
SISTEMA DE GESTIÓN Y ORGANIZACIÓN DE
NEGOCIOS INTERNACIONALES Y DOMÉSTICOS DE
LA PROVINCIA. GENERACIÓN DE CAPACIDADES Y
DESARROLLO INICIAL.

Informe Final

Febrero 2012

Tabla de Contenidos

1. RESUMEN.....	4
2. INTRODUCCIÓN	6
3. TAREAS DESARROLLADAS.....	13
4. CONCLUSIONES.....	32

Índice

Alcance	9
Beneficios y Novedades Tecnológicas.....	10
Capacitación.....	29
Componente Tecnológica.....	12
Conclusiones	31
Configuración y Adaptación	12
Finalidad.....	8
Generación de Capacidades Locales.....	29
Gestión de la Demanda	26
Gestión de la Oferta	18
Gestión del Proceso de Negociación.....	27
Incorporación de Datos	17
Intercambio Comercial	27
Introducción.....	5
Lanzamiento	30
Motivo.....	5
Objetivos.....	8
Operaciones.....	17
Resumen.....	3
Tareas Desarrolladas	12

1. Resumen

Lograr equilibrio o incluso un superávit en la balanza comercial de las provincias es una tarea que quizás sólo sea realizable si el sector PyME logra finalmente convertirse en el gran actor exportador.

La coyuntura político-económica global, nacional y provincial se encuentra en un momento ideal para la realización de estrategias de fomento y concreción de exportaciones en el sector PyME.

Sin embargo, e incluso a pesar de la existencia de variada y abundante demanda internacional susceptible de ser satisfecha con productos y servicios argentinos, las oportunidades comerciales son recurrentemente desaprovechadas y/o desapercibidas. La causa de estos inconvenientes radica en barreras existentes tanto en los compradores internacionales como en los vendedores nacionales.

Desde el punto de vista del comprador internacional podemos observar:

- Una dificultad prácticamente insalvable a la hora de conectar a la oferta PyME. Simplemente no hay canales adecuados para generar interacción comercial ágil y precisa entre los requerimientos de compra y la oferta nacional.
- Un riesgo altísimo a la hora de realizar operaciones con las PyMEs nacionales puesto que a menudo se desconoce la identidad, historia y perfil comercial de estas empresas.

La demanda internacional no sólo necesita un canal veloz, identificable y adecuado para llegar a las PyMEs sino que este canal debe ser un paraguas que otorgue seguridad institucional a la interacción comercial.

La oferta, por otro lado, presenta los siguientes impedimentos:

- Desconoce los procesos de exportación

- A menudo no logra volúmenes adecuados o continuidad de producción
- No puede afrontar los costos de exploración y apertura de mercados internacionales
- No posee mecanismo de investigación de los compradores una vez realizado el contacto comercial

La PyME requiere un canal que le acerque la demanda internacional sin generarle costos de exploración pero, adicionalmente, que le aporte elementos de gestión facilitadores de procesos administrativos, de armado de “clusters” de exportación y/o de investigación de compradores.

La construcción y el posicionamiento político-comercial de un espacio tecnológico institucional dedicado a la recepción centralizada de la demanda internacional, la gestión ágil y precisa del contacto con las empresas PyME provinciales y el acompañamiento experto en el dialogo comercial destinado a la concreción de operaciones de exportación resuelve las barreras existentes proveyendo un marco adecuado para todos los actores relevantes.

2. Introducción

El contenido del presente informe es producto del desarrollo y finalización de todas las actividades del proyecto dentro del período comprendido entre el 25/08/2011 y el 24/02/2012 para el desarrollo e implementación del **Sistema de Gestión y Organización de Negocios Internacionales y Domésticos de la Provincia. Generación de Capacidades y Desarrollo Inicial.**

Queremos agradecer a las autoridades y al personal del departamento de comercio exterior de la provincia por el apoyo y colaboración que han demostrado en la ejecución de nuestro trabajo.

2.1. Motivo

Dentro de la coyuntura actual del mundo en general y de nuestro país en particular nos encontramos en un momento óptimo para promover las exportaciones, lograr la apertura de nuevos mercados y diversificar las ventas al exterior a partir de la participación de las pymes en el mercado internacional.

Tomando algunas palabras del documento “Plan Nacional de Exportaciones” de Mayo del 2010 de la Asociación de Importadores y Exportadores de la Republica Argentina:

“Hay que generar un gran consenso alrededor de la idea de que nuestro país necesita exportar bienes de mayor valor agregado, diversificar las exportaciones y buscar nuevos mercados para utilizar mejor las capacidades productivas del país. Nuestra economía y nuestra población pueden mejorar notablemente su situación actual si se vuelca a la producción y exportación de productos más elaborados.”

Sin embargo la situación actual del sector exportador, tomando nuevamente información del documento mencionado anteriormente:

“

- se continúa exportando mayoritariamente bienes de poco valor agregado
- Las exportaciones se encuentran concentradas en muy pocas partidas arancelarias, donde sólo las primeras 10 partidas más vendidas al exterior concentran el 50% de todas las exportaciones
- Hay una fuerte concentración en pocas empresas exportadoras: las 50 mayores empresas que venden al exterior reúnen el 62% de todas las ventas del país, mientras que las empresas PyME participan marginalmente en las mismas
- Se sigue vendiendo mayoritariamente a los mercados tradicionales, a pesar que los mercados emergentes representan el 70% del crecimiento de la economía mundial y se espera que esta tendencia se siga acrecentando
- Sólo tres provincias (Buenos Aires, Córdoba y Santa Fe) venden al mundo el 67% de todas las
- exportaciones y el 83% de las ventas industriales.
- A pesar del importante superávit comercial que se viene registrando en los últimos años, el balance comercial industrial es estructuralmente deficitario. Se registró un déficit de 22.000 millones de dólares en el año 2007 y de 28.000 millones en el año 2008.

La consecuencia más inmediata de esta problemática es que no se agrega suficiente valor, que **se desperdician oportunidades en el mundo para la producción nacional** y que se pierden puestos de trabajo por las importaciones de alto valor agregado que no se pueden producir en el país.”

Inscribimos este proyecto dentro de las mismas líneas argumentales y pensamiento estratégico expresado en dicho documento:

“es necesario apoyar a las PyME, porque más allá de sus virtudes y limitaciones, son las únicas empresas con que contamos para enfrentar esa demanda, y salir a ganar mercados externos.”

Dificultades del Contacto Comercial

Observamos algunos inconvenientes a la hora de conectar a compradores internacionales y oferentes nacionales. Estas barreras sujetan las potencialidades de negocios de las pymes y deben ser superadas para incrementar la cantidad y calidad de oportunidades comerciales así como su tasa de concreción.

Federalización de la Demanda

En la actualidad la demanda posee serias dificultades en acceder a una parte sustancial de la oferta potencial. La dispersión y desconexión de los canales, la falta de institucionalidad del contacto logrado, la baja capilaridad, etc., produce una bajísima performance a la hora de concretar negocios tanto en términos cualitativos (resultados económicos de cada negocio) como cuantitativos (cantidad de negocios).

El proyecto se propone lograr, mediante el posicionamiento y el funcionamiento del canal adecuado, acercar a la demanda nacional e internacional a todas las pymes de forma ágil, organizada (precisa y pertinente) e institucionalizada, es decir, bajo un marco de gestión que brinda un espacio seguro y completo al demandante.

Internacionalizar la Oferta

Desde la perspectiva de la oferta, observamos que las pymes carecen de recursos para enfrentar la búsqueda e incremento de su mercado, menos aun la internacionalización de sus ventas. Las operaciones diarias, los recursos limitados, la variabilidad del mercado, el desconocimiento de los mecanismos de exportación, llevan a las pymes a una situación de aislamiento y estancamiento.

La exposición organizada, estandarizada e institucional de la oferta es uno de los logros inmediatos del proyecto, una vez puesto en marcha. De esta manera, el

canal abierto expone a los oferentes y los transforma en potenciales vendedores para cada comprador.

Innovaciones del Proyecto

La implementación del proyecto persigue la construcción y mantenimiento de un ámbito y proceso de gestión de oportunidades de negocios internacionales y domésticos estandarizado e institucionalizado. La plataforma tecnológica que permite llevar adelante las acciones de gestión y organización de dichas oportunidades y potenciales negocios no es un simple directorio donde se listan las empresas provinciales sino que es un verdadero motor de encuentro y negociación que permite a las partes conducir y canalizar los procesos de negociación incluso hasta el arribo de un acuerdo.

De esta forma las pymes provinciales cuentan con un poderoso marco de contacto y negociación pero dentro de estructuras institucionales que lo apoyan, motivan y resguardan.

Asimismo, los compradores internacionales poseen un ámbito específico y preciso de búsqueda y negociación donde, también, los instrumentos institucionales prestan una red de seguridad importantísima para el desarrollo de un potencial negocio.

2.2. Finalidad

El proyecto busca la generación de un incremento cualitativo y cuantitativo de los negocios internacionales y domésticos que realizan o pueden realizar las pymes de la provincia.

2.3. Objetivos

Utilizando medios existentes como el vínculo con la fundación export.ar y el departamento de comex del gobierno provincial, se realiza un proceso de

federalización de la demanda internacional al tiempo que se desarrolla la internalización de las pymes provinciales.

Este doble mecanismo se logra a través de la implementación de una plataforma tecnológica de gestión de oportunidades comerciales que, adaptada a la situación provincial, permite la administración precisa y ágil de las conexiones entre compañías así como la asistencia en el proceso de intercambio y negociación. De esta forma, con demandas puntuales, inmediatas y pertinentes y la gestión y participación en el proceso de interacción dentro de un marco institucionalizado, se eleva sustancialmente las probabilidades de éxito de los negocios.

Asimismo, el proyecto consiste en capacitar a los recursos humanos locales para el uso de la plataforma en la gestión y promoción de los negocios de pymes provinciales.

