

CEDEX

Centro de Desarrollo
para Emprendedores
y Exportadores

UP
Universidad
de Palermo

Boletín de Noticias

actividades comunidadcedex **informaciónparapymes** **noticias**

año 7 | edición nº 76

jueves 31 de agosto | 2012

actividades



Taller de Desarrollo del Comportamiento Emprendedor
Programa Empretec | Naciones Unidas

Por cuarto año consecutivo el CEDEX y la Fundación EMPRETEC Argentina llevarán a cabo el **"Taller de Desarrollo del Comportamiento Emprendedor"** en la Universidad de Palermo, desde el **lunes 24 al sábado 29 de septiembre de 9 a 16 hs.**

La actividad diseñada por las Naciones Unidas tiene como objetivo instruir, orientar y asesorar a todos aquellos emprendedores y empresarios que deseen mejorar sus rasgos y conductas asociados al éxito empresarial.

Para mayor información comunicarse al (54 11) 5199-4500 int. 2341 o bien enviar un mail a cedex@palermo.edu



**Taller El ARTE de Emprender y EMPRENDER Arte
¿Cómo capturar el valor de tu arte y vivir de tu talento?"**



Si estás pensando en desarrollar un emprendimiento cultural con conceptos de gestión empresarial, si te parece que te faltan herramientas y conocimientos para organizarlo, este taller te va a resultar de gran utilidad para analizar su viabilidad económica, sus fortalezas y debilidades.

Inicio: 18 de septiembre de 2012

Duración: 9 encuentros

Modalidad: martes de 18.30 a 20.30

Carga horaria: 17 horas

Lugar de cusada: Sede Barrio Norte, Av. Santa Fe esquina Larrea 1079

Para informes sobre los requisitos y costos de inscripción comunicarse al (54 11) 5199-4500 int. 2341 o bien escribir a cedex@palermo.edu



El CEDEX estuvo presente por segunda vez en la **Expo Logisti-k 2012** (10ma. Exposición

Internacional de Equipamiento, Tecnología y Soluciones para la Logística, el Flujo de Información y la Cadena de Abastecimiento), del 7 a 10 de agosto, en La Rural.

En el marco de las conferencias que brindó el CEDEX en paralelo, participaron empresarios de mandos altos y medios de los sectores de logística, consumo masivo, alimenticio, medios de comunicación, comercio e informática. La totalidad de los asistentes consideró que su participación fue de utilidad para su empresa ya que aportó conocimientos brindados por expositores altamente calificados. Un 82% manifestó que la asistencia a eventos y exposiciones mejora su imagen empresaria, ya que se pueden realizar buenos contactos y porque permite estar mejor preparados ante los imprevistos. El restante 18% consideró que no mejora su imagen ya que los clientes no participan de las mismas.

Las temáticas de las conferencias fueron:

- "Claves para la comunicación de servicios", a cargo del MBA Mariano Lombardi.
- "El futuro del retail", a cargo del MBA Claudio Darin.

Visitaron el stand del CEDEX de la Universidad de Palermo más de 300 personas en búsqueda de asesoramiento en logística comercial, operatoria del comercio exterior, planes de negocios, como también información sobre los variados programas ejecutivos y carreras de grado que dicta la Universidad de Palermo.



FIN DEL MUNDO

Magali Sosa



Magali Sosa

• ¿En qué actividad participaste del CEDEX?

Actualmente asisto al Taller de Armado y Tutelado de Planes de Negocios "Dar el paso: estrategias para el crecimiento"

• ¿Cómo surge y de qué se trata Fin del Mundo?

Fin del Mundo es una productora de eventos institucionales-empresariales y espectáculos artísticos-culturales. Surge de la unión de dos personas con experiencia y conocimientos en organización de eventos y producción ejecutiva con el objetivo de cubrir un espacio en el mercado, que actualmente está muy descuidado, o en el que se pagan precios muy elevados por servicios de muy baja calidad.

• ¿Cuál es tu producto/servicio preferido?

Uno de mis servicios preferidos es la organización de desfiles, o lanzamientos de productos.

• ¿Cuáles son los objetivos de la empresa para el 2012?

Crecer e instalarnos como marca representativa entre las productoras locales y nacionales.

• ¿Cómo está contribuyendo el taller "Dar el paso: estrategias para el crecimiento" que estás cursando?

