

## Jesús Midón Pablo

DIRECTOR GENERAL  
ESKER IBÉRICA

“Queremos ser el referente de la gestión del ciclo pedidos a cobros”



Esker ha cerrado 2018 con una facturación de 86,9 millones de euros, lo que representa un incremento del 14,2% respecto a 2017. La compañía, que nació en 1985 con la misión de mejorar el intercambio de información entre clientes y proveedores, se enfoca este año fundamentalmente en la gestión de los cargos de clientes, intentando conocer a fondo la problemática existente en los fabricantes de gran consumo para aportar soluciones que completen y optimicen su ciclo de gestión.

“Estamos preparando un evento de presentación de nuestro estudio de mercado sobre la práctica de gestión de las empresas españolas de gran consumo con los cargos de clientes”, anuncia el director general de Esker Ibérica, Jesús Midón, recalcando que existe una página dedicada a los cargos en la web de la compañía ([www.esker.es/cargos](http://www.esker.es/cargos)) y que este mes de abril se desarrollarán dos eventos en Barcelona (día 24) y Madrid (25) para debatir sobre el tema y aportar conclusiones relevantes.

“Hemos diseñado una herramienta que permite capturar, identificar, resolver y medir los cargos. No

acabaremos con ellos, pero, al menos, ayudaremos a las empresas a controlarlos y medirlos, tomando decisiones en base a una información útil y en tiempo real”, recalca Midón, para quien “no es normal que el 38% del tiempo del personal administrativo sea dedicado a la búsqueda, gestión y reclamación de los cargos de cliente, lo que es debido a la falta de visibilidad en la gestión, materia en la que Esker puede aportar mucho”.

El citado estudio de mercado, basado, entre otros aspectos, en una encuesta realizada a más de 70 empresas de gran consumo, revela “datos sorprendentes”, como que el valor medio de los cargos de clientes para una empresa fabricante de gran consumo es del 16% de sus ventas brutas, al tiempo que una tercera parte de las personas entrevistadas no sabe diferenciar los cargos ‘fuera factura’ de las ‘incidencias’.

### GESTIÓN SIN PAPEL

Más de treinta años después de su nacimiento, Esker continúa con la misma determinación para que la gestión empresarial se realice sin papel. Durante

“ DISEÑAMOS UNA HERRAMIENTA PARA CAPTURAR, IDENTIFICAR, RESOLVER Y MEDIR CARGOS

“ EL PROMEDIO DE LOS CARGOS DE CLIENTES PARA UNA EMPRESA ES EL 16% DE SUS VENTAS BRUTAS

estas décadas, la compañía ha evolucionado (destacando, por ejemplo, entre sus principales hitos el lanzamiento, en 2001, de una solución de automatización de procesos y la implantación, en 2007, de un modelo *cloud*, que actualmente representa el 85% de sus ventas y tiene más de 5.000 clientes SaaS) y asienta su estrategia sobre tres pilares: especialización, calidad y crecimiento sostenible.

“Esker está especializado en el desarrollo de soluciones informáticas para la gestión de los ciclos de venta (*order-to-cash*) y de suministro (*purchase-to-pay*), vendiendo en España con particular éxito el ciclo *order-to-cash* a los sectores fabricantes de gran consumo y de salud”, detalla Midón, al tiempo que explica también que su compañía tiene como punto de referencia la satisfacción del cliente, con una estructura y cultura empresarial creadas para que todo lo que ocurre en el cliente se sepa por todos en la empresa, y apuesta por el crecimiento sostenible, atrayendo talento, compromiso y potenciando el trabajo en equipo.

“El grupo Esker nos ha otorgado durante tres años consecutivos el premio a la mejor filial por nuestra capacidad creativa, ya que hemos construido la que puede considerarse como la solución informática más avanzada para la gestión del ciclo de ventas en el sector del gran consumo”, se enorgullece el director general de Esker Ibérica, subrayando que una de las funcionalidades desarrolladas e implementadas es la relativa a la gestión de cargos de clientes, “un problema endémico de los fabricantes de gran consumo”.

### IMPACTO DESCONOCIDO

A juicio de Jesús Midón, existe un problema no cubierto por ninguna solución de automatización: los fabricantes de gran consumo reciben muchos cargos de los *retailers*, que son facturas o, simplemente, un cobro mermado. “El impacto sobre el margen es terrible, pero muchas veces no se mide ni se conoce, ya que pocas empresas son capaces de valorar, en cantidad o porcentaje sobre las ventas, cuántos cargos reciben de sus clientes”, lamenta.

La práctica de cargos de clientes no es algo nuevo, pero -según Midón- está ganando terreno y creatividad. Por ello, es necesario tener la suficiente visibilidad sobre ellos y la capacidad de generar informes y métricas para controlar abusos, ineficiencias y desviaciones operativas.



Estudio 'Cargos de Clientes', realizado por Esker Ibérica.

“Creemos que, para una empresa de gran consumo, el ciclo de pedidos a cobro no está completo sin una buena gestión de los cargos de clientes. Se trata, junto con la captura multi canal de pedidos de clientes, de dos de los procesos más interesantes para el sector de gran consumo”, avanza el directivo. Finalmente, y preguntado por el papel que le gustaría que desempeñase su compañía en el futuro inmediato, adelanta que “queremos ser el principal referente de la gestión del ciclo pedidos a cobros para el gran consumo”. Y considera que dispone de la experiencia y tecnología necesarias para conseguirlo, ya que, entre otras razones, Esker procesa los pedidos en cualquier formato (incluyendo los EDI), cuenta con tecnología propia que, además, está basada en inteligencia artificial y *machine learning*.

En definitiva, lo que pretende Esker es dotar al administrativo y al directivo de un *hub* de pedidos, cargos, cobros y otros procesos inherentes al *order-to-cash*, con métricas que permitan intervenir en tiempo real en caso de desviación y con medidas de eficiencia (KPIs) útiles y que puedan ser compartidas con toda la organización. ●