

29-05-08

Entrevistado: Lic. Rubén Wertheimer
Director de RR.WW Comunicaciones

GS: Nuestro invitado de hoy, el Lic. Rubén Wertheimer es el Director de RR.WW Comunicaciones, hola Rubén, cómo estás, bien?

RW: Qué tal, muy bien, gracias Gerardo.

GS: Días pasados escuché o leí en uno de los newsletter que están circulando que hay unos cambios en tu Consultora.

RW: Sí. Para volver un poquito a la introducción de programa (Se lo había presentado como Director de RR.WW, mencionando que nos iba a corregir si así no fuera), el nombre de la Consultora no cambió, continúa el mismo nombre, simplemente lo que hemos hecho con un colega es mudarnos a una misma oficina, para en una primera instancia optimizar todo lo que era el área de costos.

GS: Un colega que ya tiene una consultora?

RW: Ya tiene una consultora.

GS: Podemos hablar de una fusión o una asociación?

RW: No es una fusión. En este momento simplemente nos hemos juntado, cada uno mantiene su identidad corporativa, su porfolio, es decir su cartera de clientes y sí para poder mejorar todo el manejo de costos u optimizar la logística.

GS: Y esto es así en una primera etapa, o ya queda así?

RW: No te puedo decir hoy cómo va a continuar, pero en este momento es así, después iremos viendo.

GS: Cuáles son los cliente principales de tu Consultora?

RW: Nosotros estamos muy orientados a lo que es el mercado aerocomercial y el mercado turístico. Mi Consultora tiene ocho años y como vos bien sabés, anteriormente me desempeñé en la industria aerocomercial más de quince años, eso me dio un expertise muy importante. Y el haberme desempeñado en el área comercial, en el área de marketing, eso me dio una experiencia muy rica para poder dedicar todos esos conocimientos hacia los clientes de ese sector.

GS: Yo diría que en principio, los temas profesionales, tanto el manejo de publicidad, como prensa, relaciones con autoridades y distintas actividades

propias de la profesión son comunes a todos los relacionistas, pero convengamos también que hay como especializaciones, porque las comunicaciones financieras de los bancos, o de las empresas de servicios tienen matices distintos a la hora de la práctica y en este caso, yo siempre que te veo en alguna reunión te asocio con el mercado aerocomercial.

Y en una empresa aerocomercial no se puede descartar el tema crisis tampoco, no?

RW: No, para nada. Una de las actividades que yo tenía mientras me desempeñaba en la actividad aerocomercial, era el manejo de la comunicación de crisis para la compañía aérea y también en un grupo de trabajo de la IATA, que es la Asociación Internacional de Transporte Aéreo.

GS: Y lógicamente, como empresa organizada, tenía su manual de crisis.

RW: Si. Tenía un manual de crisis que siempre se actualizaba, siempre se trabajaba y hoy me permitís pasar un mensaje, referido a la crisis, yo soy parte de, es decir integro un foro, hoy lo llamarían blog, hace un par de años lo llamaban un foro que se llama Crisis Management University que lo maneja un consultor norteamericano especialista en manejo de comunicación de crisis de todos los temas y él bastante alarmado dice que solamente el diez por ciento de las corporaciones internacionales manejan seriamente el tema de las crisis. Eso es alarmante.

GS: Y a su vez ustedes les recomiendan a sus clientes tener el manual de crisis.

RW: Actualizado. O se comienza a trabajarlo.

GS: Contanos un poco cuáles son los temas que a diario tratan en tu Consultora, hacen más hincapié en el tema prensa o relaciones con autoridades, o más asesoramiento a la empresa.

RW: Lo que más hacemos es el manejo de la prensa, también asesoramos a nuestros clientes en todo lo que es la elaboración de la estrategia de comunicaciones, donde entra específicamente lo que hacemos nosotros, que es prensa. Una de las decisiones que yo tomé cuando comencé con la Consultora es siempre manejarme con una estructura chica, por lo tanto otras actividades anexas, como ser por ejemplo, la organización de eventos, diseño, lo que se llama el clipping, siempre lo hemos manejado externamente, con aliados.

GS: Es interesante porque, como hablábamos antes de las especializaciones, hay empresas que se especializan en clipping, entonces para que vas a hacer clipping en tu consultora, si lo podés contratar a alguien que realiza específicamente esa tarea

RW: Exactamente.

GS: No se si querés hacer nombres de algunas de las cuentas que manejás?

