

Crece por diseño, crece por experiencia

La clave de tener un buen primer cliente

● POR MARIO TUCCI, SOCIO FUNDADOR DE MVD CONSULTING

Cuando observamos empresas que han logrado crecer internacionalmente, muchas veces nos encontramos con un punto de partida común: su experiencia con un buen cliente en Uruguay que luego les permite replicar globalmente.

En esta nota desarrollaremos la hipótesis de que lograr un buen cliente local es clave para un proceso de internacionalización.

Quizás por nuestro tamaño, quizás por la lejanía a los centros de conocimiento más importantes del mundo, la realidad es que los técnicos en Uruguay en general logran hacer buenos productos con pocos recursos. ¿Qué significa esto? “Se las arreglan”. En la era preinternet conseguir información era un lujo. Si un producto tenía un defecto, la solución debía esperar días o meses por una ayuda del exterior. Si era una solución de tecnología, por ejemplo, *software*, muchas veces era requerida la presencia de una persona extranjera que supiera qué hacer, qué modificar, cómo resolverlo. Internet, por supuesto, acercó de manera significativa estas distancias y acortó

costos y tiempos, pero mantuvo —sobre todo en el técnico— esa sensación (y habilidad) de intentar resolver los problemas utilizando herramientas sencillas que generan soluciones elegantes y prácticas.

Por ejemplo, la empresa Top Systems comenzó desarrollando soluciones bancarias para el ABN Amro Bank (luego comprado en Uruguay por Santander). Su primer cliente y destreza en la solución llamó la atención de la casa central en Holanda y esto le permitió ingresar en nuevos mercados de América Latina. Hoy Top Systems tiene decenas de instalaciones de core bancarios en la región. En base a esa experiencia trabajando con un cliente en Uruguay, que luego lo llevó a operaciones más complejas e importantes, Top Systems es una de las principales empresas uruguayas de *software* y líder en América Latina.

A veces también la institucionalidad sirve. El ejemplo es la energía eólica. Uruguay tomó decisiones tempranas, importantes en cuanto al desarrollo de este tipo de energías. Con eso permitió

que proveedores y consultoras se especializaran de manera adelantada en el segmento. Ya hoy por lo menos dos empresas uruguayas exportan sus servicios a Argentina en donde hay trazada una línea acción con las energías renovables. Las empresas SEG Ingeniería e Ingeniería han logrado clientes y crecimiento internacional gracias a su asociación temprana con estas experiencias locales.

PedidosYa, una conocida empresa uruguaya, consiguió una inspiración internacional cuando Subway Chile les dio una oportunidad. Y eso fue porque ya tenían conversaciones con Subway en Uruguay. Con esa experiencia lograron justificar una operación en Chile y desde ahí expandirse en ese país y luego a otros en América Latina.

Y la lista puede seguir. Tener un buen cliente es y será una manera útil para aprender y crecer con la experiencia de empresas de clase mundial. Aquellas que tienen necesidades similares en diferentes lugares del mundo y aprecian soluciones prácticas, sencillas y eficaces. Las empresas

globales tienen además personas que se mueven en el mundo. Y recordemos que hacemos negocios con personas y ellas nos ayudan en sus próximos destinos si es que fueron bien atendidos y ayudados en sus problemas en su primer trabajo.

Ahora permítanme enfocarlo desde otro punto de vista: el de los proveedores. Tener un buen proveedor no solo nos da la tranquilidad necesaria para cumplir con el valor hacia nuestros clientes, sino que seguramente podamos aprender alguna técnica. Velocidad en responder propuestas, modelos de comunicación e información sobre productos y servicios, frecuencia comercial y gestión de cuotas, tratamiento de cadenas de venta, reuniones anuales y formas de celebración.

Claro que no todos los proveedores serán de primer nivel. Pero si queremos construir una buena empresa, mejor que nos basemos en buenos proveedores. Y si tenemos buenos proveedores miremos en ellos acciones y organización que podamos usar para nuestra propia empresa. ¿Por qué no hablar de esto con ellos?

Haga la prueba y en su próxima reunión con ese proveedor excelente pregúntele para contactarse con su alta gerencia ya que le interesa conocer mejor cómo operan, cómo innovan, cómo crecen, cómo se relacionan.

Volvamos ahora a nuestros clientes. El empresario con ganas de crecer debe entender que su empresa será tan buena como sus clientes lo permitan. Hay un ida y vuelta entre las habilidades de las empresas y el reconocimiento, exigencia, motivación y valoración que los clientes hacen. Por eso, si tenemos la opción de elegir clientes, busquemos un proceso por el cual la empresa priorizará —y, por lo tanto, se preparará— para atender y conquistar aquellos clientes o industrias que desde Uruguay permitan llegar y crecer al mundo. Un cliente exigente es nuestro mejor cliente.



Portal Américas

Zonamerica

Ahora en Zonamerica y Portal Américas
9 sucursales, nuestro servicio a tu alcance.

www.gales.com.uy - info@gales.com.uy - [@galesuruguay](https://twitter.com/galesuruguay)



GALES
Servicios Financieros