

PYMES EN CUARENTENA: Experiencia para el futuro

Volver a Producir- RESGUARDONDO A NUESTRA GENTE

Moderadores Sebastián Estevez Ulrich / Guillermo Contreras

Panelistas: Claudio Destefano (Networker- Unidor de Puntas)
Javier Valdez (Visión Empresarial)
Nelson Perez Alonso (Desarrollo de información)

Micro Bettina Poma (Cómo visualizarnos)
Expositores Gonzalo Echegaray (Gremial empresarial)

TRIBECA
GUILLERMO
CONTRERAS



Link de Video:

https://youtu.be/5BOAIPXaW_k

Fecha 20/05/2020

72 participantes



Colaboran:



FRASES DESTACADAS DE LOS PARTICIPANTES: (textual)

- Cómo llegar al cliente? Como gestionar ante la crisis? Como reinventarse y trabajar?
- Donde están los datos? Tenemos que comprar bases de datos?
- Como lo hace un profesional independiente?
- Cuánto cuesta una base de datos? Donde está la que te sirve?
- Si no podemos comprar la base de datos, cómo hacemos?
- Las base de datos son importantes pero también están las necesidades emocionales, no? cómo se manejan con los líderes?
- Cómo dar el salto de la red de conocidos en la que hay vínculos más personales para llegar a potenciales nuevos clientes?

- A nivel pymes, la toma de decisiones suele ser casi por olfato. Suele estar acotada por restricciones de flujo de caja y por falta de conocimiento del mercado. Cómo crear redes en esas circunstancias?
- En que te puedo ayudar? debería ser la frase disparador a frente a cualquier negociación.

RESUMEN DE COMENTARIOS DE LOS PANELISTAS

A modo de introducción, Comenta Claudio Destefano. El otro día le hice una nota al número de Ricoh, la compañía japonesa y decía que una de las cosas que le había dado esta pandemia era la posibilidad de dividir a su compañía de 300 personas en seis grupos. Se había organizado para tener una reunión por semana con cada grupo. Segundo, se encontró con un montón de cosas interesantes respecto de personas que tenía cerca y desconocía. Termine la nota y me decidí a replicar esa estrategia en mi empresa. Todos lo lunes y viernes hago una reunión de una hora con cada uno de los sectores. Me entere como estamos facturando. Cómo viene el equipo comercial. Lo tiró como tips porque me resulto interesantísimo para cualquiera de nosotros que tengamos un emprendimiento, ahora que nos permite la virtualidad, hacer reuniones cortitas para poder ir conformando y alineando una mirada. (CD)

BASES DE DATOS: CARACTERÍSTICAS Y PARA QUE SIRVEN

Yendo a las preguntas, la realidad es que las bases de datos están y hay distintas herramientas/plataformas que hacen más eficiente los procesos. Por ello, lo que tenemos que hacer es combinar nuestro know how con las redes de profesionales que podamos armar. (NPA)

Cuando nos encargan un estudio (comenta Nelson Pérez Alonso), por ejemplo saber cómo es el mercado de productos de limpieza en hospitales de Perú, además piden la base de datos de los hospitales que tienen más de un vendedor. Esto funciona cada vez más de esa forma, cada vez somos más productivos y cada vez nos adaptamos a velocidades más rápidas. El punto está en cómo organizar las redes con tecnología y con datos para ser más eficientes. (NPA)

Hay muchas base de datos circulando. Miles de bases de datos, de emails y ese tipo de cosas. Hay que tener mucho cuidado. No es una cuestión de cantidad, sino de cantidad /calidad. Yo digo que es mejor poco bueno que mucho malo. A veces se da una charla en la que me preguntan “para qué sirve la información?” y yo la segunda frase que digo es “para nada” porque la verdad es que si no la usas no sirve para nada. El tema es dónde está la que te sirve y cómo usarla? ese es el gran punto. (NPA)

Hay **tres usos** para la información, donde uno es **la comunicación**, otro es **planificar y controlar** y por último para **prospectar** (tanto para vender como para comprar requiere tener fuentes de información que sean confiables y eficientes). Algo cuestan, si son gratis la calidad de lo que vas a consumir es mala. (NPA)

