

Nuevos canales de ventas para la nueva economía

● POR MARIO TUCCI, SOCIO FUNDADOR DE MVD CONSULTING

Si tienes un buen relato de lo que sabes hacer y para qué sirve, ya tienes un potencial cliente.

Marianne ofrece servicios de traducción técnica español-alemán-inglés. Y por ello cobra 9 dólares la hora. Diego es animador y diseñador gráfico y cobra 33,33 dólares la hora. Y ha facturado en www.upwork.com más de 4 mil dólares. Lelia, cobrando 100 dólares por traducciones español-inglés, aún no ha logrado clientes en esta plataforma.

Y así unas 1330 personas en Uruguay utilizan este sitio para publicar lo que saben, exponer sus servicios y esperar a que algún cliente, en cualquier lugar del mundo, los contrate temporariamente. Una suerte de MercadoLibre, pero para servicios. A 65 dólares la hora, una empresa uruguaya de desarrolladores de aplicaciones para celulares aparece en el sitio con más de 2 millones de dólares vendidos.

Presentes desde agosto de 2008, con más de 187 contrataciones y 55 437 horas vendidas, es un

ejemplo líder de la nueva economía. Todos estos datos disponibles de manera sencilla en Upwork. Con total transparencia. Y basado un sistema de reconocimiento por el cliente en base a "estrellas".

Una dieta sencilla: solo una hora cada 15 días

¿Qué pasaría si en los liceos, las universidades o en nuestras casas, tomáramos una hora cada 15 días para mostrarle a los jóvenes un ejemplo de alguno de estos sitios de comercio de *freelancers*? Y hay suficientes como para pasar un trimestre revisando qué se ofrece, cuánto se paga, qué tipos de proyectos hay. Acercándolos al mundo. Alguno de los sitios: upwork.com, workana.com, toptal.com, freelancer.com ofrecen una mirada al mundo de la nueva economía y el intercambio de servicios.

Muchos de los compradores son empresas jóvenes, a veces colegas de la industria que tienen relaciones con clientes y buscan personas con cierta calificación para cumplir con los picos de trabajo, tercerizándolos a estos *freelancers*.

Para el proveedor de servicios es una manera de evaluar sus fortalezas, aprender rápidamente cómo competir mejor, entender qué solicita el mercado global, practicar antes de tomar una decisión mayor de carrera o trabajo. Para el que compra, una forma sencilla de investigar qué ofrece el mundo, probar proveedores pagando con su tarjeta de crédito y luego establecer una conexión a largo plazo seguramente fuera de la plataforma. En resumen, la unión moderna entre proveedor y comprador, resuelta a nivel global por estas aplicaciones.

Exportar conocimiento, no personas

Uruguay es hoy un país con inmigración de trabajo. No siempre fue así y durante mucho tiempo vimos cómo familias enteras debían irse del país buscando una mejor fuente de ingresos. Y para un país chico, la exportación de personas es un costo alto, si bien puede tener externalidades positivas cuando estas personas crean vínculos de negocios, culturales o sociales en el exterior y eso retorna en mejoras para nuestro país.

Pero en la mayoría de los casos, los jóvenes uruguayos tienen muy poco acceso a experiencias de trabajo globales. Como hemos dicho en otras columnas, cuanto mayor amplitud tenga mi grupo de clientes o mayor globalidad la empresa en la que trabajo seguramente pueda extraer mejores experiencias, prácticas y conexiones que luego me servirán para seguir avanzando en mi carrera.

Estos sitios de trabajo *freelancer* son puntos de conexión entre mis habilidades, maneras de representar mi valor y la oferta y demanda de trabajos. Son quizás puntapiés iniciales para emprendedores, o confirmaciones de estudio y focalización para aquellos que buscan y aún no tienen totalmente definido su futuro profesional. O también constituyen elementos para armar mi empresa y hacerla crecer con esta manera "elástica" de tratar los negocios, quizás más compatible con un balance trabajo-persona que un trabajo tradicional.

¿Puedo montar un negocio así?

En Uruguay hay 160 000 pymes. Y operando como *freelancers* quizás unas 4000 personas (no incluyo aquí aquellas personas que trabajan a distancia, pero son dependientes de un cliente).

Estas personas consiguen sus clientes con las mismas reglas que lo hace cualquier empresario: tienen un relato sobre el valor que entregan, muestran experiencias previas relevantes para sus eventuales clientes, cotizan y se comprometen a entregar en tiempo, forma y calidad, son evaluados por los clientes y esa evaluación forma parte de su reputación e historia, tienen un precio competitivo en el mercado.

Cuando exploramos los diferentes perfiles de aquellos que anuncian sus servicios vemos similitudes con cualquier emprendedor.

Dependiendo de la madurez, se adaptarán o no a regulaciones locales (es decir, contribuirán a la seguridad social, harán facturas y pagarán sus impuestos, etc.) Lo cierto es que las regulaciones no siempre están preparadas para cubrir la dinámica de esta nueva economía. De todas maneras, es una economía que ocurre, que derrama conocimiento e ingresos genuinos y que colabora en mejorar las opciones de miles de personas en Uruguay.

Entender estos canales, enterarse cómo operan, conversar con sus actores, eventualmente practicar este mundo es algo que recomiendo a todos. De hecho,

también como compradores de servicio. Con esto vamos a tener un acceso sencillo a las posibilidades globales, precios competitivos y maneras de comparar para ser mejores.

