



VISUALTECH

De México a la Argentina y América Latina

Marcelo Lucaski nos cuenta su experiencia como director comercial de Visualtech, una empresa dedicada a la comercialización de insumos para la impresión digital de gran formato. Crónica de un emprendedor que en tiempos de crisis decidió irse a vivir a México a trabajar en el rubro y terminó trayendo el negocio a la Argentina.



Claudio Barros, directora de Administración y Finanzas, y Marcelo Lucaski, director Comercial de Visualtech

DE FAUNA A VISUALTECH: EL ORIGEN DE UNA MARCA

A Marcelo Lucaski siempre le gustaron los desafíos. A los 20 años integró la Selección Nacional de Lucha Libre y supo conseguir el título de Campeón Latinoamericano. El deporte le enseñó valores como la constancia, el coraje y el trabajo en equipo, que luego aplicaría en Visualtech, la empresa de insumos para la impresión digital de gran formato que ahora dirige. Luego de la crisis económica del 2001, muchos de sus amigos se habían ido a trabajar a México. "Yo me demoré y recién me fui para el año 2006. Tenía 24 años. Estuve trabajando un año entero allá", recuerda. Pero el estilo de vida del DF no era para él. "No me pude adaptar. Es una ciudad difícil. Hay mucho tránsito y smog, y las costumbres son diferentes", cuenta este emprendedor que empezó trabajando para Fauna & Visualtech, una compañía fundada en 2004 que fue ganando aceptación

"Somos todos relativamente jóvenes, con mucho empuje, y eso nos ayuda. Tenemos paciencia, estamos en contacto con lo tecnológico y tenemos más fluidez con Internet que otras generaciones".

en el mercado como una de las principales comercializadoras mexicanas. Esto generó una oportunidad para ampliar las fronteras. "Corría el año 2007 y se me ocurrió hablar con el dueño y proponerle llevar la empresa para la Argentina", detalla. Así, en ese mismo año, nació Visualtech Insumos Digitales, en Buenos Aires. La empresa se dedica a la venta de tintas solventes, UV, UV LED, Ecosolventes, TurboJet; materiales flexibles de lona, vinilo, telas, papel y rígidos; que hoy cuenta con un depósito de 800 m² y otro próximo a abrir del mismo tamaño. "Empecé estudiando cuestiones de mercado. Yo alguna idea del rubro tenía, pero de la parte de la impresión, no de la parte de venta de insumos. En México era gerente de Producción; estaba en contacto con la gente de Compras, comprábamos las tintas y los sustratos. El dueño de Fauna es argentino y lo conocía desde hacía muchos años. Eso me facilitó abrir la sucursal acá".

LA EXPERIENCIA EN LA ARGENTINA

En 2007 Marcelo volvió a la Argentina con un objetivo claro: replicar en el país lo que había aprendido en México. “Arrancamos con dos laptops, dos caballetes, una mesa, y empezamos a contactar gente y a movernos. Desde que decidimos venir acá comenzamos a tener reuniones con clientes, a hacer toda la parte de comunicación, marketing y logística, es decir a poner en marcha la empresa con trabas que supimos sortear”, recuerda. Y el equipo se terminó de formar con la incorporación de Claudia Barros, quien los asesoraba externamente con la administración de la empresa hasta que pasó a formar parte de Visualtech como directora de Administración y Finanzas. Hoy, Marcelo y Claudia llevan adelante el negocio juntos.

Los inicios fueron momentos para mantenerse firmes. Eso es lo que creyó Marcelo, hoy casado y padre de dos hijos, que mantuvo sus convicciones a pesar de las dificultades. “Fue bastante duro, porque arrancamos con empresas de las más grandes del país como clientes, que compraban un volumen interesante, pero había que venderles muy barato con la dificultad de que pagan a plazos bastante largos”, rememora. El empuje y la visión fueron fundamentales para continuar con el proyecto. “El CEO de Fauna nos dijo que le diéramos para adelante. Vendimos toda la mercadería en pocos meses. Había que pedir otro contenedor, pero no teníamos dinero para seguir comprando porque no habíamos cobrado los cheques a 90 días; desde allá tuvieron que soltarnos ‘lana’, como le dicen al efectivo en México”, resume. Gracias a esa perseverancia ahora está al frente de una de las empresas de venta de insumos de más rápida y mejor inserción en América Latina —ya que cuenta con representaciones en varios países de la región—, que maneja en conjunto con la sede de México. “Con el tiempo nos hicimos de una camioneta propia, participamos de las exposiciones, viajamos al interior del país, contactamos los clientes y empezamos a conocerlos”. Hoy Visualtech tiene clientes y distribuidores en todo el país teniendo como eje principal las tintas y los sustratos. Y replicando el éxito obtenido por la casa matriz que, en el año 2013, inició actividades también en Estados Unidos con Fauna USA.

A Marcelo se le propuso un desafío: “¿Qué le dirías a quienes recién empiezan un negocio?” El director de Visualtech lo resumió en un consejo: “Perseverancia, presencia y mucho empuje. Vivimos en un país con una economía muy fluctuante y debemos adaptarnos a los cambios lo más rápidamente posible”, y agregó que el objetivo de los emprendedores debería ser conformar “una empresa comprometida con la industria, con el cliente, con los empleados, con los proveedores y principalmente con la calidad del producto”.

