

## **ADVERWEB**

No hacemos nada de publicidad, nuestros clientes se enteran de nuestro servicio por referencia de otros clientes en un 90 por ciento.

José Ramírez

Cualquiera de los socios y empleados de la empresa Adverweb C. A., creada el 28 de agosto de 1995, habla con propiedad de las dos claves de éxito más destacadas en esta experiencia: El manejo integral con el cliente y el desarrollo de la capacidad de innovar, especialmente en un sector de la economía donde el cambio es frecuente: La tecnología. De allí su slogan Nuevos tiempos, nuevos retos, nuevas soluciones.

Esta compañía anónima ofrece desarrollo integral de portales, sistemas de información basados en la web, sistema de información empresarial, comercio electrónico (B2C/B2B) y aplicaciones móviles. Tanto los productos de software y consultoría que realizan con alta calidad, contribuyen al éxito de los negocios de una amplia y reconocida gama de empresas.

Los directores de Adverweb saben que cada cliente tiene sus particularidades, sus necesidades y cuál tipo de solución le conviene más. Luego se desencadena toda una metodología para estructurar los proyectos. Así se reseña en el libro Éxito Venezolano 2007 de Venezuela Competitiva, que documenta la historia y claves de éxito de esta Pyme.

Dedicados 100% al negocio, los socios de Adverweb dirigen un grupo de aproximadamente 50 personas, distribuidos en los departamentos de Proyectos, Administración y Mercadeo. Su mayor fortaleza y principal inversión es el equipo de trabajo; comprometido con los valores del profesionalismo, responsabilidad, honestidad, creatividad y respeto.

Han desarrollado un conocimiento funcional y de negocio, que les ha permitido generar relaciones de largo plazo con clientes, posicionándose como una de las mejores empresas venezolanas reconocida por su sólida trayectoria y experiencia en el área financiera, entre otros esquemas metodológicos que aplican basados en directrices del Project Management Institute.

Tanto María Filomena Calicchia Constanzo, Jorge Miguel Castillo Machez y José Marcelino Ramírez González, coinciden en establecer relaciones duraderas con sus clientes, que además los reconocen como asesores tecnológicos y no como vendedores. En esa alianza "no hacen publicidad, pero sí cultivan relaciones con el cliente", explica Yara Maldonado, gerente de mercadeo. Ramírez ratifica que "se preparan de varias maneras, primero tecnológicamente, conociéndolos, y después creando alianzas"; Calicchia ofrece un ejemplo de sus prácticas de Responsabilidad Social con UNICEF: "Trabajamos y pudimos hacer cosas desde el punto de vista de servicios que nos satisfacen mucho, pero también hemos aprendido muchísimo de ellos, nos han enseñado valores adicionales". Castillo por su parte, sostiene que "los clientes, cuando identifican una empresa confiable y reciben una primera solución, te dicen Ah, mira, ahora necesito esta otra cosa".

En Venezuela han visto consolidar una plataforma tecnológica y de comunicaciones, manteniéndose permanentemente al día. De allí que Adverweb haya creado hace años Patilla.com y en esa ocasión también estuvieron presentes otros elementos de competitividad: No casarse con una sola tecnología y la constante innovación en todos los pasos de la consultoría.