El Taller del CEDEX me brinda herramientas muy necesarias para todo los proyectos en entapa de expansión. Estas herramientas ampliaron mi panorama comercial, me permitieron enfocar mejor mi negocio y llegar con más eficacia a lo clientes.





I FORO DE NEGOCIOS ENTRE LA REPÚBLICA ARGENTINA Y LA FEDERACIÓN DE RUSIA

El miércoles 12 de septiembre se llevará a cabo el "Foro de negocios entre la República Argentina y la Federación Rusa" en el Museo Dr. Arturo Jauretche, Sarmiento 364, CABA.

El Foro está orientado a operadores argentinos que actualmente comercializan con la Federación de Rusia o bien tienen interés directo en comenzar a establecer relaciones comerciales con el mercado ruso.

Durante el Foro, especialistas de distintas materias explicarán las novedades existentes en la comercialización con el mercado ruso y las perspectivas de desarrollo de negocios.

Para mayor información contáctese telefónicamente al (+54 11) 4393-1672, vía e-mail a info@caciar.com.ar o administracion@caciar.com.ar



LEY DEL EMPRENDEDOR PORTEÑO

Por medio de la Ley N° 4064 se creó el Régimen de Promoción para las Nuevas Empresas de la Ciudad de Buenos Aires, a través del cual los ingresos por ventas de las empresas que adhieran al mismo estarán exentos del impuesto de los Ingresos Brutos en un 100% durante el primer año de permanencia del Régimen y en un 50% durante el segundo año.

El objetivo de la Ley es favorecer la creación y consolidación de nuevas empresas en la Ciudad de Buenos Aires.

Los interesados pueden solicitar su adhesión al Régimen de manera online (con carácter de declaración jurada) a través del formulario electrónico que encontrarán en www.buenosaires.gob.ar/leyemprendedor.

Sólo podrán ser beneficiarias de este Régimen aquellas empresas que se hayan constituido con posterioridad al 11/02/2012 y que cuenten con menos de 12 meses de antigüedad desde su constitución.

Para mayor información ingresar en www.buenosaires.gob.ar/leyemprendedor



noticias



Finanzas, crisis de crecimiento y otros problemas frecuentes de las pymes

La primera pregunta que todo empresario pyme debe realizarse es **¿para qué quiero tener una empresa?** Eso no resuelve nada pero al menos nos sirve para intentar de alguna forma alcanzar ese objetivo. Es común escuchar entre los empresarios pymes cosas del tipo: "Para ser libre", "para mejorar mi calidad o estilo de vida", porque "la heredé o simplemente porque soy emprendedor".

4 de agosto

Clarín

Ahora bien, ¿cuáles son las problemáticas más comunes a las pequeñas y medianas empresas? ¿Por qué parece ser tan difícil poder llevar adelante una empresa y, a la vez, aunque más no sea, cumplir con alguno de los objetivos planteados?

Siempre me gusta arengar a mis alumnos con estas preguntas: Si tengo que hacer un puente, ¿a quién llamo? Si tengo un problema grave de salud, ¿a quién recurro? Si piso a alguien con el auto ¿a quién llamo? En esta última el orden sería ambulancia y abogado, nunca al revés. Y, por último, si quiero tener una empresa o tengo una que tiene problemas, ¿a quién consulto? Las tres primeras son respondidas casi al unísono y sin diferencias. Pero la última por lo general suele generar un gran silencio en la audiencia.

¿No es raro que no tengamos una respuesta? Siempre digo que pareciera que hay una creencia popular de que todos nacemos con una configuración del ADN tal que, si por alguna razón nos encontramos con la tarea de administrar una empresa, se activarán en nosotros todas las aptitudes necesarias para controlarla: finanzas, recursos humanos, estrategia, operaciones, etc.

Creo que aquí radica uno de los problemas. Administrar una empresa no es simple y por otro lado el mercado **es implacable** en eliminar aquellas empresas que no se adaptan o no dominan de manera integral el difícil mundo de dirigir o gestionar.

Cuando termino la introducción de mi curso sobre problemática PYME, los alumnos me miran como si hubiera revelado una verdad que parecía un secreto. Es un momento parecido a cuando el psicólogo nos enfrenta a eso que por alguna razón no queríamos ver.

Hace poco, un empresario se me acercó durante el break y me dijo: "¿Cómo puede ser que sepas lo que me pasa? ¿Conocés mi empresa? ¿Quién te conto?". Pero en esto no hay magia y le revelé mi secreto: "No se trata de saber tu realidad: a todos les pasa lo mismo. Ese es mi truco".

