

APOYO A NUEVOS EMPRENDEDORES

El Poder Ejecutivo ha propuesto un cambio profundo en los diferentes sectores de la sociedad, fundamentalmente en el sector industrial, y dentro de éste, en el sector de las Pequeñas y Medianas Industrias (PyMIs).

Este cambio se relaciona con el apoyo a los nuevos emprendimientos, favoreciendo el derecho a la iniciativa económica privada de las PyMEs o de Nuevos Emprendedores Particulares, es decir aquellos individuos que buscan a través del criterio de la diferenciación en el mercado laboral de enfrentar los riesgos del fracaso o el triunfo de sus propias empresas.

La principal motivación que impulsa a la gente a convertirse en pequeños empresarios es la frustración que ofrece la relación de dependencia, la necesidad de controlar la propia vida; sentimientos mucho más fuertes que el innegable deseo de ganar mucho dinero.

Hoy vivenciamos como sociedad, que el haber reprimido por años este derecho, ha dado origen en algunos individuos a una gran pasividad, dependencia y sumisión al aparato burocrático del Estado. Consecuentemente, se provoca en los trabajadores un fuerte sentido de frustración o desesperación por no poder alcanzar los logros y expectativas personales, familiares y sociales depositadas en ellos.

RESPONSABILIDAD PRIVADA

Ante estos hechos el sector privado empresarial, principalmente el de las Pequeñas y Medianas Empresas; deberá asumir una mayor responsabilidad moral, cultural y política en nuestra sociedad. Significa que deberá tener una más activa participación en este irreversible cambio por el que atraviesa nuestro país, ya que adquirirán a lo largo de la presente década un rol protagónico en la generación de riqueza.



Lic. José Alfredo Borotti
(Universidad Argentina de la Empresa). Consultor de Pequeñas y Medianas Empresas.

Este cambio requiere que la clase dirigente del sector de las PyMEs realice una profunda reflexión del rol productivo que les tocará jugar; involucrando un constante ajuste en el mejoramiento de sus productos o servicios.

La innovación y la creatividad serán los elementos esenciales del crecimiento y desarrollo empresarial en este nuevo orden mundial, convirtiéndose estos conceptos en parte de la vida empresarial, y no como agregado temporario. Hoy vemos cómo las empresas más conservadoras se están ahogando en un mar de cambios, abrumadas por los nuevos diseños de un mercado que nunca conocieron o al que no les interesó escuchar; porque vivieron protegidas por estructuras oligopólicas que en el largo plazo logran como resultado coartar el desarrollo de su creatividad, convirtiéndolas tecnológicas y gerencialmente en estructuras dependientes de los desig-

nios del líder. Era mejor seguir sus pasos que ir descubriendo, a través de investigaciones comerciales, nuevos segmentos de compradores que le permitan una mayor diferenciación. Pero hoy en Argentina mantener el concepto que "la oferta crea su propia demanda" es un principio de autodestrucción.

Este cambio exige generar a la mayor brevedad un marco jurídico adecuado que permita regular los créditos para concretar los nuevos emprendimientos; protegiendo su iniciativa con un sistema político y cultural que permita ese florecimiento.

INCENTIVAR LA INNOVACION

Nuestros empresarios con estabilidad, legislaciones comerciales y laborales adecuadas se podrán comprometer profundamente con el mejoramiento del tejido social. Ha quedado esclarecido que para los hombres de negocios el éxito depende en gran medida de la creciente prosperidad de la sociedad en su conjunto.

Cuanto mayor sea la actividad económica, más grande será el mercado interno; entendiendo que nuestra liberación como país depende más que de ningún otro factor de la creatividad del sector privado, ya que una de las mayores responsabilidades de los líderes empresarios PyMEs de hoy, se encuentra en el mundo de las ideas.

Comprender este último concepto, es entender que el sector PyME, puede basar su crecimiento en la creación de nuevas riquezas por invención, innovación y nuevos emprendimientos, pudiendo de esta manera acceder a crear junto a la sociedad mejores condiciones de libertad, tanto en el sistema político como en el cultural.

Para afianzar este cambio las entidades empresariales de todo orden deberán replantearse cuál es el nuevo rol

que tendrán que desempeñar entre sus asociados. Quizás deban comenzar por articular políticas de orden sectorial que se adelanten a sus tiempos; ya que lo que se toleraba hace dos décadas, hoy puede categorizarse como una locura peligrosa.

