

CEDEX

CENTRO DE DESARROLLO
PARA EMPRENDEDORES
Y EXPORTADORES

UP
Universidad
de Palermo

BOLETÍN DE NOTICIAS

ACTIVIDADES

COMUNIDAD CEDEX

INFORMACIÓN PARA PYMES

NOTICIAS

año 9 • edición nº 97 • viernes 30 de mayo • 2014

ACTIVIDADES



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





Marcos Sierra

creador de MARILLION RO | JUST A T-SHIRT

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



INFORMACIÓN PARA PYMES



EXPOVINOS 2014

La Fundación Exportar y el Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto invitan a participar de la feria "EXPOVINOS 2014" a realizarse del 18 al 21 de junio en la ciudad de Bogotá, Colombia.

El tópico del encuentro será que empresas vitivinícolas puedan conocer las últimas tendencias con respecto al rubro.

El objetivo será permitir que empresas de esta sección entren en contacto con potenciales interesados en sus productos, logrando ingresar a dicho mercado.

La Argentina contará con un "meeting point" a disposición de las empresas que deseen promocionar sus productos.

• **Para mayor información** ingresar en www.expovinos.exito.com o bien comunicarse con Valeria Barrios Aquino – Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto, al (54 11) 4819–8215 o por mail a expovinos@mrecic.gov.ar y/o con con Silvana Lisera – Fundación Exportar, al (54 11) 4114–7771 o por mail a slisera@exportar.org.ar.



FORMÓBILE 2014

Del 29 de julio al 1 de agosto se llevará a cabo la feria "FORMÓBILE", en la ciudad de San Pablo, Brasil. Invitan a

participar del evento la Fundación Exportar y el Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto.

La temática de la feria será reunir a proveedores de maquinarias, materias primas, piezas y accesorios y servicios para la fabricación de muebles de madera en serie y a medida.

El objetivo será que proveedores y asistentes tomen contacto con potenciales clientes e interesados en sus productos, posibilitando las ventas en el mercado.

En esta edición Argentina contará con un "meeting point" para ser utilizado como centro de negocios, reuniones y/o encuentros por las empresas inscriptas. La fecha límite de inscripción es el 10 de julio de 2014.

• **Para mayor información** ingresar en www.feiraformobile.com.br o bien comunicarse con Matias Battaglia – Ministerio de Relaciones Exteriores y culto al (54 11) 5555–8956 o enviar un mail a pdcecx.maqmadera@mrecic.gov.ar y/o Andrés Superbi – Fundación Exportar al (54 11) 41146–7700 int. 208 o enviar un mail a asuperbi@exportar.org.ar.



NOTICIAS



7 de mayo

lprofesional

www.iprofesional.com

Errores que se deben evitar en un plan de negocio para que el proyecto alcance el éxito

El entusiasmo del emprendedor no es suficiente para que una idea de negocio tenga éxito, es necesario darle congruencia y probar si es viable en el mercado, advierten expertos.

"Un plan de negocio es un ejercicio de prueba y error que orienta al emprendedor a decidir si vale la pena implementar esa idea de negocio o no", definió el gerente de estrategia y comunicación de la incubadora Proempleo, Alfredo Maldonado.

"Tener una guía plasmada les dará claridad cuando comuniquen su proyecto y lograrán que más personas se integren a él", comentó el director y socio fundador de la consultora de negocios ASENDE, Néstor Ojeda, en declaraciones a CNN Expansión.

Pero hay errores que el emprendedor debe evitar al realizar un plan de negocio, para así convertir a su empresa en un objetivo potencial para recibir financiamiento bancario, gubernamental o privado. Hay que considerar que los inversionistas confiarán más en un proyecto que esté sustentado en números reales, coincidieron los especialistas.

"Un plan de negocios debe incluir 20 páginas máximo con un resumen ejecutivo atractivo para enganchar a los inversionistas. Deberá estar redactado en tercera persona y sustentando los datos expuestos con fuentes comprobables y números confiables",

especificó Ojeda.