2.4. Alcance

El proyecto “Sistema de Gestión y Organización de Negocios Internacionales y Doméstico de la Provincia de Corrientes – Generación de Capacidades y Desarrollo Inicial” alcanzará el nivel de proyecto ejecutivo. Incluye la recopilación de datos sobre las empresas provinciales de diferentes registros y directorios provinciales, su incorporación en la solución tecnológica y el entrenamiento de los recursos humanos locales en el manejo de una herramienta informática para la actualización y gestión de la información.

El detalle del alcance del trabajo incluye:

- La implementación de una plataforma informática
- La recopilación de información sobre la oferta exportable provincial
La recolección de datos sobre la oferta exportable provincial se mantendrá enfocada en el aprovechamiento de tareas ya realizadas por la provincia sobre los sectores productivos estratégicos y más preparados en término de posibilidades de exportación.

- La recopilación de información sobre la demanda internacional
Para la recuperación de demandas internacionales el proyecto propone la utilización de canales pre-existentes como el vínculo con la fundación exportar y/o cancillería nacional que, a través de la incorporación de la plataforma de gestión, pueden acercar los pedidos internacionales de productos y/o servicios provinciales con precisión y agilidad.
- La homogeneización de los datos de perfiles corporativos, requerimientos de negocio y producción de ofertas.

La solución informática proporcionada por el proyecto “Sistema de Gestión y Organización de Negocios Internacionales y Doméstico de la Provincia de Corrientes – Generación de Capacidades y Desarrollo Inicial” incluye una base de datos estructurada donde se cargará la información de oferta exportable y demanda internacional dando lugar a dos productos: la capacitación de los participantes y un ámbito de negocios.

- Capacitación de los recursos humanos locales en el manejo de la herramienta informática para la gestión y organización de los contactos e interacciones comerciales. La organizaciones destinatarias son:
 - Departamento de Comercio Exterior del Gobierno Provincial
 - Otros organismos de promoción de pymes

2.5. Beneficios y Novedades Tecnológicas

Entre los beneficios derivados del proyecto se cuenta, sin lugar a dudas, el situar a la provincia de Corrientes como referente en Argentina y a nivel internacional en la implementación de una solución informática para la generación y gestión de negocios internacionales del sector pyme.

Asimismo, se logrará la estandarización de los métodos de recolección, construcción de perfiles, monitoreo y actualización de los datos de negocios.

Otros aportes y beneficios de la incorporación tecnológica incluyen:

- Oportunidades Comerciales
- Eficacia de Comunicación
- Gestión y Fomento de Negocios
- Trazabilidad Completa
- Transparencia Total
- Profesionalización
- Agilidad de Negociación
- Mejora en la Gestión Comercial
- Monitoreo en Tiempo-Real
- Avance Tecnológico
- Generación de Base de Conocimiento
- Registro

3. Tareas Desarrolladas

3.1. Componente Tecnológica

La componente tecnológica del proyecto desarrolla tareas de personalización y adaptación de la plataforma Softive PIN para adecuarla a las diferentes necesidades y pautas de uso del gobierno de la Provincia de Corrientes.

Softive PIN es una innovadora plataforma de software web desarrollada a partir de la premisa que establece que el contacto entre empresas internacionales y las PyMEs locales debe producirse con la mediación de estructuras institucionales expertas que faciliten y garanticen la calidad y la potencialidad de negocio de la interacción.

En contraposición con herramientas de directorio de empresas donde las compañías se buscan e interactúan sin procesos de mediación, este sistema proporciona elementos que liberan:

- Al comprador de los altos costos y grandes riesgos de búsqueda de nuevos proveedores PyME
- A los vendedores de inversiones imposibles para desarrollar nuevos mercados foráneos.

3.1.1. Configuración y Adaptación

Las tareas de configuración y adaptación han realizado cambios y modificaciones en áreas específicas: pautas estéticas, adaptaciones organizacionales, personalizaciones funcionales.

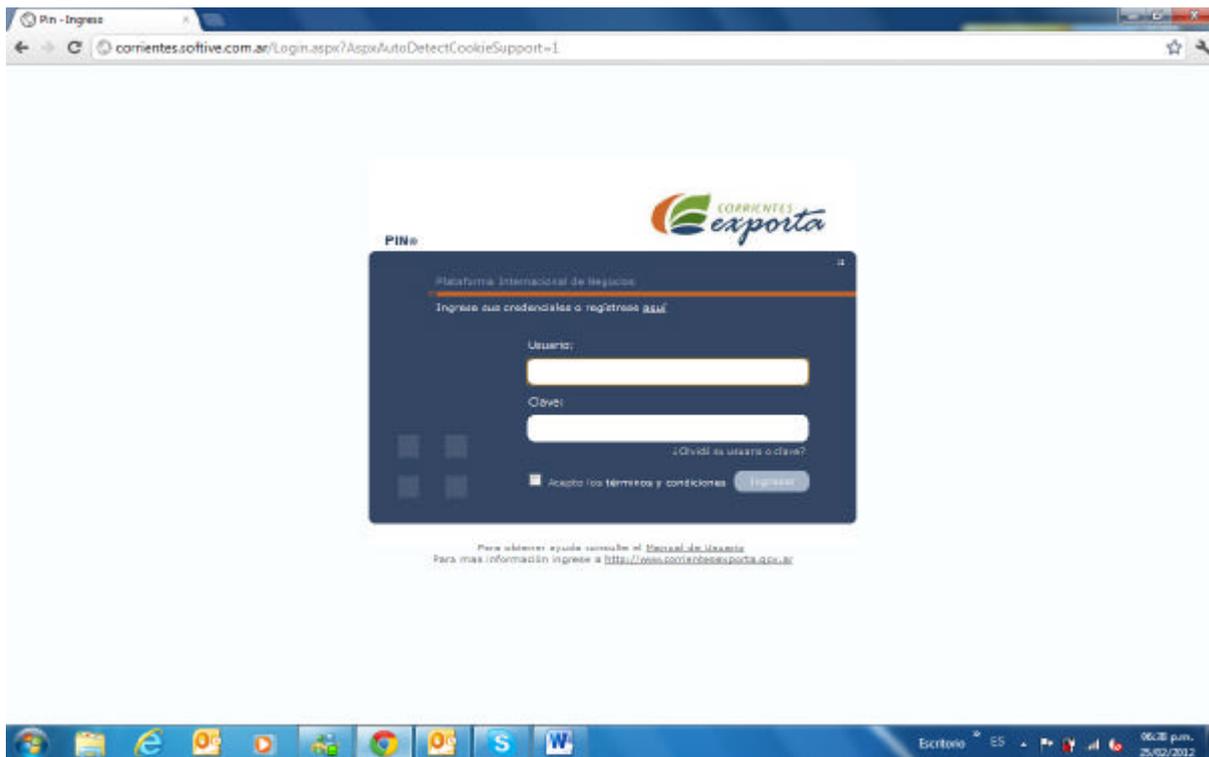
Pauta Estética

Se ha utilizado el sitio de comercio exterior de la provincia: <http://www.corrientesexporta.gov.ar/> para determinar la paleta de colores así como la utilización de fuentes, logos e insignias correctas.

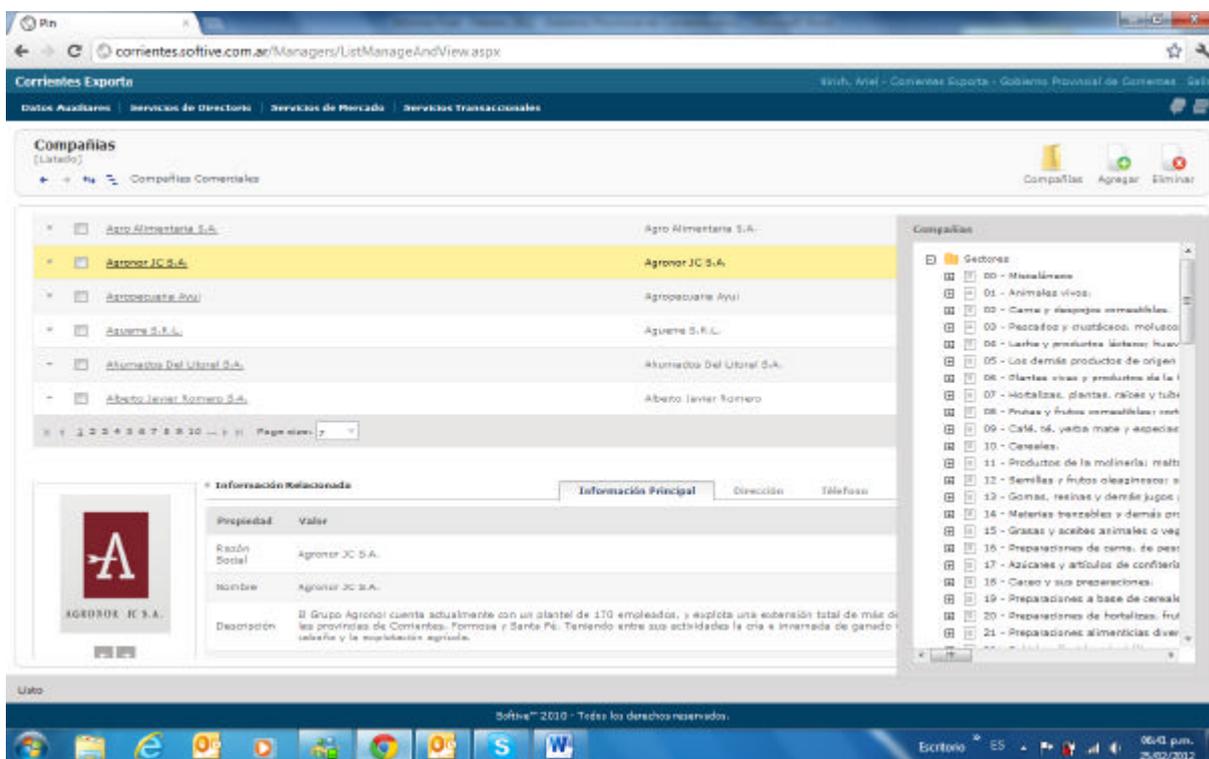


Con estas líneas de diseño se han conformado estilos dentro de la plataforma que permiten la visualización de todas las herramientas con el perfil organizacional del departamento de comex de la provincia. Se adjuntan dos pantallas a continuación a modo de muestra de pauta de estilos.

