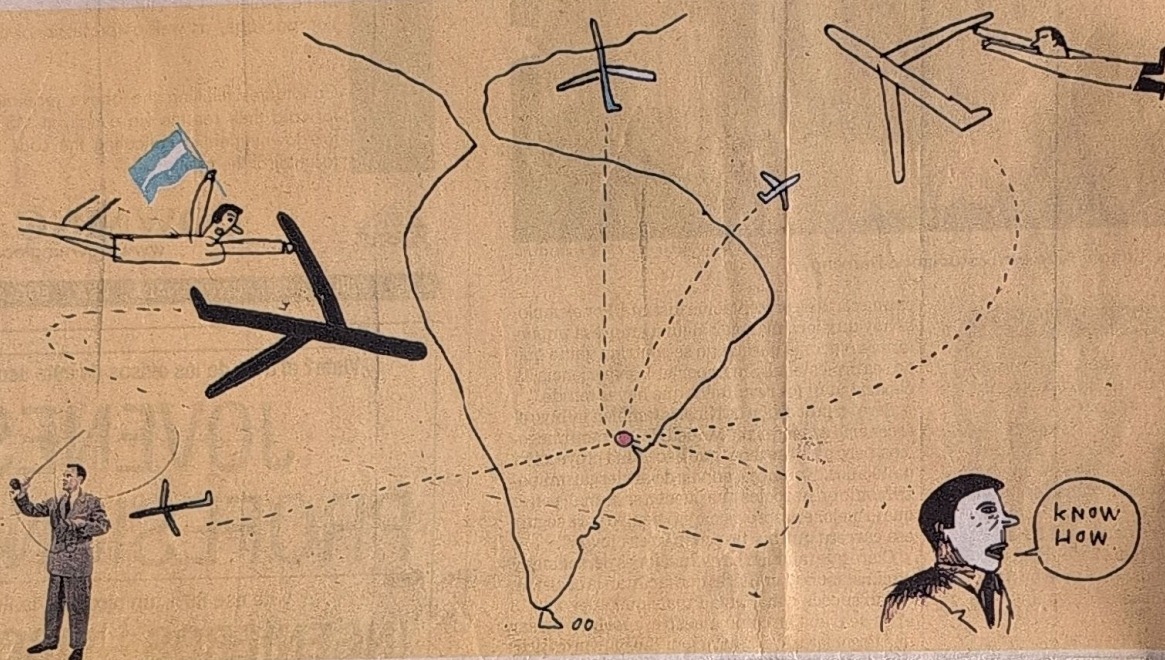
Clasificados

www.lanacion.com.ar/clasificados

Teléfono 4318 8888 / Llamada gratuita desde el interior 0800 777 2527

1	2	3	4	5	6	7	8
inmuebles venta	inmuebles alquiler	agro	automotores	oportunidades y servicios	empleos	legales	solidarios
>pág. 7	>pág. 10	>pág. 11	>pág. 11	>pág. 12	>pág. 12	>pág. 13	>pág. 13

Empleos



Servicios de exportación

Vender bienes intangibles en el exterior es una salida para los que trabajan en RR.HH.

• Es más complejo que ofrecer un producto terminado • Insume más tiempo y exige un alto grado de compromiso • Se recomienda escuchar a los nativos y tener socios en los distintos países

En México, un grupo de vendedores de tabaco participa en un programa de incentivos. En Chile y Uruguay, varias empresas liquidan sueldos y gestionan a su personal mediante una herramienta informática. Y para un evento en Venezuela se traza una estrategia de comunicación integral.

A la movida exportadora no sólo se subieron los productos. Los servicios también traspasaron las fronteras. Claro que exportar bienes intangibles puede ser mucho más complicado que salir a vender un producto terminado. El grado de compromiso es otro, el tiempo dedicado es mayor y las ganancias se triplican... igual que los problemas.

Premios para todos

"Cuando se desembarca en otro país es importante escuchar al cliente porque sabe de códigos, habla el mismo idioma y lo hace desde el sentido común", define Alejandro Verzoub, director de AV Business & Communication, empresa que se encarga de organizar programas de incentivos para empleados, que pueden ser desde entradas para ver espectáculos hasta electrodomésticos y viajes. Al principio, le costó llevar la idea a miles de kilómetros. Pero de a

poco fue abriendo puertas, con la ayuda de los clientes locales. "Acá trabajamos con Nobleza Piccard y ellos nos conectaron con los gerentes de la compañía en México, que se llama British American Tobacco

(BAT) —cuenta Verzoub—. Y así fuimos llegando a otros mercados."