Estos son los siete errores que deberá evitar en su plan de negocios si quiere emprender con paso firme:

1. No identificar una necesidad de mercado. Su idea de negocio se va a transformar en un producto o servicio que debe responder a las necesidades de compra.

Por lo tanto deberá "conocer al cliente al que se quiere dirigir, no basta con seleccionarlo demográficamente, deberá investigar qué lo motiva comprar y hasta cuánto dinero está dispuesto a pagar por un producto como el que ofrece", detalló Maldonado.

Al mismo tiempo deberá analizar la industria, cómo va a crecer, cuáles son sus riesgos y qué está haciendo su competencia para detallar su propuesta de valor.

2. No probar su producto o servicio. Con el afán de que su producto salga sin ninguna falla al mercado, los emprendedores pueden tardarse en su perfeccionamiento y perder de vista que lo más recomendable es hacer pruebas piloto para verificar si es aceptado por los consumidores.

"Con este feedback los emprendedores mejorarán su producto o servicio y les permitirá salir al mercado lo más rápido posible con un producto innovador", explicó el vocero de Proempleo, una incubadora que en 19 años ha asesorado a 75,000 emprendedores de negocios tradicionales.

3. Darle un valor incorrecto a su producto o servicio. Determinar cuánto invierte en fabricar su producto en tiempo, insumos y mano de obra, le permitirá fijar su precio al público.

"Los emprendedores a veces pierden dinero porque no hacen el costeo adecuado y ya cuando están sobre la marcha se dan cuenta de que se quedaron cortos en su presupuesto", comentó Ojeda.

4. No identificar procesos en la empresa. Detallar cuáles son los procesos importantes y secundarios en su empresa y quiénes serán los responsables de realizarlos permitirá al emprendedor dividir el trabajo y mantener cierta organización.

En el plan de negocio deberá documentar los objetivos y políticas de cada uno de estos procesos. "El plan es un documento que en los primeros meses puede modificarse cada semana, y después tener revisiones mensuales, ya que está hecho con base en prueba y error y puede ser corregible", explicó Alfredo Maldonado.

5. No saber cómo conquistar a los clientes. Al iniciar su negocio deberá vender no sólo una marca, sino una experiencia para sus

consumidores. Muchas veces los emprendedores están tan casados con la idea de su producto o servicio que se olvidan de cautivar a los clientes, dijo el experto de Proempleo.

Para seducirlos debe seleccionar canales adecuados para llegar a ellos y estrategias para estimular su compra, atracción y retención, agregó en declaraciones consignadas por CNN Expansión.

6. No hacer proyecciones financieras. Empezar no siempre es color rosa, habrá momentos de crisis donde el empresario se planteará "renovarse o morir". Para salir adelante, necesita hacer una proyección financiera a tres y cinco años con escenarios optimistas y pesimistas sobre su negocio y con distintas estrategias.

"Es importante mencionar cuántos vendedores vas a tener, cuántas visitas harás a los clientes, cuántos representantes tendrás y qué expectativas de ventas esperas, de esta manera proyectarás tus ganancias mensuales, bimestrales y semestrales", especificó Ojeda.

7. No tener aliados o subcontratar servicios. Los procesos principales como producción y comercialización puede hacerlos el mismo emprendedor al interior de su compañía, pero deberá analizar qué operaciones puede subcontratar a través de aliados o colaboradores, para reducir costos.



8 de mayo
**Cronista
Comercial**
www.cronista.com

Mitos y realidades del liderazgo

Hoy asistimos a un gran debate sobre la capacidad que deben tener quienes dirigen las empresas de ejercer o no liderazgo. Una buena administración resulta indispensable para cualquier negocio, pero una buena dirección que sepa ejercer liderazgo tiene aún más peso. A menos que uno sea el único integrante de la empresa y trabaje en soledad, dependerá de la ayuda de otros. Si es emprendedor necesitará comunicar su energía, entusiasmo e ilusión a quienes conforman la organización; saber cómo elegir talento para el equipo de dirección y definir a dónde quiere llegar. Deberá promover el camino para fomentar el diálogo que permita lograr una visión compartida, que ayudará a definir las metas por donde circule la organización.