Ingreso al sistema



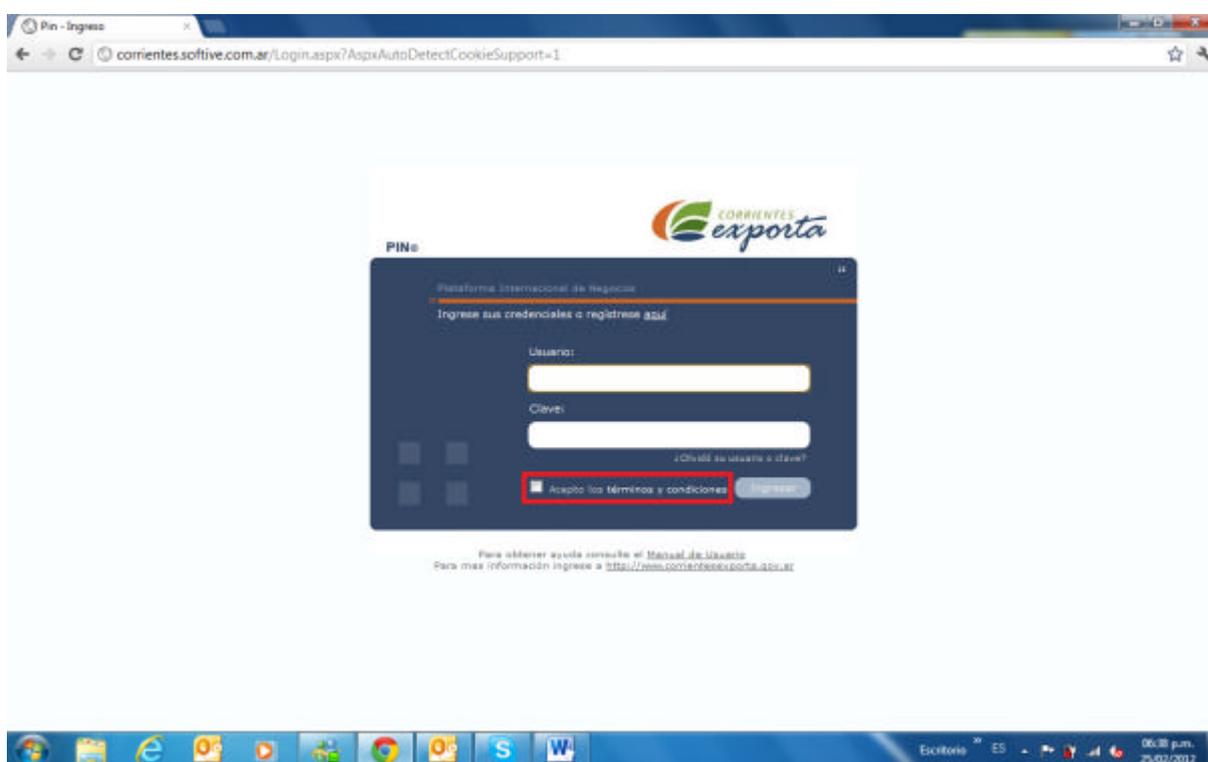
Listado de compañías



Adaptación Legal

Un documento de términos y condiciones y un pie legal de todas las notificaciones del sistema fue propuesto a modo de ejemplo y a consideración del gobierno provincial para su aprobación definitiva. Dicho documento se encuentra en el departamento de legales de la provincia.

Se incorporó en la pantalla de acceso un enlace hacia el documento de términos y condiciones y una casilla de selección requerida con la aceptación de dichos términos.



Asimismo, todos los correos electrónicos de notificación se envían utilizando el pie legal una vez aprobado por el gobierno provincial:

PIN por medio del presente correo sólo pone a disposición de los Usuarios un espacio virtual que les permite ponerse en comunicación mediante Internet para encontrar una forma de vender o comprar servicios o bienes. PIN no es el propietario de los artículos ofrecidos, no tiene posesión de ellos ni los ofrece en venta. PIN no interviene en el perfeccionamiento de las operaciones realizadas entre los Usuarios ni en las condiciones por ellos estipuladas para las mismas, por ello no será responsable respecto de la existencia, calidad, cantidad, estado, integridad o legitimidad de los bienes ofrecidos, adquiridos o enajenados por los Usuarios, así como de la capacidad para contratar de los Usuarios o de la veracidad de los Datos Personales por ellos ingresados. Cada Usuario conoce y acepta ser el exclusivo responsable por los artículos que publica para su venta y por las ofertas y/o compras que realiza.

Debido a que PIN no tiene ninguna participación durante de oferta, negociación y perfeccionamiento del contrato definitivo entre las partes, no será responsable por el efectivo cumplimiento de las obligaciones asumidas por los Usuarios en el perfeccionamiento de la operación. El Usuario

conoce y acepta que al realizar operaciones con otros Usuarios o terceros lo hace bajo su propio riesgo. En ningún caso PIN será responsable por lucro cesante, o por cualquier otro daño y/o perjuicio que haya podido sufrir el Usuario, debido a las operaciones realizadas o no realizadas por los productos ofrecidos a través de PIN.

En caso que uno o más Usuarios o algún tercero inicien cualquier tipo de reclamo o acciones legales contra otro u otros Usuarios, todos y cada uno de los Usuarios involucrados en dichos reclamos o acciones eximen de toda responsabilidad a PIN y a sus directores, gerentes, empleados, agentes, operarios, representantes y apoderados.

Publicación

La plataforma fue publicada inicialmente en un servidor de pruebas para ser configurada, personalizada y adaptada a la utilización que le dará la provincia de Corrientes.

Se utilizaron dos escenarios: uno de pruebas <http://corrientestest.softive.com.ar> y otro de producción <http://corrientes.softive.com.ar>. En el de pruebas se realizaron todas las acciones de ensayo y experimentación y en el de producción se fue configurando la información final que sería publicada de manera productiva. En este último servidor se realizó todo el proceso de verificación y auditoria -ver más adelante- para luego ser transferido a un servidor de la provincia.

Quedó a cargo de la provincia la designación del espacio tecnológico específico donde la plataforma será implementada a través de la dirección: <http://pin.corrientesexporta.gob.ar>

Usuarios del Equipo de Gestión

Se realizó el alta de un usuario del equipo del programa corrientes exporta mediante el cual el operador designado agregará los operadores de cada sector productivo – cítrícola, maderero, ganadero, melífero, arrocero, etc.-.

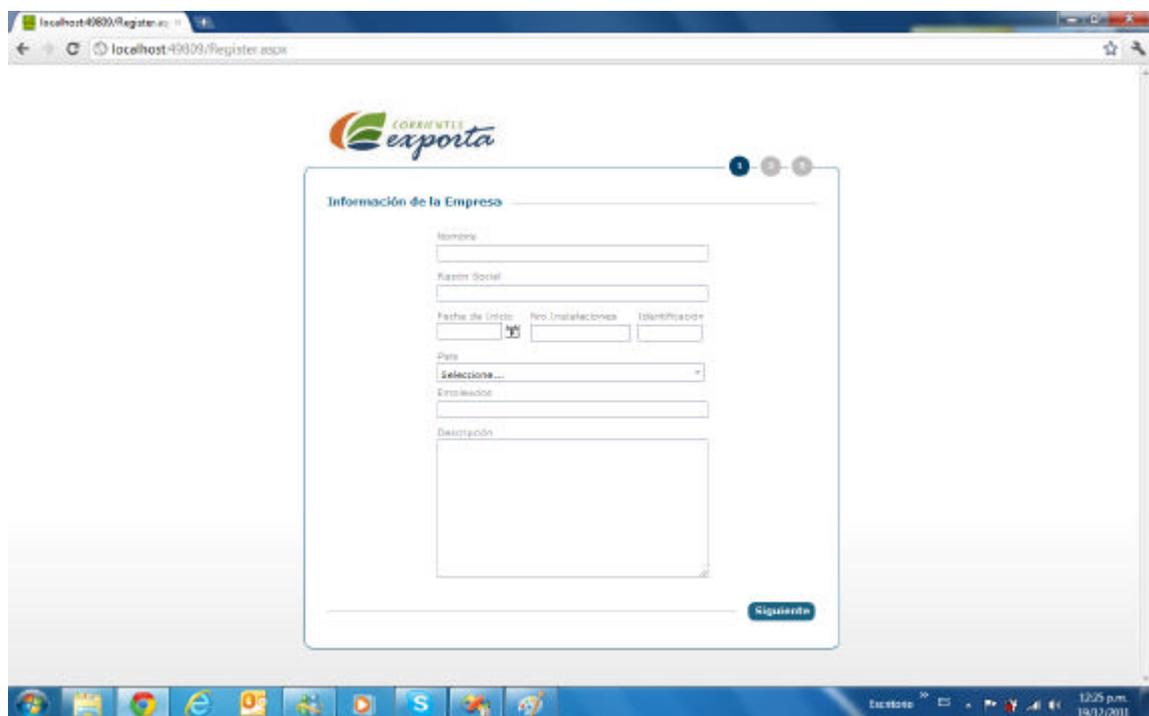
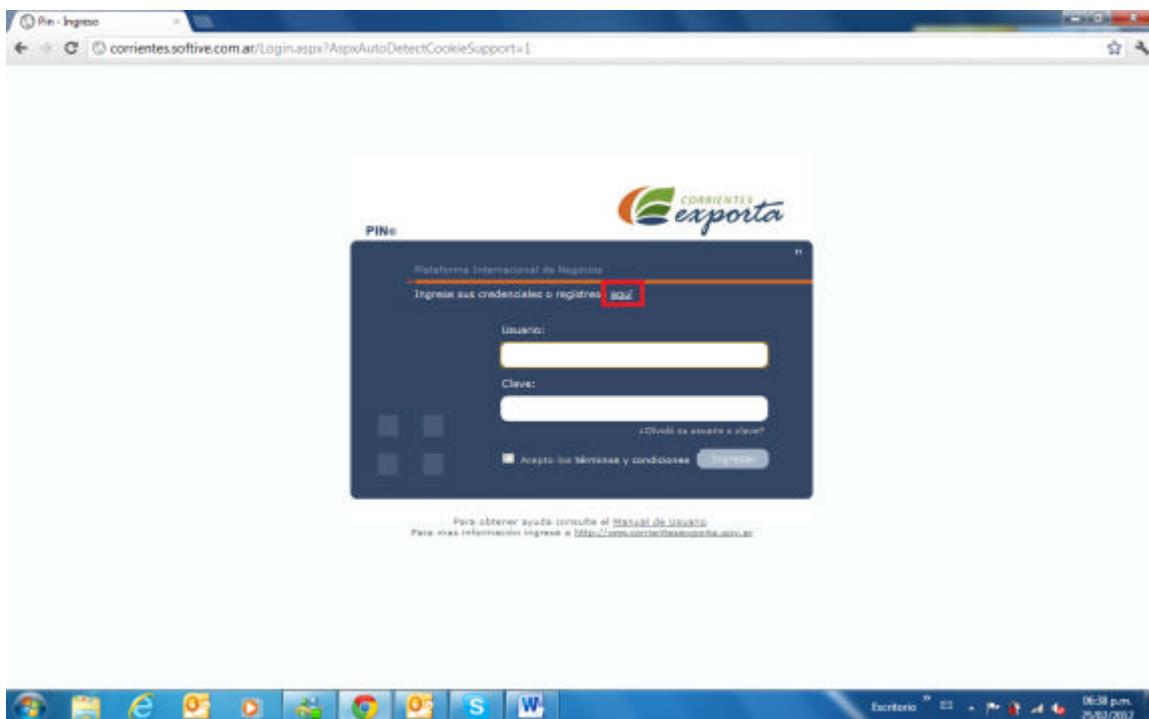
Tutorial

