

ACTIVIDADES

Conferencia

Doing Business in Peru

El objetivo del encuentro será informar a aquellos interesados en desarrollar actividades comerciales con Perú los incentivos aplicables a las distintas acciones beneficiosas y zonas francas, brindando además conocimientos legales básicos a fin de que los participantes evalúen cualquier proyecto desde un punto de vista teórico y práctico.

Actividad arancelada. Para mayor información y requisitos de inscripción comunicarse al teléfono (54 11) 4816-8806 / 4812-2125, o bien dirigirse por mail a Adriana R. Schwetz, aschwetz@monttargentina.com.ar.

Información

Fecha: jueves 24 de julio

Horario: 9 a 13

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

MONTT ARGENTINA S.A.
CONSULTORES



Curso en Empresas Familiares 2014

Durante los meses de abril y mayo se llevó a cabo la capacitación "Empresas familiares 2014" a cargo del docente del CEDEX Pablo Kirschenbaum, en la Ciudad de Comodoro

Rivadavia, Chubut.

Organizado por la Fundación Empresaria de la Patagonia, el programa Pymes de Pan American Energy, Agencia Comodoro Conocimiento – Municipalidad de Comodoro Rivadavia y el CEDEX/UP.

La actividad tuvo como objetivo principal:

- Analizar la situación actual de las empresas familiares: problemáticas comunes y su origen;
- Describir la dirección de las empresas familiares: principales características y mejores prácticas de gestión;
- Detallar la sucesión en las empresas familiares: cómo planificarla exitosamente, y
- Cómo llevar la empresa familiar a la familia empresaria: una visión de futuro.

Las jornadas estuvieron orientadas a miembros de empresas familiares y a otros familiares no activos en la gestión pero que sí forman parte de la estructura societaria. La capacitación se enmarca en el convenio firmado entre FEPA y el CEDEX de la UP que permite la realización de capacitaciones conjuntas desde 2007.



PROGRAMAS EJECUTIVOS EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

Dirección de Empresas Exportadoras

Inicio: agosto 2014
Duración: 4 meses
Carga horaria: 40 horas

Logística Comercial

Inicio: agosto 2014
Duración: 6 encuentros
Carga horaria: 20 horas

Operatoria del Comercio Exterior

Inicio: agosto 2014
Duración: 6 encuentros
Carga horaria: 20 horas

TALLER DE ARMADO Y TUTELADO DE PLANES DE NEGOCIOS
START-UPS, EMPRENDIMIENTOS EN MARCHA Y ARTÍSTICOS

Inicio: agosto 2014
Duración: 9 encuentros
Carga horaria: 17 horas
El taller se podrá cursar tanto de manera **presencial** como **ONLINE**.

NUEVO TALLER  **CLAVES PARA APRENDER A EMPRENDER**

Inicio: agosto 2014
Duración: 4 encuentros
Carga horaria: 16 horas

Todos los Programas Ejecutivos y Talleres del CEDEX se dictan en la sede Barrio Norte ubicada en Larrea 1079, esquina Av. Santa Fe. Para informes sobre los requisitos y costos de inscripción comunicarse al (54 11) 5199-4500 int. 2341 o bien escribir a cedex@palermo.edu





Pupy Ortíz Fundadora De las Bolivianas



Planificar	x	Improvisar	x
Conocimiento	x	Intuición	x
Libros		Internet	x
Flexibilidad	x	Rigidez	
Facebook	x	Twitter	
Paciente		Impulsivo	x
Espontáneo	x	Estructurado	
Publicidad	x	Boca en boca	x
Creatividad	x	Inteligencia	
Teléfono	x	Mail	



INFORMACIÓN PARA PYMES



Misión Plurisectorial a la República del Paraguay

Los días 22 y 23 de julio se llevará a cabo la "Misión Plurisectorial" en la ciudad de Asunción, Paraguay. Invitan a participar del evento la Cancillería Argentina, el Ministerio de Industria de la Nación y la Fundación Exportar.

La misión estará orientada a los siguientes sectores: alimentos y bebidas; construcción y muebles; y por último bienes de capital. El objetivo del encuentro será el fortalecimiento de la relación bilateral con la República del Paraguay.