Ojalá esto fuera la alquimia de aplicar una fórmula que nos asegure la solución. Ronald Heifetz, de la Harvard University, recuerda que el ejercicio del liderazgo está orientado a movilizar a las personas para que puedan enfrentar sus problemas y los desafíos adaptativos que la organización plantea. Habrá que enfrentar la odisea de construir, con los distintos integrantes del sistema involucrado, una respuesta satisfactoria y superadora, que permita afrontar y aceptar sus pérdidas para alcanzarla.

En familia

Estos desafíos son importantes para las pymes; muchas, familiares, que se ven amenazadas por competidores poderosos que les plantean la disyuntiva de cambiar o dejar de existir. Los tiempos de agitación y duda que nos tocan vivir exigen dueños de empresas innovadores, dotados de una visión estratégica y resueltos a arriesgarse a compartirla. El propietario debe comportarse como tal y entender que, en la generación siguiente, deberá haber alguien dispuesto a sucederlo.

Quien aspira a hallarse algún día a la cabeza de la empresa, necesita saber cómo ejercer un liderazgo que logre movilizar e inspirar a las personas para que trabajen con espíritu solidario, cooperativo y orientado a resultados. Requiere coraje y no tener miedo a una idea sana del conflicto para enfrentar los desafíos. Hay que ayudar a la firma para que avance en este sentido.

Muchas veces, los sucesores solo piensan en ocupar la silla que les asegure poder. Una vez que la ocupan, no saben cómo ejercer liderazgo, los superan y agobian los conflictos humanos, y la experiencia resulta deprimente para el sistema.

Muchas instituciones se han vuelto anticuadas y se hace necesario un nuevo aprendizaje en el modo de ejercer liderazgo. Desde los estudios sobre las emociones, al nuevo concepto sobre cómo ejercer autoridad, hasta el impacto de las neurociencias para lograr un mayor conocimiento de la persona, están incidiendo para generar una transformación en los líderes que impacte en la empresa. Esto es cierto en la pymes y empresas familiares que, con cada generación, avanzan hacia sistemas más complejos de propiedad y gestión.

¿En qué difiere el ejercicio del liderazgo en pymes del que se ejerce en otras empresas? ¿Qué liderazgo se requiere para poner a flote una firma familiar, que dejó de ser competitiva? ¿A dónde pueden acudir, en busca de apoyo, los propietarios de organizaciones que se encuentran 'solos en la cima'? ¿Qué cualidades deberían poseer los hermanos asociados en un negocio heredado de la generación anterior? ¿Conviene que la familia tenga sus propios directores? ¿Qué competencias deberíamos pedirles a los numerosos primos que dirigen una firma? Responder no es sencillo. Cada organización deberá cocrear con imaginación, innovación y empeño para descubrir el camino que le permita crear la empresa, mantenerla y hacerla llegar en buenas condiciones a las generaciones futuras. Se hace necesario internalizar conceptos, vivencias y prácticas de liderazgo que permitan hacer frente a las presiones adaptativas. A

estas se ven sometidas en la actualidad las competencias y creencias personales que nos vienen acompañando a lo largo de la existencia.

En la vida de las pymes, el liderazgo adaptativo nos dará la capacidad que permitirá avanzar decididamente, a partir de nuestras transformaciones con los desafíos más importantes que nos plantea la vida profesional, organizacional y por qué no, también, en lo personal. Necesitamos fortalecernos emocionalmente para emprender y actuar sustentados en los valores, anclados en un propósito que llene de sentido las acciones de liderazgo a fin de maximizar las probabilidades de éxito y minimizar las de quedar fuera de juego.



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