

HISTORIAS DE ÉXITO

RELATOS MOTIVACIONALES DE EMPRENDEDORES
QUE LOGRARON CUMPLIR SUS OBJETIVOS.

DANIEL CESTAU LIZ

“Siempre traté de prestarle mucha atención a la importancia de analizar a fondo y en perspectiva cómo se ha creado la oportunidad que se nos presenta para poder tomarla y aprovecharla al máximo. Las oportunidades se generan en los ámbitos menos pensados y muchas veces una cadena de causalidades las acompaña para ayudarnos a llegar -si hacemos la parte que nos corresponde de la mejor manera a buen puerto generando resultados inimaginables”.

“ Siempre pienso que hay que analizar bien desde dónde llegan las oportunidades, cómo se han creado. Toda mi vida he sido un obseso de las oportunidades y de poder llegar hasta lo más profundo a la hora de tomarlas. No sé si ésta es una historia de éxito pero de lo que sí estoy seguro es que es una historia que me marcó el camino y que me hizo alcanzar una oportunidad que generó miles de puestos de trabajo en la industria de los Call Centers mexicanos y generó a partir de la misma directa o indirectamente más de 250 millones de dólares de facturación.

Hace unos 20 años atrás me dedicaba a la Consultoría Estratégica Comercial en Buenos Aires, Argentina. Uno de mis clientes era Policrédito una empresa financiera familiar que a lo largo de dos décadas se fue convirtiendo en mi propia familia. Una de



las tantas cosas que desarrollábamos para esta empresa financiera era un Newsletter mensual que le brindaba a sus clientes noticias y un paquete de

servicios y promociones. Este Newsletter era una parte importante de todo un programa de Mercadotecnia muy revolucionario en esa época para el sector financiero.

Un gran amigo que se dedicaba a la consultoría en Uruguay -Fernando Bartaburu- tenía entre sus clientes a Financiera Fucac y me pidió que lo guiara para implementar parte de lo que operábamos en Policredito y que nos había despegado de la competencia desde el servicio. Tuvimos una reunión en Buenos Aires y entre los materiales que le facilité le entregué varios de estos Newsletters. Fernando se los entregó en una reunión al dueño de la Financiera y él los dejó “olvidados” en un cajón.

Meses después Financiera Fucac se vendió y uno de los nuevos accionistas el Cr. Sergio Fernández encontró los Newsletters por casualidad “tirados en un cajón”. Sergio entendió de inmediato que había detrás de estos pequeños periódicos. El empresario averiguó de dónde había llegado ese material, llegó hasta Fernando Bartaburu y Bartaburu le facilitó mis datos. Sergio me llamó y me invitó a Uruguay para hacerle una presentación a su equipo del modelo de Marketing y Fidelización que había implementado en Policredito y otras empresas del mismo grupo.

Comimos en el Club de Golf de Montevideo y le ofrecí presentarle a los dueños de Policredito. Y así fue, ya que éstos se interesaron mucho en invertir en la empresa uruguaya. Si bien no pudimos hacer nada en ese momento porque económicamente el Uruguay entró en una fuerte

devaluación (con la caída incluso de varios Bancos) quedó una relación de buena amistad con Sergio.

Varios meses después viviendo ya en México, Sergio se comunicó conmigo ya que estaba asesorando a Jorge Battle -el presidente de Uruguay en esos años- y me ofreció la reestructura integral del Correo del Uruguay que en ese momento perdía unos cinco

millones de dólares por mes.

Viajé desde México, me reuní con los Directores del Correo y comencé con ese proyecto. En uno de esos viajes Sergio me presentó a dos ingenieros que me invitaron a cenar y me contaron con detalle que estaban desarrollando una tecnología de Contact Center Multimedia IP, algo muy adelantado a la época. Que tenían una oficina en Miami y la firme intención de entrar al mercado mexicano. La empresa se llamaba Tecnolink y su producto inConcert.