Todas las pequeñas y medianas empresas suelen pasar problemáticas similares:

Me cuesta saber donde estoy parado

Más temprano que tarde el empresario termina confesando que tiene la sensación de no saber dónde está parado. ¿Qué quiere decir? Simplemente que no entiende a su propia organización. Se acostumbró a vivir en el día a día y a seguir subsistiendo, pero en realidad no tiene claro dónde está su negocio o qué está pasando realmente.

Fijo muchos objetivos, pero cumplo...

A veces plantearnos metas puede ser un arma de doble filo. Cuando algo nos preocupa, para calmar nuestra ansiedad, ponernos el objetivo de solucionarlo hace que momentáneamente el problema desaparezca. Pero debemos superar la simple enunciación para dotarlo de un horizonte temporal, un presupuesto y una definición clara de lo que se espera obtener. El mayor riesgo de fijar objetivos y no cumplirlos es que con el tiempo empezamos a frustrarnos. Así, nos convencemos de que no servimos para esto, algo que puede no ser cierto. En los negocios, hay metodologías para intentar triunfar más veces de las que se fracasa.

¿Ganaré dinero con mi negocio?

¿De qué sirve poner tanto esfuerzo en algo si no sé si realmente genera o no beneficios? El problema es que saberlo no es fácil, requiere conocimientos y metodología. Las finanzas no son simples, la razón no alcanza para entenderlas. Así como es imposible

aprender matemáticas simplemente leyendo un libro, tampoco se pueden comprender de esa forma la economía y las finanzas de una empresa.

Mi empresa funciona sólo cuando yo estoy

Cuando alguien me dice ésto, le respondo con preguntas: "¿Cómo lo sabe?" "¿Cuántas veces lo probó?" El tema no es si la empresa funcionaría sin el jefe, sino qué se está haciendo para que eso suceda. Seguramente, algunas cosas sí funcionarían y otras no tanto. Hay que apalancar las primeras y trabajar sobre las segundas. Una a la vez.

No logro delegar responsabilidades

Esta situación es similar a la anterior. Delegar implica asumir que alguien puede equivocarse. Y no hay que olvidar que hacerlo sin una planificación es la principal causa de fracaso. Es necesario definir los parámetros e indicadores que determinan si la tarea se está realizando bien o no.

No sé qué vendo realmente

Hoy pocos negocios venden sólo un producto o servicio. Es decir, pocos clientes pagan solamente por el producto genérico. Cada vez más vendemos intangibles, experiencias que vienen como anexo del producto. Si no tengo claro qué vendo, corro el riesgo de dejar de vender, simplemente por dejar de ofrecer lo que realmente querían los clientes. Un consejo: no hay mejor forma de saber qué vendo que preguntando a los clientes.

Tengo miedo de estar entrando en la trampa del crecimiento

Se conoce como trampa del crecimiento a la situación que se da cuando una empresa se enfrenta a la situación de que cuanto más crece peor está. Crecer implica más movimiento, operaciones e información para analizar. Significa empezar a conocer las temidas finanzas. La clave es entender en cada etapa lo que me está pasando e ir construyendo la empresa a medida que crece. El crecimiento debe ser escalonado, para tener tiempo para analizar el modelo de negocios.

Me siento un esclavo de mi empresa

Si uno preguntara a mil emprendedores por qué deciden emprender, seguramente una de las frases más escuchadas sería "para ser libre". Sin embargo, con el tiempo muchos sienten que no pueden salir ni un minuto de su negocio. Algo no anda bien o debemos redefinir el concepto de libertad. Para ser libre es importante no meterse uno mismo en una celda. La clave está en asesorarse, escuchar a los que saben y armar una empresa sin perder de vista el objetivo de ser libre y, por qué no, feliz.



Ciencia y tecnología: negocios concretos

El Libro Blanco de China sobre América latina incluye, además, propuestas de intercambio y cooperación cultural, social y deportiva. Sobre esta base, un documento del Grupo de Trabajo sobre China del Comité de Asuntos Asiáticos del CARI, presentó comentarios al respecto.

En materia educativa, el grupo se focalizó en la posibilidad de aumentar la exportación de servicios educativos a China (enseñanza del español a estudiantes de ese país). Esta actividad ofrece beneficios directos e indirectos de gran importancia para la Argentina y para la relación entre ambos países.