- **Para mayor información** comunicarse al (54 11) 4819-7000 int. 3468 / 7919 o bien enviar un mail a misionparaguay@mrecic.gov.ar.



Convocatoria de video 2014 • La Bienal Arte Joven Buenos Aires

La Bienal Arte Joven Buenos Aires convoca a jóvenes creadores a participar del concurso "Convocatoria de video 2014".

La convocatoria tiene como objetivo promover – difundir las producciones audiovisuales y está destinado a artistas individuales o colectivos extranjeros o argentinos entre 18 a 32 años con más de cuatro años de residencia en el país, a nivel nacional e internacional.

El **18 de julio (inclusive)** es la fecha límite de inscripción.

Las obras que resulten seleccionadas se exhibirán en la ciudad de Santiago de Chile y en Buenos Aires.

- **Para mayor información** comunicarse telefónicamente al (54 11) 4344-5244, enviar un mail a labienal@buenosaires.gob.ar o ingresar en www.buenosaires.gob.ar



NOTICIAS



1 de junio

La Nación

Por Luján Scarpinelli

www.lanacion.com.ar

Las pymes también están en el buscador

Un taller, un quiosco, un local de comidas para llevar. Las pequeñas empresas y comercios barriales también pueden buscar clientes en la Web. Sin un sitio propio y con un bajo presupuesto, pueden hacerlo incluso al tope de la lista del buscador de Google, elegido por la mayoría de los usuarios de Internet locales.

Este mes, la compañía presentó en el país su herramienta AdWords Express, que apunta a integrar a las pequeñas empresas o comercios sin presencia en la Web, y potenciarlos, sobre todo, a través de la geolocalización de los dispositivos móviles.

Los anuncios de AdWords Express no sólo permiten posicionarse en el buscador, sino también en los mapas de Google. Según destacan en la empresa, sus dos propiedades más populares. Así, la herramienta en uso en otros mercados desde 2011 está atada a la tendencia expansiva de la conectividad remota.

Aunque las grandes empresas son las que le dan volumen al negocio, la estrategia para captar firmas de menor porte ya mostró resultados en Google. "Desde 2010 hasta ahora, la base de clientes pymes que usa AdWords se triplicó", señala Eugenia Denari, directora de marketing de Google en la Argentina, Chile y Perú. Con la versión Express, la compañía aspira a un mayor alcance en el segmento, al que también provee las soluciones de colaboración de Google Apps.

"Es una solución para los dueños de pymes, que cumplen muchos roles y tienen poco tiempo; una puerta de entrada a la Web con una barrera baja, muy simple y completamente automatizada", define Denari. Como se ha dicho, los clientes de AdWords Express pueden valerse de la Web, sin tener una base allí. Es decir, los avisos que en otras soluciones derivan a los propios sitios conducen a fichas de Google Plus o Google Maps.

La apuesta se basa en la sencillez: crear un anuncio sólo implica acceder a la plataforma, seleccionar la categoría en la que se encuadre el negocio, redactar una descripción y destinar un presupuesto, que se invierte por clic. "No hay que elegir palabras clave", aclara Denari. Lo demás, queda librado al buscador. "Eso permite a las pymes competir con las grandes empresas, porque el algoritmo tiene en cuenta distintos factores, sobre todo relevancia", explica Denari. Esa relevancia puede estar relacionada con la cercanía del lugar. Algo que puede resultar definitorio en la decisión de compra, y potencia la oportunidad para atraer a clientes locales. En el país, el 25% de los usuarios de smartphones cambiaron la decisión de compra en su dispositivo



19 de junio

Cronista Comercial

Por Gabriela García y

Elena Fernández

www.cronista.com

10 claves para emprender en la Argentina

Alta, dinámica, con un ecosistema de soporte que se va consolidando aunque en un contexto de país con riesgo para las inversiones, inestabilidad cambiaria e inflación. Así es la actividad emprendedora en la Argentina, según fuentes del Global Entrepreneurship Monitor (GEM, por sus siglas en inglés). El organismo realiza todos los años un monitoreo del sector, a nivel global. De su último estudio realizado en la Argentina, en 2013, se desprende que la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA), que mide a las empresas nacientes de tres a 42 meses, disminuyó a 15,9% de la población adulta, de entre 18 y 64 años, frente al 19% de 2012 y al 21% que arañó en 2011. "Los argentinos emprenden mucho pero les va mal. Hay que mejorar la capacidad de emprender", destacó Andy Freire, fundador de la firma de productos para oficina, OfficeNet, en el marco de Experiencia Endeavor Argentina, evento que se realizó la semana pasada, en la Usina del Arte.