Siendo un desconocedor del mundo de la tecnolo-



gía regresé a México sin darle mucha importancia a la reunión. Nunca imaginé que esos dos muchachos tenían lo que decían que tenían ya desarrollado e incluso implementado en algunos clientes. Llegué a mi casa en México y lo primero que mi esposa me dijo (antes de darme un beso de bienvenida) fue que necesitaba un Call Center para su gestión en DHL empresa de la que era Directora de Facturación y Cobranza.

Me pareció una nueva casualidad, le di la tarjeta de los ingenieros que había conocido y con los que pensé que jamás iba a tener un nuevo contacto y 48 horas después uno de ellos aterrizó en Ciudad de México para relevar las necesidades de la empresa que dirigía mi esposa.

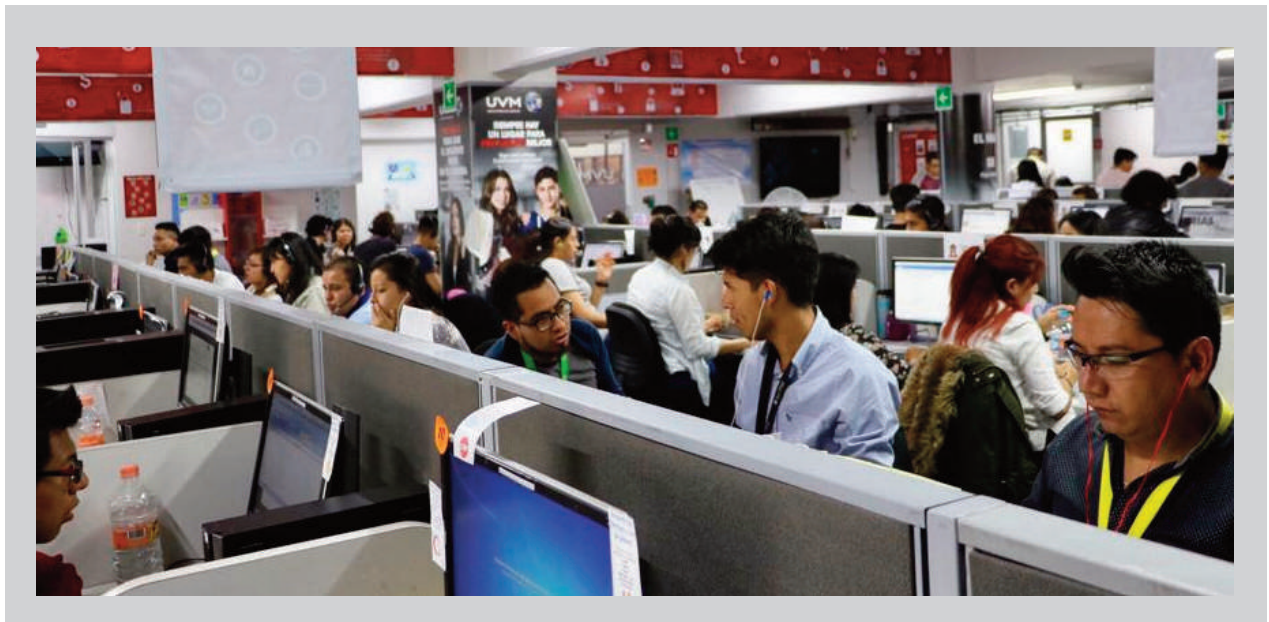
Esto personalmente me llamó mucho la atención y continué las conversaciones analizando la posibilidad de comercializar la tecnología en México y la región.

Esta persona era el Ing. Ernesto Puñales, quien me



dio una de las oportunidades más importantes que tuve en mis 56 años de vida y con quien llevo 15 años trabajando codo a codo.

Seis meses después de ese viaje de Ernesto dába-





mos en México el primer paso para fundar inConcert México haciendo una investigación de mercado e implementando en Crédito y Casa y Caja Libertad los primeros proyectos. Habíamos fundado una empresa que quince años después se mantiene como líder del mercado mexicano en soluciones de Contact Center con 150 clientes y más de 50,000 posiciones operando diariamente. Desde México la empresa se catapultó al mundo y hoy cuenta con implementaciones exitosas en más de 25 países que van desde Guatemala hasta Emiratos Árabes.