RW: Una de las cuentas más importantes en este sector es Savers Holdings, que es un sistema de distribución de información en el mundo, es una empresa internacional y acá tiene una presencia muy importante, que está creciendo a través de un centro de desarrollo de software, inaugurado hace algunos meses. Por otro lado quería mencionar dos aspectos, que para nosotros son muy importantes, como vos bien sabés, somos socios del Consejo Profesional de Relaciones Públicas, integramos la comisión de Consultoras y estamos muy activos en la próxima Conferencia Internacional de Relaciones Públicas que se va a hacer. Y también quería mencionar, es uno de los aspectos que para mí fueron muy importantes cuando yo comencé con la Consultora es todo el tema de la internacionalización de la empresa y como tal nosotros somos miembros de una alianza internacional que se llama Public Relations Network, que está en veinte países, en Europa y en Asia muy fuerte y ahora está comenzando en el continente americano, Estados Unidos, Brasil, después nos incorporamos nosotros en Argentina y se acaba de incorporar un nuevo miembro en México. La característica que tiene es que todas las consultoras mantienen su identidad corporativa y se van atendiendo clientes en distintos lugares del mundo, cada uno a través de su consultora y todas las consultoras tienen más o menos las mismas características en cuanto a su organización y a su tamaño, de acuerdo al país.

GS: No atienden exclusivamente temas aerocomerciales, no?

RW: No. Nosotros también tenemos clientes que no son del sector aerocomercial.

GS: Esto me pasa por encasillarte en la actividad aerocomercial y vos tenés otros clientes.

RW: Yo comencé en la actividad aerocomercial y en la actividad turística y afortunadamente, debo decir hoy que decidí no poner todos los huevos en un solo canasto, porque a nosotros también como consultores nos pegó fuerte el 11 de septiembre, más estando en ese sector. Por suerte, el tener clientes de otros sectores nos permitió en ese momento poder mantenernos.

GS: No sé si querés agregar algo más, o sino pasamos entonces a las dos últimas preguntas que generalmente hacemos a nuestros entrevistados, que son sobre tu formación y desarrollo, con las posiciones anteriores a la Consultora.

RW: Pasamos directamente, porque quizás ahí se me vayan ocurriendo cosas. Yo estudié Administración, y después hice un Master en Marketing Estratégico. También hice algunas materias de Relaciones Públicas, vos bien lo sabrás, ya que hemos coincidido en UADE. Pero en realidad mi formación académica no son las Relaciones Públicas.

GS: Pero completaste la Licenciatura en Relaciones Públicas?

RW: No, porque ahí surgió la posibilidad de hacer el master, porque yo ya tenía una licenciatura.

GS: Bueno y entonces antes de tu Consultora?

RW: Antes de mi Consultora yo trabajé quince años en Lufthansa, donde obtuve experiencia y especialización en el mercado aerocomercial. Anteriormente trabajé casi cinco años en una empresa siderúrgica en Alemania. Yo estuve del 86 hasta el 2000 en Lufthansa y anteriormente del 81 al 86 en la siderúrgica en Alemania.

GS: En qué ciudad estabas?

RW: Estaba cerca de Düsseldorf, en Essen, que es la cuenca del Ruhr, que es una zona bastante industrializada. Y antes de eso, en la época de estudiante era trainee en otra empresa alemana, en Siemens. Siempre en empresas alemanas, soy de familia alemana, fui a un colegio alemán.

GS: Y de formación, administración y marketing, pero bueno actualmente tu corazoncito está en las Relaciones Públicas.

RW: Totalmente. Y es una profesión que me gusta y que yo también defiendo mucho y por eso también la participación en la Comisión de Consultoras en el Consejo Profesional, desde donde todos quienes estamos volcamos nuestra experiencia y aportamos para tratar de dar las mejores herramientas y poder realizar lo mejor posible la profesión.

GS: Una actividad muy linda que realiza la Comisión de Consultoras que hizo el año pasado en Buenos Aires y días pasados en Córdoba es la Maratón Solidaria, realmente esto de asesorar gratuitamente a ONG's en el tema de comunicación, es un verdadero tema de responsabilidad social del Consejo.

RW: Exactamente y ahora la próxima actividad está prevista para los primeros días de julio acá en Buenos Aires.

GS: Después tengo entendido que habrá una en Mar del Plata y otra en Rosario. Bueno Rubén te agradecemos mucho esta charla y cualquier información sobre la profesión estamos a tu disposición para difundirla y nos mantenemos en contacto.

RW: Claro Gerardo y muchísimas gracias por la invitación y muchas gracias por darme la posibilidad de hablar de la profesión que nosotros compartimos.

GS: Un gusto realmente. Gracias.