Se redactó el tutorial completo de la plataforma para los usuarios. Se adjunta en el CD de presentación del informe.

Registro y Activación Online de las Compañías

Se ha trabajado intensamente para reducir al mínimo los pasos administrativos que requieren el correcto funcionamiento de todo el sistema. Se desarrolló una página

de registro online para que las compañías pueden utilizar para gestionar sus propios accesos a la plataforma desde la pantalla de ingreso.



3.2. Operaciones

3.2.1. Incorporación de Datos

Este proceso tiene por objetivo la identificación e incorporación inicial de las empresas oferentes y de los canales demandantes dentro de la plataforma así como toda la información adicional necesaria para desarrollar los contactos comerciales: mercados, productos, sectores, etc.

3.2.1.1. Gestión de la Oferta

Se ha completado con éxito la tarea de incorporación inicial de empresas, contactos e información de catálogo maestro que se hallaban en poder del gobierno provincial y disponible por procesos anteriores de gestión.

Si bien la gestión de la oferta es un proceso “vivo” dentro del sistema de gestión de oportunidades, puesto que tiene por objeto el correcto plasmado de la oferta real de la provincia y ésta es algo cambiante, la definición inicial ya realizada deja las bases sentadas para toda incorporación posterior.

Introducción

Conjuntamente con las tareas de adaptación y configuración, se han desarrollado todas las tareas correspondientes a la incorporación de los datos existentes de la oferta de la provincia. Estos datos corresponden a toda la información ya disponible que el departamento de comercio exterior provincial ha recolectado y mantenido.

La información de oferta exportable enviada por el departamento de comercio exterior de la provincia y recibida en archivos con formato Excel –Directorio de Exportadores.xls- estaba conformada por un directorio de empresas provinciales con datos de contacto –dirección, teléfono, emails, personas de contacto, fax, etc.- y sus productos exportables con posiciones arancelarias y principales mercados.

Para organizar categorialmente los productos con sus posiciones arancelarias se utiliza el nomenclador del Mercosur.

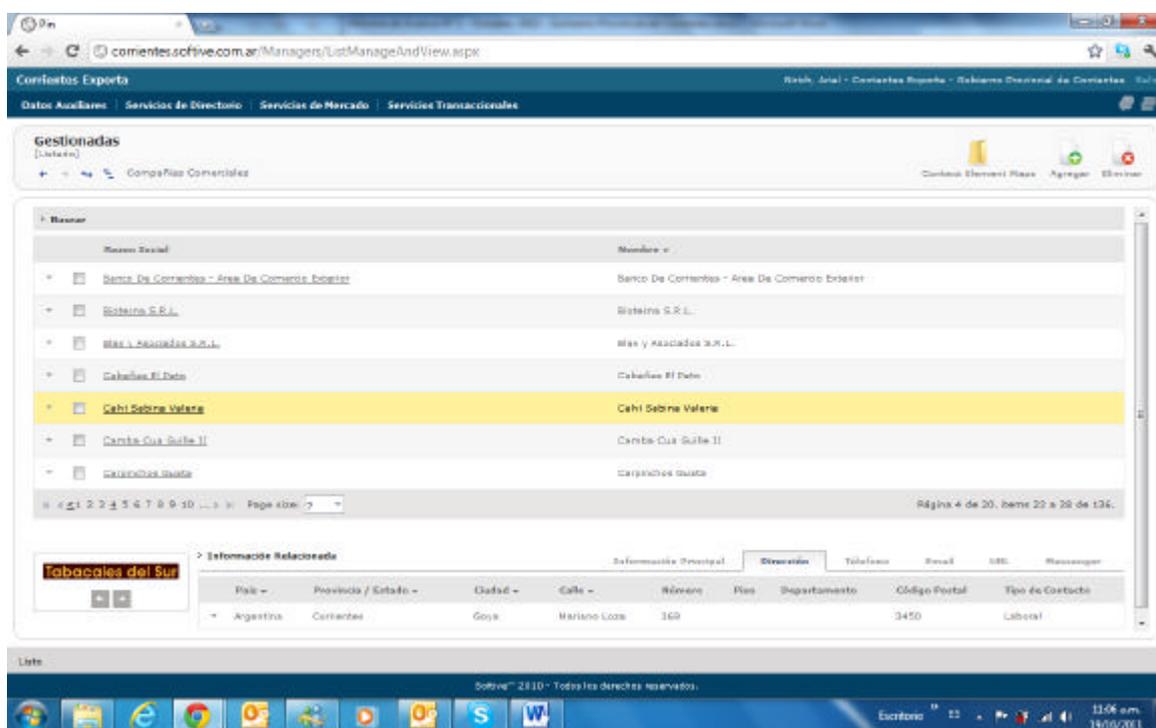
Incorporación de las compañías a la plataforma

Esta información fue incorporada a tablas intermedias dentro del sistema a través de procesos de importación propios del motor de base de datos.

Una vez dentro de la capa de datos de la plataforma se desarrollaron scripts de importación para poder traspasar la información del directorio de exportadores, sus productos y el nomenclador del Mercosur al modelo de datos propio del sistema.