ADAPTARSE AL MERCADO LOCAL

Marcelo destaca como parte del éxito el haber podido adaptarse a las necesidades de lo que exigía el mercado argentino. “Al principio traíamos rollos de 100 metros de largo cuando, sin saberlo, acá se usaba el de 50 metros. A los clientes les gustaba porque el rollo les duraba más tiempo pero los operarios se quejaban del peso. También trajimos lonas base blanca justo en el momento en el que se iniciaba la transformación a la base gris. Fueron algunas de las experiencias que nos obligaron a aggiornarnos y a adaptarnos a un nuevo mercado”, afirma. En ese camino de pruebas y errores fue conociendo el mercado local.

Marcelo sabe que el paso de los años y la experiencia ganada le sirven para dar consejos en el rubro que lidera. Además, considera que su trabajo en México fue vital para conocer el movimiento comercial en cada país. “El mercado mexicano mueve diez veces más que acá; hay mucha más población, más áreas dónde publicitarse, casi todas las publicidades se hacen con este medio de gigantografía digital”, dice, y deja en claro las diferencias con la Argentina. “Hace 10 años atrás eran 5 millones de m² al mes que se imprimían. Hoy debe ser el doble. En la Argentina debemos estar por los 2 millones”, reflexiona.

LAS CLAVES DE UNA EMPRESA EN CRECIMIENTO CONSTANTE

Marcelo destaca los pilares del crecimiento en la empresa: servicio al cliente, precios competitivos y buena logística. “Priorizamos el trato con el cliente y tratamos de tener un precio competitivo. Tenemos clientes que aun nos acompañan desde nuestros inicios hace diez años. En tantos años de relación se forja un acercamiento más allá de lo comercial que continúa”, recuerda. También destaca una logística aceptada. “Tenemos un servicio de logística propio para entregar rollos de hasta 3,20 perfectamente, y en el interior despachamos de manera *express*, y en algunas ocasiones nos hacemos cargo del expreso también”, dice. También hace un lugar para hablar de los empleados con los que trabaja, a los que considera fundamentales en el funcionamiento del día a día. “Nuestro equipo de trabajo tiene puesta la camiseta de la empresa”, dice con orgullo. Confía en el trabajo conjunto como cuando era deportista. “Hay gente que está con nosotros



desde que empezamos. Son muchos años con nosotros", afirma este emprendedor hinchado de Racing que sabe de aliento y pasión por lo que hace e intenta transmitir lo mismo a sus empleados. "Me interesa que el trabajo sea parte de cada uno, que estén comprometidos con él".

LAS TINTAS: UN PRODUCTO QUE PISA FUERTE

Las puertas de Visualtech siguen abiertas. La charla sigue en el plano de los productos que la empresa tiene para ofrecer dentro de un mercado altamente competitivo. "Estamos muy bien posicionados con las tintas Chimigraf. Son españolas con un acuerdo muy fuerte que ya llevamos ocho años trabajando juntos. Tintas solventes, ecosolventes, UV, son el fuerte de la empresa" dice y remarca que la compañía de tintas española los nombró Master Leaders para la distribución en toda América. "Estamos en Estados Unidos, Chile, Costa Rica, Panamá, El Salvador, Colombia, Venezuela, Ecuador, Perú. Todo esto en diez años de trabajo", pormenoriza, y agrega que desde hace dos años la empresa incorporó tintas y papeles en la parte digital. "Son tintas coreanas y papeles brasileros y asiáticos; los contactos los sacamos viajando a las ferias". Añade que la constancia fue fundamental para

"Priorizamos el trato con el cliente y tratamos de tener un precio competitivo. Tenemos clientes que aun nos acompañan desde nuestros inicios hace diez años. En tantos años de relación se forja un acercamiento más allá de lo comercial que continúa".

crecer en poco tiempo. "Somos todos relativamente jóvenes, con mucho empuje, y eso nos ayuda. Tenemos paciencia, estamos en contacto con lo tecnológico y tenemos más fluidez con Internet que otras generaciones". Además de privilegiar la presencia en las exposiciones internacionales y locales, Visualtech también utiliza publicidad en revistas, newsletters y en un sitio web centralizado en México, Argentina y Estados Unidos.

EL FUTURO: SEGUIR INNOVANDO

Marcelo alimenta sus sueños y piensa en el futuro. Proyectar es una tarea que lo acompaña desde siempre. A corto plazo planea traer más variedad de materiales nuevos sobre decoración de interiores y textil. "El mundo vive un auge de lo digital. La idea es que la Argentina también sea parte de ese proceso", refiere con entusiasmo.

¿Cómo se ve de acá a 10 años? "Si Dios quiere, vendiendo mucho más. Con la empresa adaptada al crecimiento, liderando el mercado argentino: ese es mi sueño. Siempre tenés que tener algo para afrontar, algo para hacer, como un desafío", resume quien supo hacerse su lugar en el mundo. Ese lugar que alguna vez lo llevó a México y lo trajo de nuevo a la Argentina para impulsarlo en toda América.