NETWORKING- CONSTRUCCIÓN DE REDES

Me especializo en networking (comenta Claudio Destefano) y estoy trabajando desde que empezó la cuarentena en lo que se llaman net-experience para networking. En pocas palabras, esto es das una solución a algo personal utilizando el networking. Nosotros vemos que esa persona no se olvida más, y ahí tenés (A) un cliente recontra fiel y (B) un vocero de tu compañía y tuyo en general. (CD)

El networking al que se refiere Claudio es fundamental que se dé a todos los niveles. Un networking con mis pares, con los clientes, con el estado, sociedad y los demás. Me parece que la rápida digitalización y la crisis nos va a llevar a que muchas veces los datos estén disponibles pero que sea tan importante el dato, como saber que dato estamos buscando. (GE)

La primera fase interna debe ser poder segmentar e identificar qué tipo de clientes estamos buscando, luego ver que tan rentable es ese cliente y definir una estrategia de networking.

A veces aunque el cliente que conseguí no es tan rentable, pero al darme vuelta esa referencia me haga llegar a otros que me sean más rentables. Esto pasa mucho en la industria del petróleo, quienes tienen la posibilidad de trabajar con alguna operadora internacional después eso les sirve como referencia para trabajar con un montón de clientes. (GE)

Tenemos que HUMANIZAR el networking cada vez más, tenemos que hacerlo desde lo RELACIONAL, no desde lo transaccional. Cuando veo a alguien en linkedIn que pone “les cuento lo que voy a vender” lo paso, no lo miro. Me enseñó un gran amigo, Alejandro Bórquez, “yo no sé nada de deportes pero miro los resultados el domingo para ver a quien llamo el lunes”. Con esto quiero decir que lo emocional me parece que es el primer punto que genera una relación, lo transaccional no existe, es de corto plazo. **Es hacer snorkeling en un lugar donde podemos hacer buceo.** (CD)

Quisiera rescatar esto de lo emocional, lo relacional, el uno a uno más allá de la cantidad de información que tenemos. Tratar primero de llegar a los clientes que tenemos más cercanos, aquellos que nos conocen, saben quiénes somos y cómo trabajamos. Este no es un momento para ir a ver que más le puedo vender, sino para preguntarle cómo está? que está necesitando? A partir de ahí ver cómo puedo yo trabajar y colaborar. Creo que el desarrollo de la red se va a dar con este tipo de relaciones más cercanas para después pensar en algo más grande. (BP)

Vi una consulta sobre cómo empezamos una red. Yo, en estos dos meses lo único que he hecho fue hablar con mis clientes, aquellos que cortaron los servicios que veníamos prestándoles, para ver de qué manera podríamos ayudarlos a pesar esta situación y eso generó una relación mucho más cercana. Empezamos a entablar reuniones personales asociadas al estado emocional de la gente y **a partir de ahí construimos un vínculo más cercano** que el que teníamos. (BP)

Como tip express; el primero es preguntarnos **¿cuál es el propósito del contacto?**. Es decir, si yo quiero generar un nuevo contacto, que quiero lograr en este momento? creo que es más interesante pensar en el otro, preguntarle qué necesita? en qué puedo ayudarlo? sacar el espíritu colaborativo y solidario porque hay mucha situación del otro lado, la cual tenemos que acompañar y a partir de ahí sembrar para que en algún momento cosechar. (BP)

EL SALTO AL NETWORKING: cómo empezar

La primer respuesta que podría dar es directamente la de animarse y empezar a tener visibilidad. (SEU)

Para esto una de las estrategias que hemos tomado desde el equipo es ponernos al servicio de los demás, participar y hacer estos espacios conversacionales sin buscar nada a cambio. **A veces no salimos a vender, sino para darnos a conocer.** (BP)

Yo uso lo que llamo el concepto de **“Los Simuladores”** (la serie, no sé si la vieron). Los simuladores, en la serie tenían su red de contactos para los servicios que tenían que dar pero siempre decían **“tengo a alguien que te puede resolver el problema”**, entonces ese concepto de simuladores es el que aplico en mi actividad. Como yo lo veo, la palabra madre que va a tener este **nativo 2020**, (otro concepto que estoy desarrollando con un grupo de profesionales), es **“LA BONDAD”**, palabra menospreciada en el capitalismo actual. Yo creo que es la llave para desarrollar todo lo demás. **Tenemos que tomar nota de que cambiaron los héroes**, hoy son los médicos, recolectores de residuos, los militares, los científicos, etc. (CD)