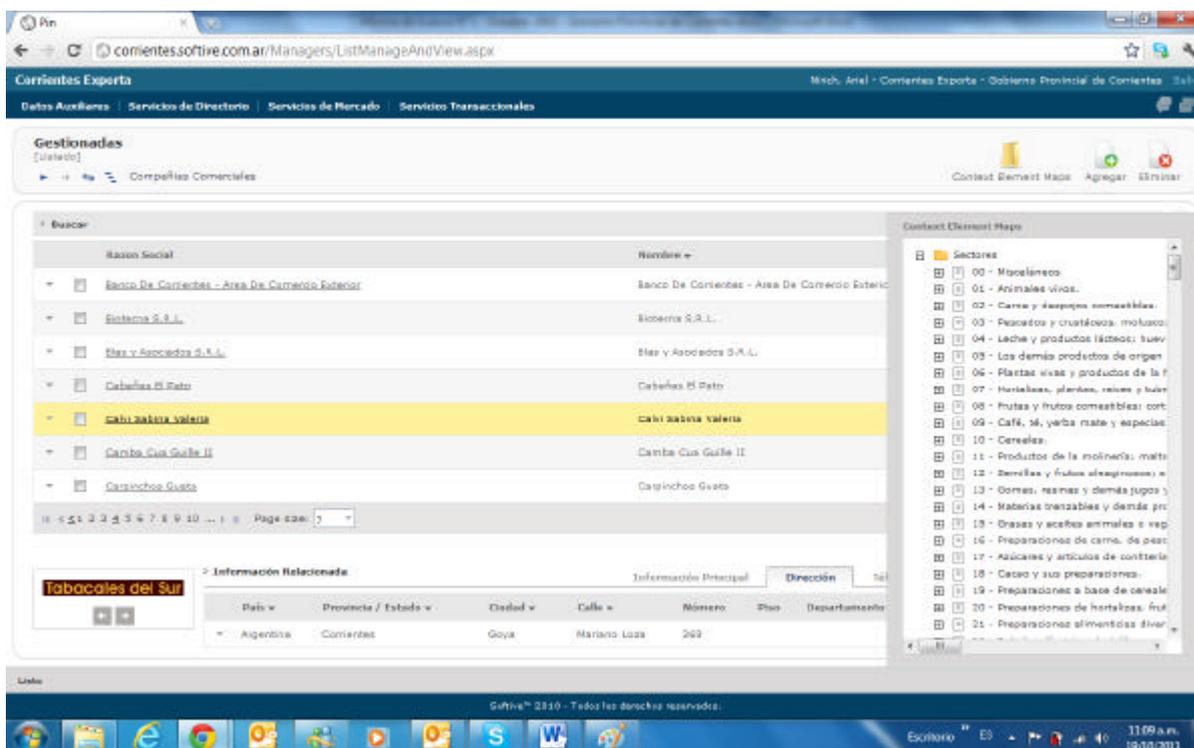
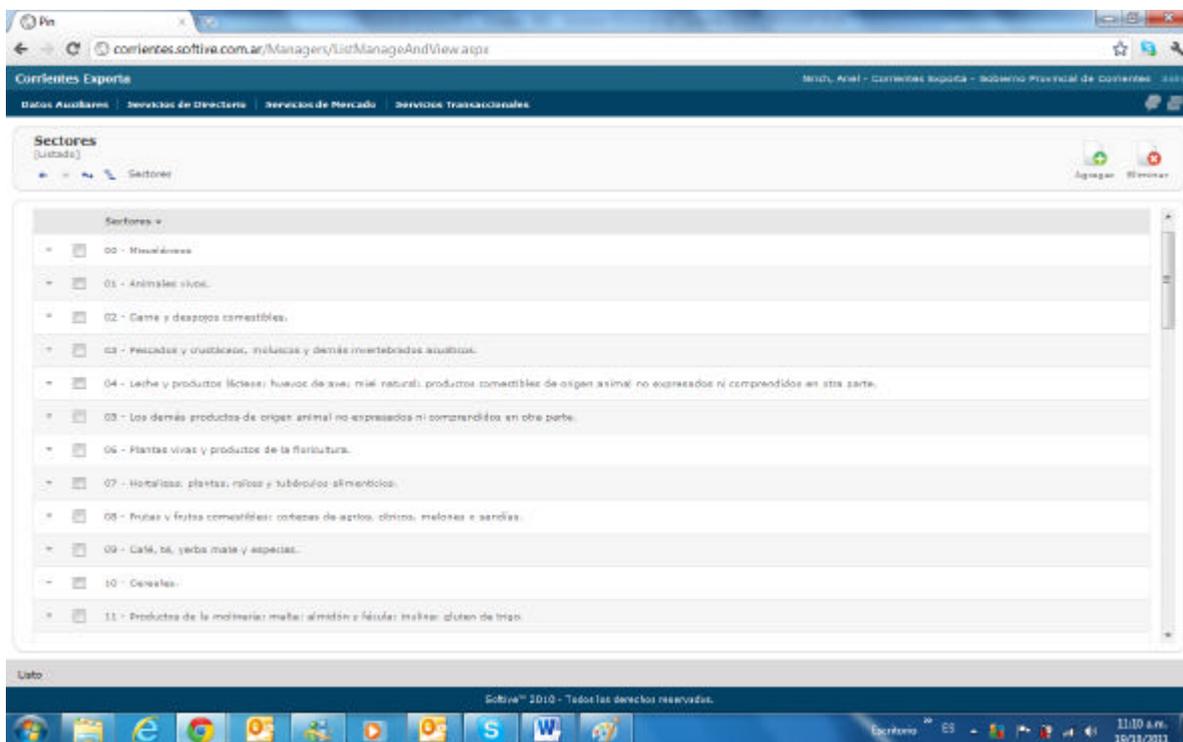
Contactos e información adicional

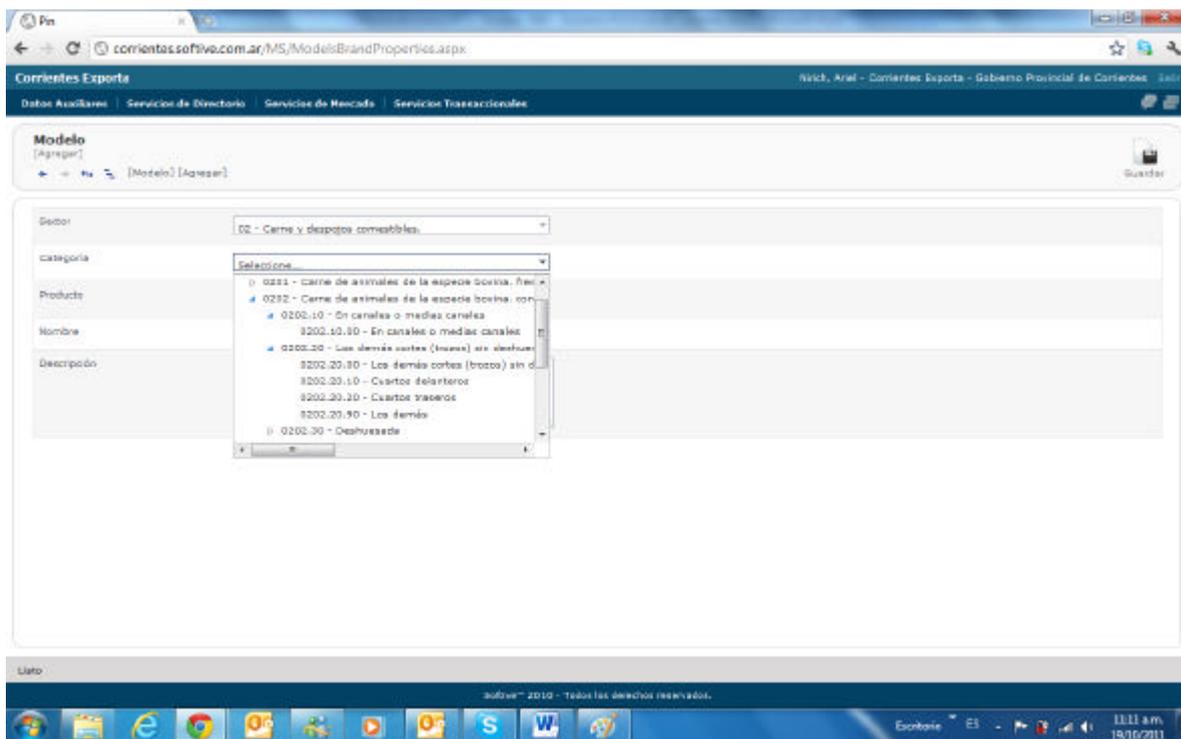
Los datos de contacto del directorio de exportadores incorporada a la plataforma estableció 136 perfiles corporativos que ya están disponibles como compañías dentro del sistema. Junto a perfiles, los scripts de importación, generaron toda la información correspondiente a los contactos de cada organización: teléfonos, direcciones, urls, correos electrónicos, personas de contacto, etc.



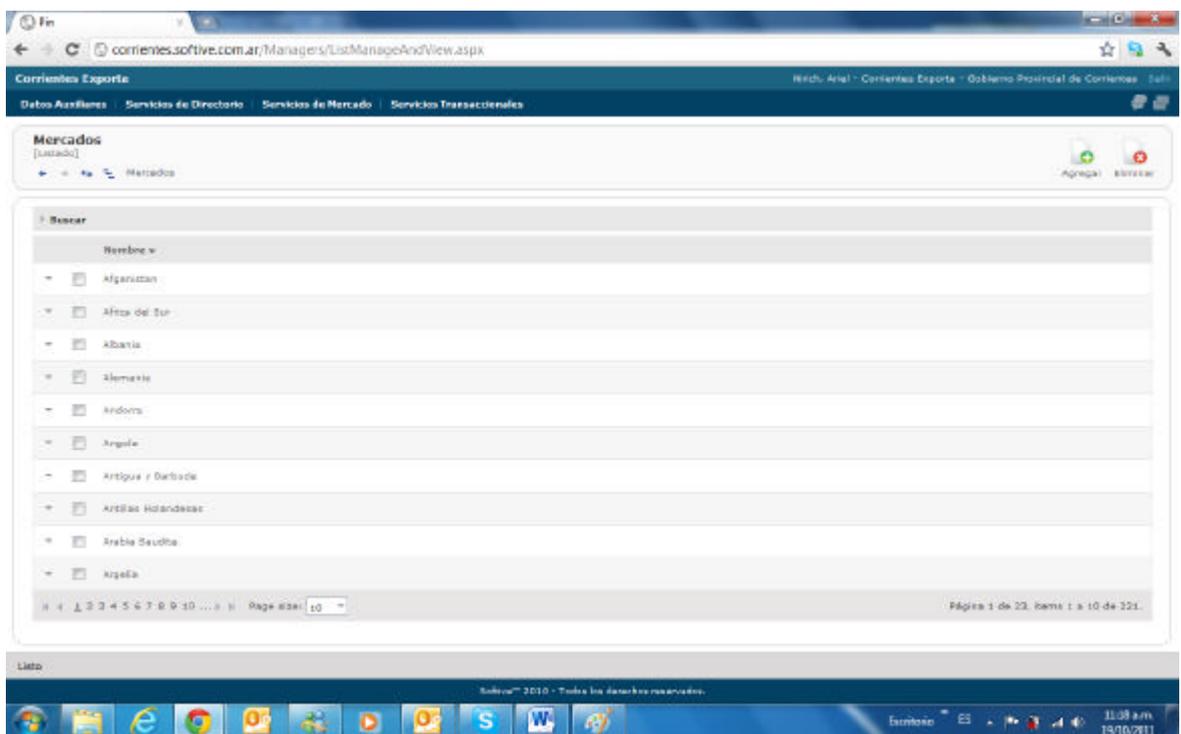
Definición de modelos, marcas y fabricantes en el catálogo maestro.

La información correspondiente al nomenclador del Mercosur quedó asimismo plasmada dentro de la plataforma. Esta estructura de clasificación de posiciones sirve para organizar los productos y la oferta exportable en el catálogo maestro del sistema





Todos los países y las principales plazas comerciales del mundo han sido declarados dentro de la plataforma como mercados a los que están dirigidas las ofertas provinciales o desde donde provienen las demandas.



Luego, se vincularon los mercados con las compañías de acuerdo a la información suministrada en el Excel de oferta exportable. De esta forma cada organización comercial del directorio quedó articulada a sus mercados principales.