Además de conquistar el imperio azteca, AV Business pasó la Cordillera y también organiza programas de incentivo para los vendedores de telefonía en Chile. La clave, según Verzoub, es tener un socio local en cada puerto.

"Nosotros trazamos la estrategia, organizamos la comunicación y viajamos para el lanzamiento del programa —que

en México se llamó Superestrellas y en Chile Movitango—. Pero del resto, como la compra y la entrega de los premios, se encarga nuestro socio local."

Software regional

Uno de los problemas que plantea la exportación de servicios es la cantidad de tiempo que demanda antes, durante y después de la venta. Mauricio Heidt, un ingeniero en sistemas que, junto con su padre, creó RR.HH. Pro, una solución informática de gestión de Recursos Humanos, lo sabe bien.

Desde que decidió ampliar sus horizontes, se dedicó a promocionar la herramienta por los países vecinos. "Es difícil ofrecer servicios en el exterior. No es como vender tazas, que si le gusta el cliente la compra y listo. Acá tenés que tocar puertas, hacer demostraciones, viajar e insistir varias veces. Y no sólo es la venta, sino también la implementación, que en un caso como el nuestro puede llevar hasta 120 días".

El aterrizaje en Chile no fue nada fácil. En principio, visitaban las empresas medianas, que eran a las que apuntaban en la Argentina. Pero la frustración fue grande cuando recibían, por respuesta, un portazo. "Nos decían que no les interesaba nada de Recursos Humanos y capacitación, sólo la parte de liquidación de haberes. Por lo tanto, el producto resultaba muy caro",

Continúa en la Pág. 2, Col. 3

Tendencia

La tecnología, un socio clave para ganar mercados

Ayuda a reducir costos y agilizar procesos

Siempre que se decide exportar servicios, la tecnología es la herramienta fundamental. Mediante ella es posible atravesar fronteras sin tener que hacer grandes gastos que impliquen un dolor de cabeza para el bolsillo. Por eso, los tres protagonistas no dudan en definirse como *tecnodependientes* para cerrar y afianzar sus operaciones en el exterior.

"Sin el e-mail, el proyecto sería inviable, por el nivel de costos", reconoce Carlos Mazalán, director de la consultora de comunicación. Pero si bien el correo electrónico es por lejos la herramienta más utilizada, no es la única.

Con sus socios extranjeros, Mazalán también organiza teleconferencias y todos pueden acceder a las intranets de los otros desde sus compañías para intercambiar información,



como buena empresa de comunicación.

El mail también es fundamental para Alejandro Verzoub, sobre todo para comunicarse con sus socios del exterior y agilizar procesos. "Tiene la ventaja de que queda constancia escrita, pero tiene sus limitaciones. Hay clientes que exigen que estés ahí, al pie del cañón."

Por eso, aunque suene antipático, "es necesario plantear límites, definir previamente cuándo uno debe estar y cuándo no, para evitar problemas futuros", recomienda el director de AV Business & Communication.

Por su parte, Mauricio Heidt sostiene que la tecnología es fundamental para su proyecto exportador de software porque permite ahorrar tiempo y dinero. Sin embargo, sostiene que "nada reemplaza el contacto cara a cara, sobre todo con algunas culturas como la chilena, que es más formal. Además, cuando se trata de ganar la confianza del cliente es fundamental que te vea, que te conozca", sostiene.

En definitiva, lo importante es estar siempre disponible y brindar una atención personalizada, ya sea mediante el teléfono, el teclado o compartiendo una mesa y una taza de café.

Definiciones



Verzoub

■ "Cuando desembarcas en otro país con un servicio es importante escuchar al cliente porque sabe de códigos, habla el mismo idioma y lo hace desde el sentido común"



Heidt

■ "Es difícil ofrecer servicios en el exterior; hay que tocar puertas, viajar, hacer demostraciones e insistir. Y no sólo es la venta, también está la implementación"



Mazalán

■ "Es un lindo desafío ver cómo una misma estrategia de comunicación se aplica de manera diferente en los países. La estrategia es global, pero la práctica, local"