La jornada a la que asistieron más de 1.900 asistentes reflejó por qué, según el estudio del GEM, el desempleo, la jubilación y el deseo de aprovechar las oportunidades son algunos de los principales motivos que llevan a los argentinos a iniciar su propio emprendimiento. Así, la edad promedio del emprendedor local es de 24 a 44 años. El informe del GEM también detalla que los hombres tienen mayor propensión para iniciar un proyecto empresarial, con un 20%, mientras que las mujeres hacen lo propio, con el 13%. Según la estadística, que elabora la entidad internacional: desde 2001, los varones siguen liderando el segmento emprendedor. Durante el encuentro Endeavor, los referentes del sector compartieron sus secretos para ganar incluso frente a una coyuntura tan volátil como la local.

1 Reunir el capital

Se pueden tener ideas pero, si se carece del capital para realizarlo, no se puede llegar a nada. Según Freire, el primer reto es conseguir los recursos financieros para iniciar el emprendimiento. La mayoría de los emprendedores necesita la ayuda. Los inversores no te van a dar capital porque tengas una idea genial, sino que te van a dar el capital si creen que vas a convertir esa idea en un buen negocio, a partir de saber implementarla mejor que otros, agregó Freire. En línea, Guibert Englebienne, cofundador y actual CTO de Globant, una firma que desarrolla software y emplea a más de 3.000 personas, coincidió: "Los inversores buscan negocios que funcionen. Tienen que tener ideas alcanzables y un plan de negocio funcional para que puedan contribuir." La Argentina está dentro de los 10 países con más emprendedores del mundo, por debajo de China, Colombia, Perú, Tailandia y Venezuela.

2 Metas claras

Desde el momento en que se plantea una idea para crear un emprendimiento, se necesita conocer hacia dónde se quiere llegar y qué se quiere conseguir. Para Freire, la idea no es el secreto, sino la ejecución. En este aspecto, plantear metas alcanzables para saber ejecutarlas de la mejor manera resulta primordial. Cuando tenemos una idea clara, los fracasos o dificultades no serán impedimento para conseguir la meta. El empresario textil Claudio Drescher, fundador de Caro Cuore y desarrollador de Vitamina y Jazmín Chebar, resaltó: No es lo que está sucediendo sino lo que va a suceder. Y, en línea, recomendó trazar una estrategia adecuada para conseguirlo.

3 Capacitación continua

Todavía, hay quienes ven a la capacitación como algo secundario. Pero esto, coincidieron los emprendedores en la Experiencia Endeavor, es un error: para poner en práctica grandes ideas se necesita conocer cómo hacerlo. Freire destacó: "Hay que ir a la universidad, hay que aprender a hacer las cosas y, después, conseguir los recursos para luego enfocarse en una buena implementación". Al capacitarse se pueden tomar mejores decisiones y alcanzar el éxito empresarial, resaltaron algunos de los emprendedores durante la jornada.

4 El plan de negocios

Para poder empezar un emprendimiento, es necesario conocer cómo lo vamos a lograr. Se necesita aprender y realizar un plan de negocios, que ayude a tener una visión clara del objetivo que se quiere alcanzar. ¿Quiénes serán nuestros clientes? ¿Hay mucha competencia? ¿Qué tiene de innovador mi producto? "Cuando uno tiene una estrategia adecuada, convierte una persona en una marca y hace que esa marca trascienda", sugirió Drescher. Y agregó que esa estrategia se logra a través de un buen business plan.

