

23 de Noviembre de 2010 - 15:06 | Empresa - ZOHO Corp.- ManageEngine

"Invertiremos más en acciones locales"

Nirmal Kumar Manoharan, Senior Business Development Manager en la compañía de origen indio, anticipa cómo proyecta su colaboración con la empresa argentina ZMA para el próximo año. Las claves de una alianza que une a la IT local con la potencia asiática.

por Flavio Cannilla

Las empresas indias descubren cada vez más el mercado argentino como un buen puente de acceso para llegar a plazas de importancia como Estados Unidos o de América latina. Entre las razones, figuran el huso horario y la calidad del talento .com.ar. Conocido son los casos de la gigante Tata Consultancy Services, que se instaló en a principios de la década, o Iken Solutions que sumó en 2008 al emprendedor de tecnología móvil Antonio Peña como representante local y regional.

Entre los ejemplos más recientes figura desde principios de noviembre Aegis, la india compró a la compañía local ActionLine, empresa de *call centers* con 5.000 empleados en cinco centros ubicados en Buenos Aires, Bahía Blanca, Mar del Plata, Tucumán y Córdoba. Su presidente Sandip Sep, declaró que la movida debe entenderse como "el puntapié inicial" para la expansión en América latina. El país sería la primera operación por la cual la compañía espera tener hasta un total e 18.000 profesionales en la región.

La tendencia promete seguir en aumento: según datos de la embajada india en Buenos Aires, en los primeros meses de 2010, el comercio entre ambos países aumentó 125 por ciento. En este incremento se enmarca también dos empresas que invirtieron US\$ 80 millones en los sectores de informática y cosmética, mientras que el número de argentinos que trabajan para compañías indias pasaron de 3.500 a 9.000 empleados.

En esa tendencia se enmarca también la empresa de soluciones ZOHO Corporation-ManageEngine, que, en 2004, cerró una alianza con la argentina ZMA. Su Senior Business Development Manager Kumar Manoharan estuvo de visita en Buenos Aires y comentó la importancia del mercado local para las compañías de sudeste asiático y qué espera para el año próximo.

¿Cómo anticipan 2011? ¿Qué acciones preveen?

Definitivamente estaremos ampliando nuestras operaciones. Queremos sumar más resellers. Tenemos muchos productos para el mercado de gestión de IT, que están enfocados en compañías y proveedores de servicios. Entre ellos, VAR/SIs/Service Providers dirigida a mejorar las soluciones y servicios para empresas grandes y pymes. También invertiremos más en acciones locales para expandir nuestra penetración en el mercado.

¿Cuáles fueron los desafíos más grandes que encontraron a iniciar la colaboración con una empresa local?

Más allá de la barrera idiomática, que tienen en cierto sentido las compañías indias, la Argentina resultó ser un excelente mercado para trabajar y por la calidad de sus empresas. En promedio, hay un gran nivel de skills, también en cuanto a la educación. El personal con el que trabajamos resultó ser muy creativo y abierto a probar nuevas ideas. En resumen, resultó una experiencia muy enriquecedora trabajar con una empresa argentina.

¿Qué los motivo a en ZOHO Corporation-ManageEngine a hacer pie en la Argentina y no en otro país?

El interés nuestro en un mercado se define por el potencial que vemos en él y de tener un distribuidor local con gran capacidad de penetración. La Argentina es una de las más grandes economías que América latina tiene para ofrecer y por eso representa también una gran oportunidad para la llegada de nuestros productos en toda la región. Por otro lado, parece estar también en una posición de privilegio y de fortaleza para soportar mejor que otros la actual incertidumbre y recesión económica que vive el mundo. En ZMA tenemos un distribuidor muy confiable. La compañía se caracteriza por el set de skills adecuado para nosotros y para penetrar el mercado y proveer soporte técnico.

¿En cuanto al negocio, que proyectan para el próximo año?

El mercado está creciendo y nuestros productos están muy bien enfocados para el mismo, por eso esperamos poder crecer en 2011 un 50 por ciento. Es la tasa a la que venimos creciendo en los últimos cinco años y esperamos poder continuar haciéndolo.

¿Y qué esperan para el mercado en general?

Como en todo el mundo, vemos que los clientes y consumidores son más conscientes a la hora de cuidar el gasto. Por eso, creemos que el ciclo de ventas se extenderá. Y, como en ManageEngine, los productos se diseñan y precian a un valor muy competitivo, esperamos que los clientes se decidan por uno de ellos en contra de otros más caros y más complejos para implementar. Por todo esto, creemos que ManageEngine terminará siendo mucho menos afectada por la crisis económica que otros.