En México, inConcert es una empresa que directa o indirectamente ha facturado más de 250 millones de dólares y desde donde hemos generado miles de puestos de trabajo a través de empresas satélites que fuimos fundando según íbamos ad-



virtiendo las nuevas oportunidades que se nos presentaban. Por ejemplo: Next Contact un Call Center de operación que usamos para posicionarnos y como laboratorio para nuestros clientes, Central IP un modelo revolucionario de Hotelería de Call Center, Comercall una comercializadora que asociada a British Telecom facturó más de 40 millones de dólares en cuatro años, Contacto Empresarial, una sociedad que operó durante cinco años 1,800 posiciones de Call Center en esquema de Hotelería, etc..

Esta que acabo de narrar es para mí una historia que me muestra que por un simple Newsletter que hacíamos (con una enorme dedicación y cariño) se presentó una oportunidad única que generó de facturación muchos millones de dólares y fundamentalmente varios miles de puestos de trabajo para Agentes de Call Center, Supervisores, Administradores, Personal de limpieza, de Seguri-



*

dad, Ingenieros, Técnicos, etc...

Soy un convencido de que tanto en las cosas negativas que nos pasan en la vida como en las positivas debemos "bucear" hasta encontrar cómo se llegó hasta esa situación y por qué, con el objetivo de corregir de inmediato o, incluso, para repetir una y otra vez lo que nos llevó a buen puerto. ”

Daniel Cestau Liz

Con estudios en el Uruguay, la Argentina y los Estados Unidos, fundó y dirigió, desde los diecinueve años, diferentes empresas en las que el Marketing y la Comercialización ocuparon un papel preponderante.

Se especializó, a lo largo de su carrera, de más de treinta años, en Marketing Estratégico, Marketing Directo, Customer Relationship Management, y en la implementación de toda nueva Tecnología potenciadora de la Comercialización tradicional en la Pequeña y Mediana Empresa.

Escribió catorce libros: Crecer los Cuatro Pasos para el Éxito PyME, Reconvertir Fórmulas para Rentabilizar a la Pequeña y Mediana Empresa, Comercializar Experiencias en la Venta de Tecnología, Reinventarse un Camino en busca del Éxito, Cómo Hacer Negocios Exitosos en México, CRM y Fidelización del Cliente, Las Claves del Éxito, Hacer Dinero, Transformar Nuevas Fórmulas para Rentabilizar a la Pequeña y Mediana Empresa, Reflexionar I y Reflexionar II, Lecturas Imprescindibles, Conversaciones con Gamarra, Reflexiones en el Camino, Construyendo la Buena Suerte, ¿En dónde estarás en 5 años? y más de cien artículos, publicados en revistas especializadas y portales de Internet. En base a su vasta trayectoria y resultados obtenidos, se convirtió en un referente de la Pequeña

y Mediana Empresa y en un especialista de la transformación y direccionamiento de las mismas hacia Modelos más evolucionados y rentables. Actualmente, reside con su familia entre Miami y Ciudad de México y, dentro de sus múltiples actividades, se desempeña como Country Manager de la empresa tecnológica inConcert para los Estados Unidos y México.

(*)“Comercializar” es un viaje sin escalas a través de los logros de un experimentado Equipo Comercial vendiendo durante quince años Tecnología de Contact Center Multimedia en México y otros países de la región.

A lo largo de sus páginas el lector recorre un extenso camino que comienza con el primer cliente implementado en 2003 hasta llegar al posicionamiento actual de la empresa en México, más de una década y media después, con 150 clientes y cerca de 50.000 posiciones operando diariamente en importantes empresas y los más reconocidos Centros de Contacto de outsourcing.

“Comercializar” le ayuda al especialista en Tecnología a repasar al detalle el Modelo Comercial que llevó a inConcert a lograr estos ambiciosos objetivos con el fin de poder aplicar las mismas exitosas estrategias comerciales en su empresa.