Es decir, me vienen con un problema, me planteo como puedo ayudarlo para dejarlo mejor y eso sólo parte de la bondad, ya estoy haciendo de Simulador. Luego, cuando un amigo de ese tenga un problema, va a pensar y le va a decir que conoce a una persona que le puede dar una mano. Ahí esa persona está haciendo de simulador, de esa manera empezó a replicarse la acción. Para mí la cosa va por ahí. (CD)

EN QUE NOS AYUDAMOS

Me interesó muchísimo cuando me invitaron a esta charla justamente para pensar cómo salir para adelante, cómo enfrentar la situación de la pandemia en este momento. El pequeño aporte que puedo dar, como empresario, es esta idea de **“ayudémonos entre todos, no hay otro camino”** olvidémonos de la planificación a fin de año, inversiones y esas cosas. **Hoy existe la persona por sobre todo y tenemos que estar para eso.** (IV)

A nivel de gremial empresarial, me parece que quienes tengan cerca alguna cámara en la cual confíen, acérquense y participen. Por mi experiencia, puedo decirles que las cámaras son el ámbito donde buscar varias cosas.

- Sirven para **asociarse** y poder presentarse a licitaciones de proyectos más grandes, ahí empieza a romperse lo que es la competencia y pasamos a la cooperación con gente que está en el mismo rubro. Claro que con algunos se puede, en otros casos se puede menos.
- Ayuda a **diversificar cartera de clientes.**
- Ayuda con la **gestión de relaciones institucionales** (el estado, sindicatos y otras instituciones). A veces una charla entre cámara y sindicato resuelve problemas que era difícil para la individualidad con el delegado debido a una cuestión de intereses.

Hoy, en la cámara (CEIPA) tiene unos 100 socios, hay muchas empresas que compiten entre ellas y sin embargo cuando nos sentamos en la mesa un poco se dejan de lado esas competencias porque hay temas de financiamiento, de normativa, de infraestructura. Todos temas que nos mejoraría la competitividad. En este marco veo dos cosas:

- El estado está institucionalizado fuertemente, los gremios y sindicatos están institucionalizados fuertes, entonces si el sector privado no se institucionaliza fuerte es muy difícil que se logren equilibrios de poder en la negociación más institucional de los temas.
- En el caso de vaca muerta es fundamental mejorar las cadenas de valor, mejorar la competitividad y ahí es donde vamos a tener trabajo o nos vamos a quedar sin él todos. De la crisis no se salva a nadie solo. (GE)

PARA CERRAR

El problema con **los estudios de mercado, cómo todos los servicios profesionales en general tenemos tres variables (el tiempo, la calidad y el precio).** La variable tiempo suele ser hasta más difícil que el dinero aun con todo el presupuesto del mundo. Cómo digo siempre, una mujer tiene un bebé después de nueve meses, pero nueve mujeres en un mes no hay forma que tengan un bebé. (NPA)

Estoy trabajando mucho con una frase de un libro que dice **“un político francés comentó que hay gente que está mirando el reloj y gente que mira el calendario”.** Eso me pareció muy gráfico para entender, sobre todo en este momento de crisis, cuando miramos con el reloj y cuando con el calendario. Yo permanentemente estoy mirando con que jugar. (CD)

Me gustaría dejarles el concepto de trabajar para transformar grasa en musculo, como decimos los maratonistas. Acá, después de la pandemia, ¿Qué nos va a quedar como musculo? Si antes hacíamos reuniones reales y ahora las hacemos virtuales y nos sentimos cómodos en una reunión así. Llego para quedarse? Si, va a ser musculo. Antes pensábamos que todos teníamos que estar en una oficina, ahora vemos que podemos trabajar home office. De esa manera no hace falta tener una oficina tan grande. El cafecito y otras comodidades las pasa a pagar el empleado, tal vez haya que tirarle unos mangos pero entonces eso pasa a ser grasa. Propongo que tracemos una raya, identifiquemos que es musculo y que es grasa para luego, trabajemos en **fortalecer el musculo que nos va a mantener mejor parados dentro de la pandemia**. (CD)

