



NOMBRE DE LA EMPRESA. OBJETO DEL ESTUDIO

GRUPO FORMATOS

NOMBRE DEL PROYECTO

Nuevo horizonte para el Grupo Formatos:
El mercado Francés

PRESIDENTE O GERENTE DE LA EMPRESA

Juan Luís Vilaplana

LOCALIZACIÓN

Cocentaina

NUMERO DE EMPLEADOS

40

AÑO DE FUNDACIÓN DE LA EMPRESA

1986

CONSULTORA QUE PRESENTA EL CASO

ESFERA DE NEGOCIOS

ANTECEDENTES

Grupo Formatos es una empresa familiar ubicada en el interior de Alicante y dedicada a la **fabricación de carpetas, blogs, notas adhesivas, maletines personalizados y expositores publicitarios**. Cabe destacar su especialización en la fabricación y comercialización de productos ecológicos de una calidad muy elevada, que están muy bien posicionados en el mercado nacional.

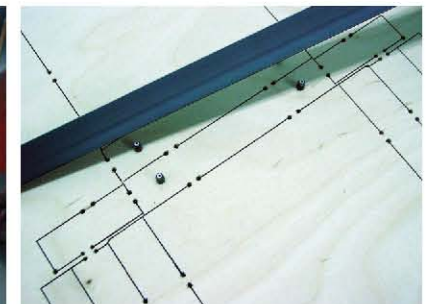
Grupo Formatos durante los últimos años está haciendo un gran esfuerzo para introducir sus productos en los mercados internacionales, puesto que se trata de una de las principales líneas estratégicas que está siguiendo. Fruto de este esfuerzo **Formatos** ha conseguido clientes en diferentes países como Francia, Bélgica, Holanda o Reino Unido. Después de conocer la aceptación de sus productos en estos mercados, la empresa se marcó como objetivo prioritario mejorar su posición en el mercado francés, en el que **Formatos** detectó un gran potencial todavía no explotado.

RETOS ESTRATÉGICOS

Dadas las circunstancias del mercado nacional **Formatos necesitaba mejorar su posición en los mercados internacionales para estabilizar y potenciar sus ventas**.

La evaluación realizada por la empresa establecía como mercado objetivo prioritario Francia, un país con un gran potencial pero complejo por su alto nivel de competitividad.

El principal reto al que se enfrentaba la empresa era el **desconocimiento del canal de distribución** más adecuado para sus productos en Francia y la **falta de tiempo y recursos** requeridos para crear la red comercial.



SOLUCIÓN PLANTEADA

Después de realizar un pequeño estudio con un carácter muy práctico para conocer las necesidades de **Grupo Formatos**, la empresa con el apoyo de *Esfera de Negocios*, decidió crear una **red de agentes comerciales** para cubrir todo el territorio francés. Esta opción se planteó como la más óptima puesto que los clientes de **Formatos** eran de sectores dispares y sus clientes estaban muy atomizados. Asimismo, era necesario contactar con representantes que estuvieran introducidos, conocieran el sector y que pudieran aportar la proximidad requerida por los clientes.

Después de definir conjuntamente con **Grupo Formatos** el perfil del agente potencial deseado, *Esfera de Negocios* llevó a cabo la **identificación y selección de representantes** que pudieran ser interesantes para **Formatos** y que a su vez mostrarán interés en los productos de la entidad alicantina. Después de realizar la prospección y un exhaustivo filtraje, se cerró una agenda de visitas con los representantes más adecuados, para que el responsable de exportación de la empresa se entrevistara con ellos. Además se confeccionó un informe detallado con los datos de los agentes seleccionados para que le sirviera de apoyo a la empresa con datos como: perfil, datos de contacto, capacidades de venta, área geográfica de actuación, cartera de clientes, habilidades y cualidades o el interés por representar a la empresa, entre otros.



APLICACIÓN POR LA EMPRESA

Con la selección de representantes llevada a cabo por *Esfera* la empresa viajó para conocer los agentes y seleccionó aquellos que mejor se adecuaban a las necesidades de **Formatos**, cubriendo en todo caso todo el territorio francés.

RESULTADO DE ÉXITO

Los resultados del proyecto han sido muy satisfactorios, ya que **Grupo Formatos** ha creado una red de representantes en Francia que le está permitiendo introducir sus productos de forma satisfactoria.

La internacionalización ha tenido sin lugar a dudas una gran incidencia sobre la mejora de la competitividad de **Formatos**. Algunas de sus implicaciones están siendo: aumento de facturación, diversificación del riesgo comercial y geográfico, aprovechamiento de las economías de escala, mejora del retorno en inversión, incremento del prestigio de la empresa a nivel nacional e internacional, y el aumento del conocimiento de las tendencias del sector y de las actividades de la competencia internacional.