The screenshot displays a web application interface for 'Participación en Mercados'. The main table shows the following data:

Nombre	Doméstico	Compra	Venta	Número de Registro
Argentina	Si	No	Si	27163592628
Sin especificar	No	No	Si	0

Below the table, the 'Información Relacionada' section provides details for the selected item:

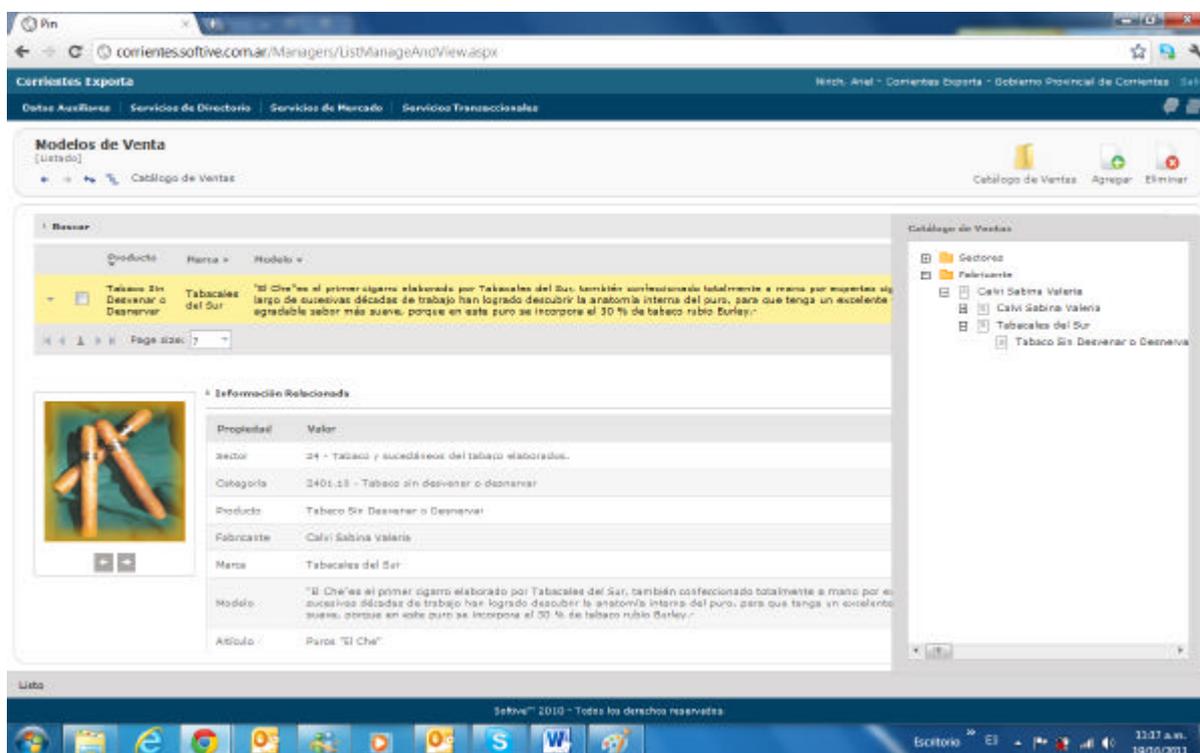
Propiedad	Valor
Nombre	Argentina
Doméstico	Si
Compra	No
Venta	Si
Número de Registro	27163592628

Cada organización fue establecida como potencial fabricante con marcas homónimas y modelos declarativos para poder comenzar a recolectar la información de los modelos específicos –o ítems a granel– que cada empresa puede, potencialmente, ofrecer ante una eventual demanda.

Construcción de los catálogos individuales de venta

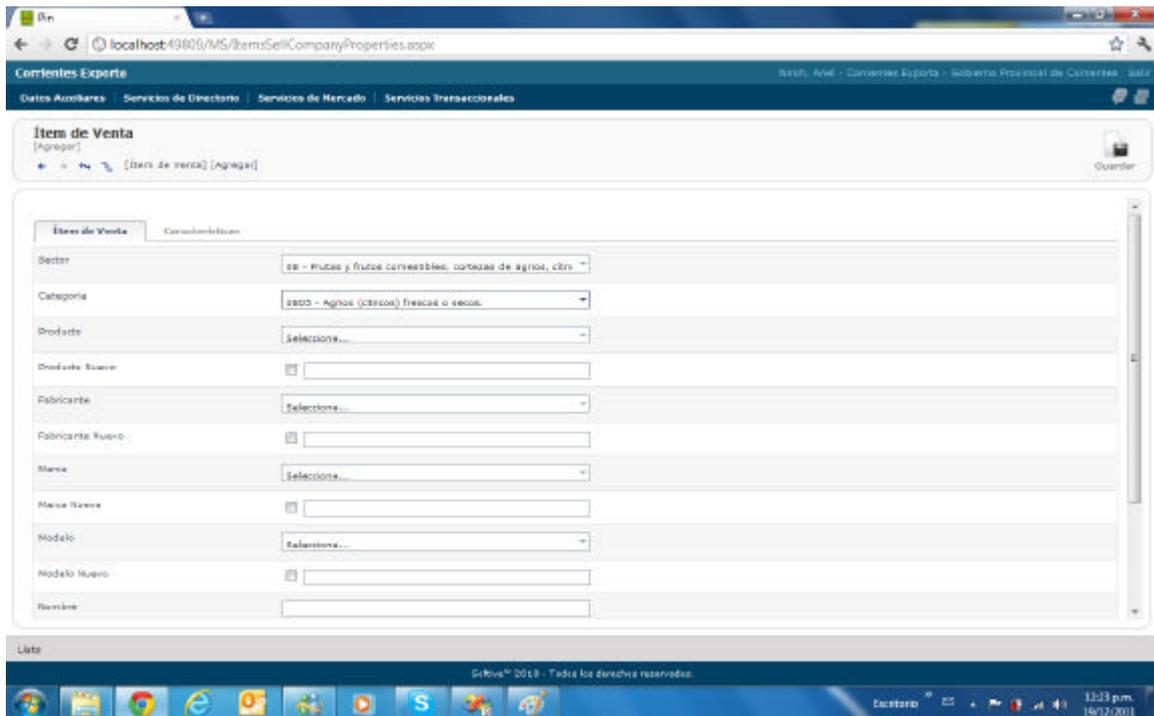
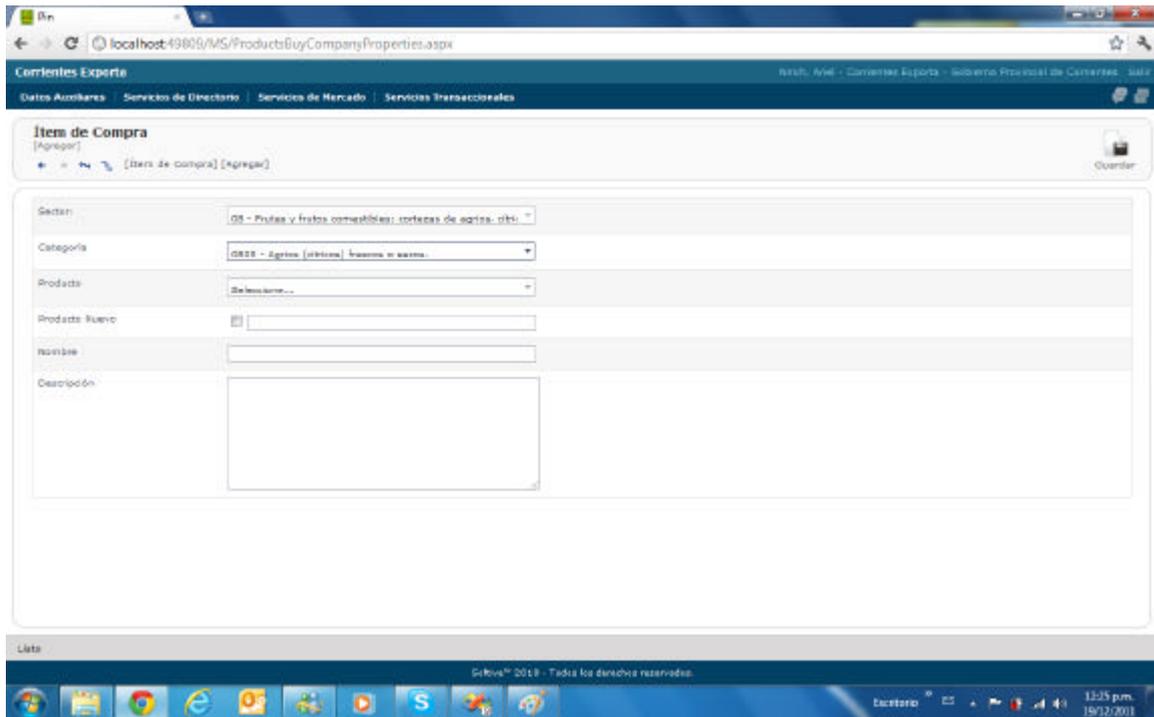
Tareas de importación y vinculación se realizaron sobre las posiciones arancelarias de cada compañía informadas en el archivo suministrado por la provincia. Esta información permitió establecer un formato de oferta exportable en el catálogo de ventas de cada organización.

Se comenzaron procesos de construcción de catálogos individuales en base a información disponible definiendo ítems determinados con imágenes y especificaciones.



Adaptación de Altas Directas de Datos Maestros

De igual forma que con la página de registro online, se modificaron las alta y modificaciones de los ítems de catálogo de compras y ventas para que no requieran la existencia de datos en el maestro de productos, fabricantes, marcas y modelos, y permitan la adición de ítems de compra y venta incorporando los datos nuevos. Esta adaptación es un cambio significativo dentro del proceso de administración del sistema y permitirá a los administradores realizar tareas de mantenimiento mientras la plataforma crece con la adición del catálogo de cada empresa.



