

Herramientas para la búsqueda de clientes europeos desde Huesca

Quince empresas altoaragonesas participaron en una jornada técnica en la Cámara de Comercio oscense

D.A.

HUESCA.- Quince empresas de Huesca participaron recientemente en la jornada técnica gratuita "Búsqueda de clientes europeos", organizada por el departamento de Internacionalización de la Cámara de Huesca con el objetivo hacer frente a la complejidad de los mercados internacionales y salir al exterior a vender productos o servicios con la información adecuada sobre posibles oportunidades de negocio.

Este encuentro se desarrolló bajo el formato de taller formativo, por lo que los participantes contaron con ordenador conectado a Internet para aprender a manejar las herramientas online que permiten rastrear información en la red. Durante las cuatro horas de duración de la jornada, se desgranaron casos prácticos y ejemplos de utilización de las herramientas y metodologías más actuales para localizar y procesar la información que hay disponible en Internet y que pueden utilizarse para identificar los potenciales clientes internacionales en los mercados europeos (desde Portugal hasta Rusia).

Rodrigo Saldaña, socio director de la firma Redbus (Red de Búsqueda de Información Inter-

nacional), explicó a los asistentes cómo desarrollar un plan de búsqueda de información sobre clientes en Europa y cómo utilizar las diferentes herramientas de búsqueda de información internacional.

Mediante el plan de búsqueda de información, se determinan relevantes variables como qué es realmente lo que se necesita (importadores, distribuidores, agentes, socios...), cómo buscar la información, cómo validar, ordenar y clasificar los resultados de la búsqueda, y, finalmente, cómo filtrar el listado de contactos obtenido.

Respecto a los métodos que pueden emplearse para encontrar información, en esta jornada se presentó una guía online para la búsqueda de clientes europeos, así como varias herramientas, tanto de pago como

gratuitas. Los representantes de las empresas que asistieron a la jornada pudieron realizar casos prácticos personalizados, utilizando algunas de estas herramientas para comprobar su utilidad y la validez de sus resultados.



Rodrigo Saldaña, durante su intervención. S.E.



Un momento de la jornada en la Cámara. S.E.

>Se presentó una guía online e instrumentos de pago y gratuitos

Informes de gestión

Mucho han cambiado los informes de gestión en los últimos 20 años. En el año 1993 las grandes empresas que trabajaban con sistemas de bases de datos muy caros (como era el caso de Oracle) facilitaban unos informes en pantallas monocromáticas.

En la actualidad, las grandes empresas disponen de unas bases de datos que permiten utilizar "cubos dinámicos" donde podemos crear infinidad de informes de gestión con unas presentaciones muy didácticas.

En aquel año 1993 me tocó hacer informes de gestión para ver la rentabilidad de parques de atracciones. Recién salido de un MBA, los primeros informes eran un "tocho" con un montón de ratios económicos y financieros.

Al poco tiempo, me di cuenta que a la dirección de poco le servía aquel informe para tomar decisiones de inversión en apenas cinco minutos. Fue cuando comencé a incluir gráficos en colores de la rentabilidad por cada unidad de negocio.

Aquello gustaba más. El color rojo indicaba la mayor rentabilidad, mientras que los colores más suaves suponían una disminución progresiva. Era una forma muy directa de poder comparar distintas inversiones. Luego se iban a mirar las páginas de ratios.

El mismo modelo lo fui implementado para tomar decisiones de inversión en otros sectores como era hospitales, televisión por cable, inversión inmobiliaria, entre otros muchos.

Todavía no existía Internet y apenas un incipiente correo electrónico. Esto suponía que había un acceso muy limitado a la información y que era necesario desplazarse para presentar los informes.

El final del siglo XX conllevó un cambio drástico con las posibili-

dades de los paquetes de software ofimático (Word, Excel y Access), así como la proliferación de los ERP (programas de gestión integral) en las empresas.

La primera década del siglo XXI ha sido el boom de Internet y la utilización de los sistemas de comunicaciones, como es el caso del correo electrónico, que han posibilitado el compartir la información.

Esta segunda década nació con dos nuevos paradigmas rompeadores (los datos en la nube y el software como servicio (SaaS) que vuelven a transformar el modelo de creación de informes de gestión.

Los datos en la nube (en un servidor al que tenemos acceso por Internet) y el SaaS posibilitan el poder consultar estos informes desde cualquier lugar y compartirlos con otras personas.

Evidentemente, existen programas de software en el mercado que nos hacen estas funciones de una manera fácil. Pero, también tenemos la opción de utilizar plataformas gratuitas que lo facilitan, como es el caso de Google Apps.

En este caso, podemos tener una base de datos en una hoja de cálculo a partir de la cual podemos realizar los distintos informes que necesitemos tanto para uso particular como para compartirlo con colaboradores.

Estos informes pueden ser de ventas por clientes, de facturación por comercial o cualquier otro que podamos crear desde la base de datos que tenemos en la hoja de cálculo.

Pero, también podemos utilizarlo para hacer el seguimiento de nuestra actividad. Así, podemos saber en qué fase del proceso de venta se encuentran las distintas posibilidades que tenemos entre manos.

Estas fases del proceso de venta son el análisis de la ne-

cesidad del cliente, la propuesta de valor que le ofrecemos, el presupuesto económico propuesto, el periodo de negociación y el cierre positivo o fallido de la venta.

En la foto adjunta, tenemos un gráfico que nos muestra el estado en que se encuentran distintas oportunidades de venta indicándose la fecha donde se ha realizado la fase alcanzada.

Se ha utilizado una gama de colores progresiva que indica el avance en el proceso. Así, el azul para el análisis en el inicio, en amarillo cuando se ha presupuestado, y el rojo cuando ya se ha cerrado positivamente la operación.

Es una tabla dinámica que se actualiza de forma automática cuando se ha cambiado la base de datos, de manera que podemos tener acceso a la misma desde cualquier sitio disponiendo de la información actualizada por todas las personas que tienen acceso.

Un informe de gestión tiene que ser útil para realizar un seguimiento y tomar decisiones. Con estas herramientas es muy fácil adaptarlas a las necesidades que tengamos.

Daniel VALLÉS TURMO
CEEI Aragón

1. Análisis	2. Propuesta	3. Presupuesto	4. Negociación	5. Cierre
				29/11/2013
	14/03/2014			
			27/01/2014	
				30/12/2013
		21/02/2014		
				30/10/2013
				30/09/2013
14/04/2014				
14/05/2014				