La experiencia de que todo pasa, no hay que tener miedo cuando uno está seguro del camino que ha recorrido. En este momento la seguridad es todo, nos ayuda a repensar mucho cada decisión. **No perdamos de vista “cómo empezamos y por qué llegamos hasta acá”**. (JV)

TRIBECA
GUILLERMO
CONTRERAS

Guillermo Contreras

Estrategias y Negocios

ghcontreras@infovia.com.ar

+54 9 11 3695-0498



Sebastián Estevez Ulrich

www.red-de-negocios.com.ar

sebastian@red-de-negocios.com.ar

+54 9 11 3695-0498

JAVIER VALDEZ**VISIÓN EMPRESARIA**

Una experiencia que viví ayer en Añelo (corazón de Vaca Muerta). Fuimos convocados un grupo de empresas para ver cómo volvemos a trabajar en un área petrolera, en este contexto. Que nos comuniquen y expliquen el protocolo adoptado. Al final de las reuniones virtuales que tuvimos, terminamos planteándonos “como hacemos para ayudarnos entre todos”. En este momento no sabemos cuál va a ser el fin de esto, no tenemos una certeza de mediano ni largo plazo. En este momento tenemos que dejar de lado esa planificación 2020, trabajar el uno para el otro y eso fue lo que hicimos ayer en esa reunión de trabajo.

CLAUDIO DESTEFANO**NETWORKER- UNIDOR DE PUNTAS**

El segunda enseñanza que tiene esto de Los Simuladores y que aplicas recontra para esto es el fuera de la caja (out of the box). Yo lo puedo contar en un caso chiquitito y bien particular pues fue la única vez que fui a Neuquén Capital. Me invitan a dar una charla a un hotel lindo allá con Martiniano Molina, antes de que sea intendete de Quilmes. Era una convención de gastronomía y yo tenía que hablar de emprendimientos. Cuando llego veo los carteles donde estaba mi cara y la de Martiniano. No sé qué hacía ahí, ni por qué me invitaron a mí.

Lo primero que pensé fue que en ese contexto a mí me van a venir a ver 5 persona y a Martiniano 300 porque él es conocido en el terreno de la Gastronomía. Entonces dije, cómo puedo jugar el partido que a mí me tocaría? Yo sabía que el partido de la gente que me viniera a ver lo tenía perdido. Mi partido era jugar al otro día en La Mañana (el diario local) que por lo menos este lo más equilibrado posible con Martiniano.

Yo me lleve un montón de ajuar deportivo para contar mi charla, y entre esas cosas un pantalón corto y una bata de la Hiena Barrios, que dicho sea de paso era lo único que me entraba en aquel momento. Pregunto a los organizadores si puedo ser disruptivo en la charla, me contestan que puedo hacer lo que quiera con mi charla. Entonces pido que cuando ingrese me pongan la música de Rocky, yo sin decir nada me prepare y entre con la bata y el pantalón de la Hiena Barrios a la charla. Empecé con una frase de un gran amigo mio (Gabriel Griffe) que dice “en el mundo los emprendedores juegan de 9 y en argentina estamos acostumbrados a jugar de arqueros porque tenemos que atajar penales todos los días”... Bueno, resultado de esto, obviamente a Martiniano lo vieron 300 personas y a mí 50 pero, al día siguiente en La Mañana de Neuquén, estaban las fotos de los 2, de igual tamaño, el con su gorrito de cocinero y yo con la bata de la Hiena Barrios. O sea, uno tiene “con el fuera de la caja” buscar qué partidos tienen que jugar, no jugarlos todos. (CD)

TRIBECA
GUILLERMO
CONTRERAS

Guillermo Contreras

Estrategias y Negocios

ghcontreras@infovia.com.ar

+54 9 11 3695-0498



red de negocios

Sebastián Estevez Ulrich

www.red-de-negocios.com.ar

sebastian@red-de-negocios.com.ar

+54 9 11 3695-0498