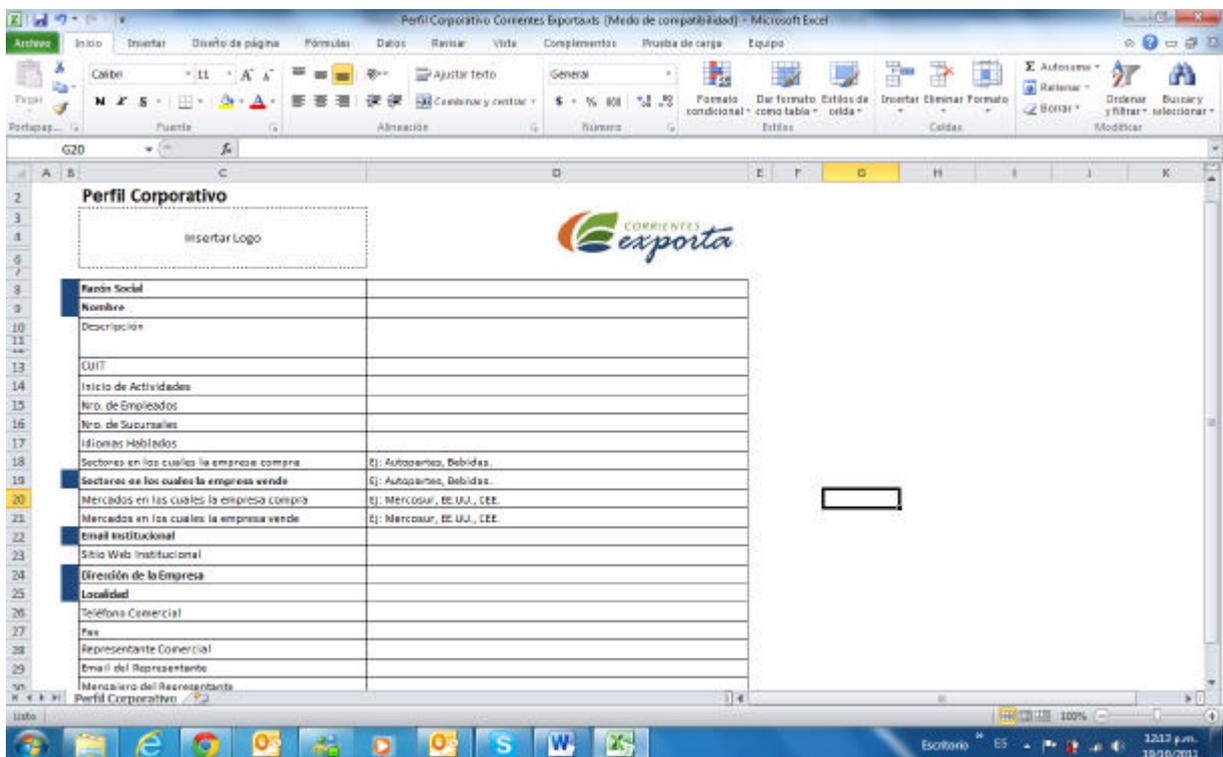
Estrategias de Recolección y Actualización

La conformación de la oferta dentro de la plataforma es una tarea en continua realización puesto que debe reflejar los cambios en las posiciones comerciales de las organizaciones así como la incorporación de todas ellas dentro del sistema.

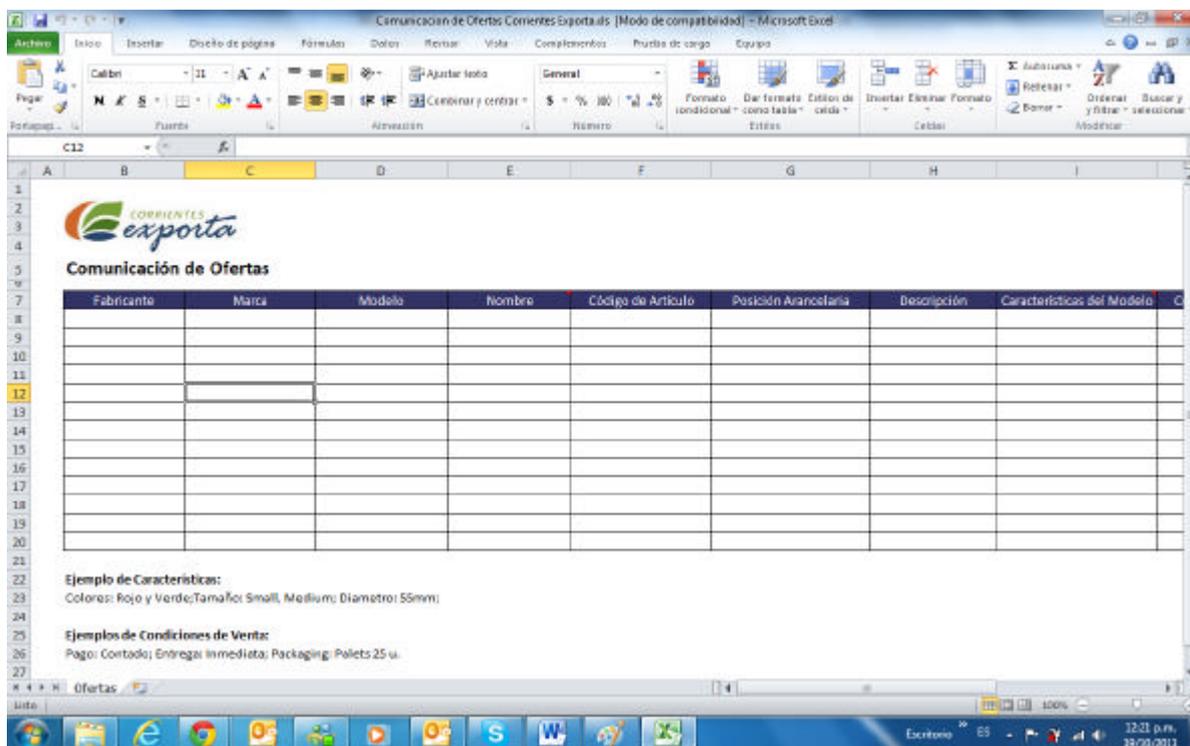
Las estrategias de recolección establecen un mecanismo para dicha tarea y dentro de la presente implementación se han desarrollado dos archivos Excel para distribuir entre las compañías provinciales de manera tal que la incorporación de las mismas puede ser realizada fácilmente con un mínimo de información inicial.

Luego de esta definición inicial, cada empresa cuenta con sus credenciales de acceso para poder ingresar al sistema y modificar o agregar cualquier dato adicional. Asimismo, las demandas que impacten a las empresas provinciales generarán la necesidad de ir construyendo cada catálogo. En el tiempo, la tracción de la demanda encamina naturalmente la completitud del sistema.

Un archivo específico permite la recolección de la información relativa al perfil corporativo de las empresas. Con este esquema de datos se da de alta la organización y se emiten las credenciales de acceso.



Por otro lado, un archivo de definición de ofertas permite recabar información acerca de las principales posiciones comerciales de las empresas. Estas posiciones permiten al equipo de gestión establecer correctamente los contactos pertinentes a la hora de “calzar” oportunidades.



Auditoria y Control de Perfiles y Datos Corporativos

El equipo del programa Corrientes Exporta realizó un proceso de auditoria y control sobre los perfiles cargados para corregir o completar los espacios corporativos. Este proceso tuvo un doble propósito: como aprendizaje y toma de contacto con el sistema y como validación y aseguramiento de la calidad de los datos iniciales de la oferta exportable.

3.2.1.2. Gestión de la Demanda

Un hecho capital en la comprensión de este proyecto es advertir que todo el sistema de gestión de oportunidades comerciales opera “traccionando” a los vendedores desde la demanda. Es decir, se requiere la recepción o incorporación de demandas

fiables y de valor para dar comienzo al proceso de emparejamiento de los potenciales oferentes con el comprador.

Es por ello, que el proceso de gestión de la demanda tiene que ver con la correcta identificación de los canales que permiten recibir dichos requerimientos de compra y el tratamiento adecuado del proceso de emparejamiento y dialogo dentro del sistema una vez disparado el pedido.

Reunión Corrientes- Fundación Export.ar

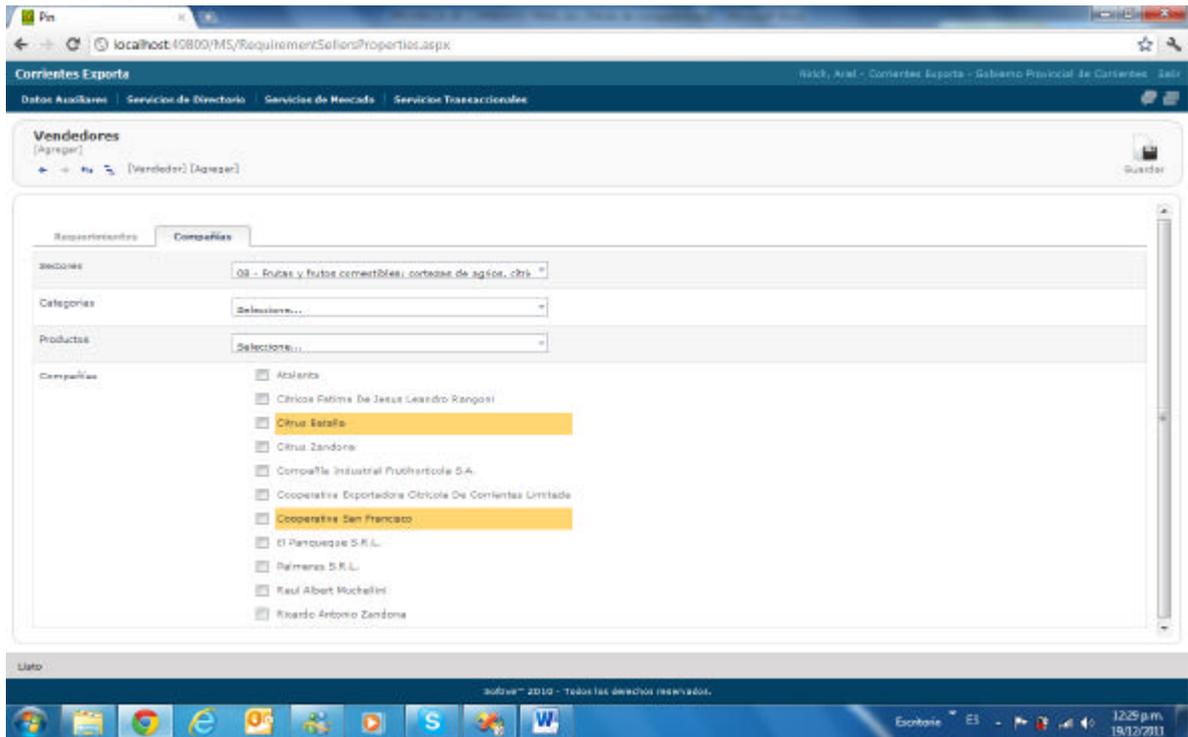
Con el objetivo de abrir los canales de los requerimientos internacionales de productos y servicios correntinos, se realizo dos reuniones: el día viernes 16 de diciembre y el 23 de febrero en la Fundación Export.ar. En la primera se concertó la realización de pilotos sobre requerimientos que arriben a la fundación de los mercados más fuertes de la provincia a través de la plataforma y en la segunda se identificaron los sectores que serán afectados con el piloto –forestal, citrícola, apícola, arrocero- y la fecha potencial de lanzamiento del piloto –mediados o fin de marzo-.