21 de agosto

La Nación

Por Alejandro Candiotti y
Julio Sevares
www.lanacion.com.ar

La exportación del servicio educativo puede constituirse en un importante campo de expansión para las instituciones educativas públicas y privadas y en una fuente de divisas. También fortalecería el conocimiento mutuo en términos culturales y económicos, lo cual contribuiría a cimentar las relaciones bilaterales y las posibilidades de cooperación económica y tecnológica entre los países.

La Argentina está en condiciones de incrementar este rubro debido a la calidad de su sistema educativo, su infraestructura y su disponibilidad de docentes, y al atractivo que ofrece por la extensión y diversidad de su actividad cultural y deportiva. En la actualidad existe ya una variada oferta para estudios del español y de otras disciplinas en universidades e institutos públicos y privados y se realizaron presentaciones en las ferias educativas anuales de Shanghai. Otros segmentos por desarrollar son la educación a distancia y el envío de profesores argentinos a China.

Un aliciente para el estudio en la Argentina es el otorgamiento del Certificado de Español Lengua y Uso (CELU), una acreditación de los ministerios de Educación y de Relaciones Exteriores de la Argentina, que evalúa el manejo del español como segunda lengua y extranjera. Un obstáculo son las limitaciones que impone el sistema de visas para estudiantes chinos.

El Libro Blanco trata asimismo el interés de China en promover el intercambio científico-tecnológico con los países de nuestra región. Este es un ámbito en el cual, a pesar de los relativamente bajos niveles históricos de inversión en investigación y desarrollo en la Argentina, nuestro país sigue siendo, sin embargo, un país rico en materia gris con un enorme potencial. Aquí hay muchos profesionales de distintas áreas de investigación con capacidad para desarrollar proyectos nuevos en casi todos los campos de la ciencia y la tecnología.

CASOS CIENTÍFICOS

Son varias las oportunidades de cooperación científica y tecnológica entre la Argentina y China.

Para empezar, la biotecnología, especialmente aplicada a la agricultura, farmacia, alimentos, medio ambiente y medicina. Una oportunidad de colaboración podría ser aprovechar la enorme capacidad de secuenciación de ADN del Beijing Genomics Institute y la experiencia de los investigadores argentinos del INTA para profundizar el estudio del genoma de, por ejemplo, cultivos autóctonos de nuestra tierra, como la papa, el maíz y el tomate y compartir ese capital genético con China. También los investigadores argentinos podrían colaborar en profundizar el conocimiento que ya tienen los chinos en otros cultivos como la soja y el kiwi.

La colaboración en la investigación genética podría también ayudar a mejorar o adaptar los procesos de producción de biocombustibles. Por ejemplo, para reducir las impurezas del aceite de soja, materia prima del biodiésel en la Argentina, o que en el proceso de producción de biodiésel no se formen moléculas largas que tapen los filtros, o que se mejoren sus propiedades en frío.

La telemedicina es el uso de las telecomunicaciones y tecnologías informáticas para proveer servicios de monitoreo y seguimiento médicos a distancia. Puede aplicarse para todas las especialidades médicas, y las posibilidades van desde los marcapasos que se comunican con el servicio de mantenimiento, cuando se registra un desperfecto, hasta los frascos inteligentes con sistema de dispensador, que envían mensajes de texto de monitoreo cada vez que el paciente extrae la medicación para tomarla, o equipos que envían a una base de datos el resultado de la medición de la presión

arterial de un paciente que se encuentra en su domicilio.

China también participa del auge de este mercado que se estima representará a nivel mundial más de US\$ 5000 millones de ventas en 2014. En nuestro país existen excelentes profesionales de la medicina, programadores de software y técnicos e ingenieros en electrónica, capaces de desarrollar productos de telemedicina. Muchos de estos productos combinan hardware y software licenciados que requieren su adaptación y mejora para lograr mayor estabilidad y adaptación a los requisitos propios de cada mercado.

La cooperación entre la Argentina y China en telemedicina podría consistir en que empresas de nuestro país se asocien con empresas chinas en proyectos destinados a desarrollar productos de telemedicina, aprovechando la capacidad china de producir equipos médicos a costos competitivos y el capital técnico y profesional que se acaba de describir.



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

CEDEX – Centro de Desarrollo para Emprendedores y Exportadores

Av. Santa Fe esquina Larrea 1079 • C1117ABE • Capital Federal • Tel: (54 11) 5252 0435 int. 2341

cedex@palermo.edu • www.palermo.edu/cedex