

La clave del crecimiento en Latam es la calidad humana de nuestro equipo

La compañía española Grupo SPEC, especializada en el desarrollo e implantación de soluciones globales de control horario y de accesos, está experimentando un fuerte crecimiento en exportación, principalmente en Latinoamérica, cumpliendo así sus objetivos de convertirse en una empresa global. Su Director General, Daniel Parés, nos explica las claves de su crecimiento.

Grupo SPEC es una compañía con una larga trayectoria a sus espaldas. ¿En qué momento se encuentra?

Creo que tras 39 años en el mercado, Grupo SPEC se ha convertido en una empresa muy consolidada en el mercado nacional y con el objetivo a medio plazo de convertirse en una compañía global.

Actualmente, contamos con presencia en más de 45 países y tenemos dos sedes internacionales ubicadas en Portugal y Argentina. Y aunque es precisamente en este último mercado donde más hemos crecido, también hemos entrado en nuevos países de África y Oriente Medio, como por ejemplo Omán.

¿A qué se debe este fuerte crecimiento que han experimentado en el mercado de América Latina?

Al analizar el fuerte crecimiento en Latam, caben multitud de razones, internas y externas, sin embargo consideramos que la más importante ha sido el factor humano. Aunque pueda sonar a tópico, esa es la realidad, el buen entendimiento y colaboración entre los equipos de las sedes son la clave.

Hablamos intensiva y exhaustivamente con nuestros colegas de Argentina sobre todos los temas, incluidos los controvertidos, siempre con total transparencia, empatía y vocación de tomar las mejores decisiones para la empresa en global. Y como ejemplo de esta filosofía, a principios del año pasado inauguramos las nuevas oficinas en la ciudad de Buenos Aires, en las que hemos colocado una gran pintura mural en la pared, hecha a mano por un artesano especialista, donde se ve un colorido mapa del mundo, y donde los países de Argentina y España nos damos la mano, con una frase que dice: "Grupo SPEC, un equipo sin fronteras."

¿Cómo se ha vivido esta expansión desde la matriz en España?

Para la sede de Grupo Spec en España, el crecimiento en Latam ha traído consigo multitud de nuevos retos y asuntos a solucionar y optimizar. Tenemos claro que con este crecimiento, vamos a estar siempre fuera de nuestra zona de confort, por eso es importantísima la buena relación humana y la disposición a hablar de todo y con todos.

¿Por qué esta fuerte apuesta por Argentina como sede regional?

Implantamos la sucursal en el continente americano en el momento que decidimos expandirnos y abrir mercado. Para poder entender la cultura y el comportamiento de los grandes clientes, sobretudo en un sector complicado como es el Control Horario, donde cada país se rige por

La compañía tecnológica española ha disparado sus exportaciones un 80% de la mano de su sucursal en Argentina, desde la que conectan con toda América Latina

unas normas y leyes diferentes, es necesario de un equipo que sea cercano a esa cultura, por eso desde Argentina gestionamos las operaciones para toda Latinoamérica.

Con veinte años de trayectoria en el mercado regional, hemos logrado una importante presencia tanto en Argentina como en Brasil, Chile, Colombia, México, Uruguay, Bolivia, Paraguay, Perú, Ecuador, Venezuela, y ahora también en Florida, USA.

Además, desde Argentina ha sido más fácil el crear una red de distribuidores de confianza en Latinoamérica. Hemos constatado que más importante que el tamaño de mercado u otros factores externos, la clave para el éxito en un nuevo país es encontrar al partner ideal. Esto se consigue con mucho esfuerzo y muchos intentos, hasta que encuentras uno con el que se genera la relación de confianza necesaria.

¿Qué les hace únicos en este mercado latinoamericano?

En primer lugar, poder llevar alta tecnología europea a toda la región, teniendo la capacidad de personalizar nuestros productos de acuerdo a las necesidades de cada cliente y al contexto local. Segundo, nuestra red de distribuidores homologados, que nos permite acompañar a cada clien-



te desde la preventa, instalación, puesta en marcha y mantenimiento de las soluciones, sin importar en qué país de la región se encuentre. Y lo más importante: nuestro liderazgo en la región se nutre de un equipo apasionado por la innovación y la calidad, que no descansa hasta encontrar la solución tecnológica más efectiva para cada cliente

¿Qué han aprendido de esta experiencia internacional?

Hemos aprendido que lo primero que necesitas para desenvolverte en una nueva región son personas de confianza en ese mercado y que cumplan tres requisitos: transparencia, generosidad y compañerismo. Es necesario que la relación humana entre las personas de la sucursal con sus colegas de la casa matriz sea cercana y transparente.

En todo momento deben sentirse acompañados por la central, y los directivos somos los primeros que tenemos que dar ejemplo y hacer bandera de los valores de transparencia y cercanía, luego la confianza nace por sí sola. La confianza no se puede imponer, hay que ganársela ■