3.3. Intercambio Comercial

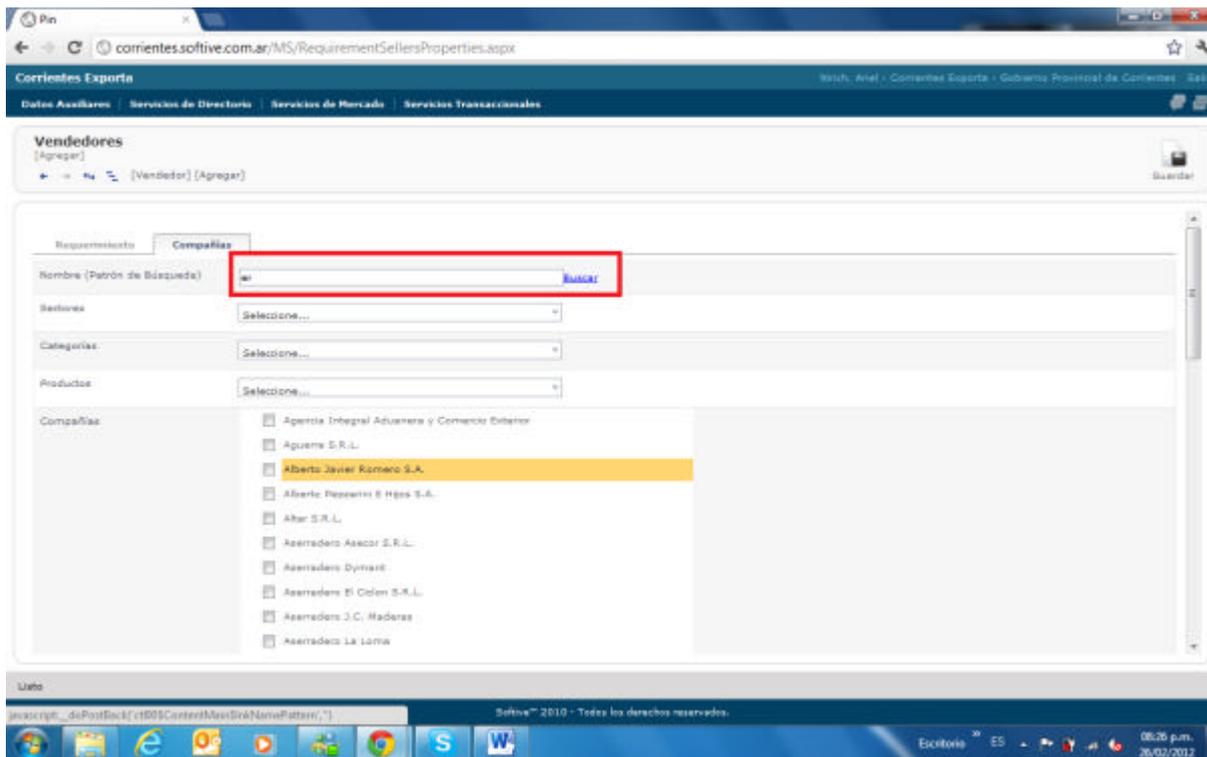
3.3.1. Gestión del Proceso de Negociación –Interacción Comercial-

Adaptación del Proceso de Emparejamiento

El proceso de emparejamiento de los compradores y vendedores a través de adicionar oferentes a los requerimientos también fue modificado para permitir el filtrado de vendedores potenciales tanto por sector y categoría como por producto.



Adicionalmente, se desarrollo la capacidad de introducir compradores en el requerimiento buscándolos a través de un patrón literal sobre el nombre de las empresas. Esto es particularmente importante puesto que no exige que las empresas hayan completado sus catálogos o vínculos con los sectores.



3.4. Generación de Capacidades Locales

3.4.1. Capacitación

Viaje a Corrientes 14/12/2011

Un segundo viaje a la provincia se realizó el 14/12/2011 donde se entregó la presentación y se navegó la plataforma con todo el equipo de Corrientes Exporta mostrando las modificaciones aquí presentadas y proyectando los siguientes pasos. También se aprovechó para capacitar a los operadores y comenzar el proceso mencionado en el punto **“Auditoria y Control de Perfiles y Datos Corporativos”** de verificación de información de la oferta exportable.

Conferencias remotas de capacitación

A través de doce conferencias a través de Skype, se realizaron acciones de capacitación del personal de corrientes exporta que va a operar la plataforma. En estas reuniones se trabajó sobre ejemplos de procesos de administración, emparejamiento, dialogo comercial, etc. Se crearon empresas de prueba y se ocupó

el lugar de compradores, vendedores y administradores para obtener una visión y perspectiva desde todos los ángulos operativos de la plataforma.

Viaje a Corrientes 15/02/2012

Luego de todas las acciones de capacitación se realizó un tercer viaje a la provincia y se realizó un seminario de dos días con el equipo de gestión reforzando y dando por concluido todo el proceso de capacitación

3.4.2. Lanzamiento

Confección de Presentación de la Plataforma

Se confeccionó una presentación conceptual que cumple un doble propósito: distribuir un artículo de comunicación interna para los organismos conectados al programa de Corrientes Exporta como así también un producto explicativo y de posicionamiento del sistema de cara a las compañías provinciales. Se adjunta el archivo de presentación en el CD.

Lanzamiento y Presentación Institucional

El departamento de comercio exterior de Corrientes prevé el lanzamiento y presentación institucional de la plataforma para los últimos días de marzo aprovechando los pilotos diseñados y preparados con la Fundación Export.ar

4. Conclusiones

Como conclusión operativa podemos mencionar que todos los objetivos del proyecto fueron alcanzados exitosamente. Esto no hubiese sido posible sin la constante predisposición y compromiso de todo el equipo del departamento de Corrientes Exporta a quien agradecemos ampliamente junto con la colaboración de la Lic. Mirta De Sousa y del Lic. Horacio Fuster del CFL

En el trascurso del presente trabajo pudimos encontrar cuestiones que quisiéramos mencionar a modo de recomendaciones y posibles extensiones de enriquecimiento y mejora.

Extensiones Funcionales

La plataforma de gestión y organización de negocios internacionales es, naturalmente, una herramienta de comunicación que, funcionando, formaliza un espacio propicio para todo tipo de comunicaciones e interacciones entre la provincial y las empresas. Así, aprovechando las características colaborativas y de topología de red de la plataforma pueden implementarse soluciones de generación y trasmisión de contenido que fortalezcan aun más la utilización de la misma. Por ejemplo:

- Newsletter y Biblioteca

Un modulo de publicación de contenidos diversos con miras a comunicar y hacer disponible cualquier pieza de información útil a los participantes.

- Agendas

Un calendario para resaltar evento, citas, ferias comerciales, sectoriales, etc.

- Lenguajes

El soporte multilinguaje para que los usuarios seleccionen el idioma en el qué desean interactuar con la plataforma. Resaltando especialmente la posibilidad de recibir las notificaciones en el idioma preferido.

- Informes

Diversos reportes, tanto administrativos como el nivel de uso, de completitud de los perfiles, de recurrencia en el ingreso, etc., como comerciales: contactos por sectores y mercados, participaciones, productos estrella, demandas mas comunes, etc.

Innovaciones de Gestión

Tomando por base la naturaleza del sistema implementado -su tracción de los procesos de contacto desde la demanda- y la capacidad de la plataforma de admitir la postulación de requerimientos de compra por parte de cualquier empresa -no solo las internacionales- se recomienda asistir la demanda internacional con demanda doméstica cuyo caudal y facilidad pueden motorizar la comunidad de negocios y ayudar a posicionar rápidamente el proyecto entre la oferta nacional.

Para esto se aconseja la concreción de acuerdos otras provincias para recibir el caudal de pedidos de sus empresas o enviarles los pedidos de compras de las PyMEs locales. Esta estrategia no sólo apunta a lograr el enriquecimiento de las cadenas de provisión sino que puede apuntalar el otro gran pilar de las balanzas comerciales: la sustitución de importaciones.

Asimismo, se sugiere estrechar el vínculo con las agencias y organismos de promoción que puedan aportar contactos internacionales –ej.: Subsecretaría de Política y Gestión Comercial, Fundación Exportar, etc.- llegando, si es posible, a una actividad permanente dentro del sistema.