5 Hacer que suceda

Se debe soñar en grande pero, más que todo, lograr que esos sueños o propósitos se hagan realidad. A pesar de que las cosas puedan resultar diferentes a cómo se había pensado, no hay que desilusionarse, sino, más bien, tratar de que eso sea un reto de sobrellevar de la mejor forma posible. Nito Anello, creador de Zafrán, una empresa dedicada a la producción y venta de snacks naturales, confesó: "Las cosas que me paralizan son cosas que me potencian". Así como él, se aprende que el objetivo es lograr lo que se desea. Hay que hacer que las cosas pasen, porque luego el resultado puede ser gratificante. Al respecto, Julián Weich, presentador de tevé y precursor del proyecto agua Conciencia, que dona el 50% de sus ventas a ONGs, recomendó ser fiel a los sentimientos y así transfórmalo en un hecho concreto.

6 Diferenciarse

Para que un producto tenga éxito, es necesario que sea innovador. Drescher, cuando se incorporó al equipo de Vitamina, en los años '90, descubrió que tenía enormes cualidades, pero que no eran muy distintas a las de la competencia, lo que le impedía triunfar. Otro tema para diferenciarse de la competencia está en efectuar bien la idea. Freire lo explicó así: "Uno tiene que aprender a hacer las cosas mejor que ningún otro, pues el desafío no está en la idea sino en la implementación". Asimismo, Enrique Avogadro, subsecretario de Economía Creativa del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, afirmó que diferenciarse y competir es saludable, porque ayuda a saber cuáles son las fortalezas y debilidades como empresa.

7 Buscar un buen socio

Es mucho más difícil tener el socio adecuado, que la idea adecuada, afirmó Anello, quien, al contar su historia, recalca que lo más complicado, a la hora de crear su empresa, fue encontrar a una persona con la que compatibilizara en los negocios. También, Drescher destacó que es de vital importancia tener una buena relación entre socios. Y habla desde la experiencia. Entre otras cosas, los desacuerdos entre los socios lo llevaron a vender su parte en Caro Cuore, en 1993. Su consejo: "Respetar al socio, comprenderlo y no tener disputas por ego". Por su parte, la wedding planner Bárbara Diez destacó que parte de su buen desempeño se debe a que encontró en Adela Braun una compañera adecuada para el funcionamiento de su empresa.

8 Volver a las fuentes

Emiliano Fazio, cofundador de Njambre, una aceleradora de emprendimientos sociales, recalca que es importante, además de establecer una meta clara, fijar la razón y la causa del emprendimiento. Para Weich, es necesario que las nuevas empresas tengan un impacto positivo en el mundo: Debemos crear no la mejor empresa del mundo, sino la mejor empresa para el mundo. Por su parte, Victoria Shocrón, fundadora de la empresa sin fines de lucro Discar, que se dedica a la trabajar con personas de discapacidad mental, afirmó que poner un nuevo negocio no es sólo cuestión de mejorar la propia vida sino también la de los demás: Es necesario cambiar la vida de uno, pero también la de muchos, dice. Para que el emprendimiento tenga un sentido, más allá de generar ganancias, Anello aconsejó preguntarse: ¿Por qué estoy haciendo lo que estoy haciendo? ¿Qué aporta a la sociedad?

9 Aprender del fracaso

Siempre existen grandes probabilidades de fracasar. Sin embargo, esto no debe ser un obstáculo, sino un impulso para seguir. Tito Loizeau recuerda que, a lo largo de su trayectoria

como emprendedor, se tuvo que enfrentar a varios fracasos. La clave del éxito está en seguir intentándolo, sostiene. Avogadro, en línea, sugiere: Cuando te va mal, lo ideal es tomar consejos, no obcecarse y seguir adelante. Máximo Cavazzani, fundador de Etermax, creador del juego para dispositivos móviles Preguntados, afirma que ser emprendedor es enfrentarte con cosas no placenteras, pero que se debe tener las fuerzas para enfrentar los problemas.

10 Trascender

Hacer lo que se debe hacer no es suficiente para tener éxito. Un emprendedor siempre debe dar más de lo que se le exige. Diez está convencida de que "si damos genuino y auténtico amor, somos imbatibles". Para Drescher, emprender no es solo crear una marca, sino hacer que trascienda. Y, para lograrlo, es necesario trabajar el doble.



CEDEX UP

UNIVERSIDAD DE PALERMO
BUENOS AIRES - ARGENTINA

CEDEX

Larrea 1079 esq. Av. Santa Fe | Tel.: +54 11 5252 0435
int. 2341 | cedex@palermo.edu | www.palermo.edu/cedex