Reflexionar sobre este nuevo rol significará que hoy en día sus asociados, para competir en igualdad de condiciones con el mundo, necesitan:

* Una mayor variedad de servicios e información.

* Generar ámbitos de formación gerencial, centros de actualización y capacitación.

* Ser ámbitos políticos que aporten hombres, ideas y políticas sectoriales que luego sean sumadas a la Política Nacional.

* Ser el nexo fundamental en los contactos vinculados al Comercio Internacional.

* Entender que este cambio necesario en la cultura empresarial, sólo podrá lograrse por medio de un proceso de educación diferente, donde las universidades como centros de excelencia, jugarán un papel fundamental, ayudando a optimizar el esfuerzo productivo.

CLAVES PARA MEJORAR

Pensar que el recurso natural es la fuente de creación de riqueza es un error que estamos pagando muy caro, ya que el mayor causal de riqueza de un país es el ser humano, y es la estabilidad política-institucional la que le permitirá definir su rol dentro de la sociedad.

El empresario PyME deberá:

* Rever los procesos de interrelación grupal dentro de su empresa.

* Replantearse su sistema de valores, creencias, ideas, normas y prácticas empresarias.

* Alinear en conjunto convicciones de los integrantes de estas organizaciones con las necesidades de los diferentes mercados que abastecen con sus realidades tecnológicas, sociales, económicas y políticas del país.

* Entender, como principio básico y fundamental de supervivencia, que la diferenciación es la esencia de la competencia (Principio básico del Marketing).

* Comprobar que cada vez son más importantes las compras que hacen los consumidores basadas en los aspectos simbólicos de los productos o servicios.

* Conocer la importancia del vínculo que se produce entre el producto y el consumidor, a través del descubrimiento de sus deseos; entendiéndolo como una multiplicidad de sujetos de compra en función de los diferentes roles que diariamente le toca vivir.

HERRAMIENTAS PARA CRECER

Por lo expuesto, surge como una condición indispensable para que la PyME pueda diferenciarse en el mercado donde compete, que logre una adecuada imagen de marca de sus productos o servicios. Las herramientas básicas que permiten esta conceptualización son: la investigación de mercados, la segmentación y el posicionamiento de los productos o servicios que la empresa comercializa.

Sin una adecuada investigación de las necesidades de los actuales o potenciales clientes es muy difícil detec-

tar oportunidades de negocios rentables para la empresa. No se podrán lograr las economías de escala necesarias que ayuden a disminuir los costos, si no se conocen los mercados de consumo donde se opera o se pretende operar.

Asimismo, tener emprendedores con buen ánimo, con coraje y perseverancia no basta. Si ellos no tienen en claro quiénes serán los destinatarios de su esfuerzo; quiénes le comprarán sus productos; cómo sienten y piensan estos compradores; cuáles son sus características de comportamiento de compra referidas a sus aspectos psicológicos, culturales, personales y sociales; cuáles son las dimensiones del mercado al que quieren llegar; etc., difícilmente puedan permanecer en el negocio por mucho tiempo; ya que la presión de la competencia se hará sentir.

En esta Argentina futura de los microemprendimientos, hombres y mujeres se lanzarán a fundar sus propias empresas, probablemente de servicios (como sucedió en Estados Unidos a principios de la década pasada, partiendo del descubrimiento de las necesidades de consumo). Es así como surgieron videoclubes al paso, canchas de golf cubiertas, mecanógrafas que trabajan en vehículos utilitarios, etc.

Por lo tanto, es imprescindible que para la concreción de nuevas oportunidades de negocios tanto en el mercado interno como en el externo, el PyME o el Nuevo Emprendedor (Entrepreneur) investigue primero el mercado con el objetivo de minimizar los riesgos de su inversión y ponga en práctica las técnicas que pone a su disposición el Marketing. ♦

Red de Capacitación Informática

<div style="background-color: #eee; padding: 5px; border: 1px solid #ccc;"> <h3 style="margin: 0;">Venta de Manuales</h3> </div>	<div style="background-color: #eee; padding: 5px; border: 1px solid #ccc;"> <h3 style="margin: 0;">Curso para Abogados</h3> </div>	<div style="background-color: #eee; padding: 5px; border: 1px solid #ccc;"> <h3 style="margin: 0;">Cursos IBM PC</h3> </div>	<div style="font-size: small; margin-top: 5px;"> MS-DOS LOTUS 1-2-3 WORDSTAR dBASE III PLUS MS-WORD 4.0 QUATTRO PRO GW-BASIC AUTOCAD </div>
--	--	--	--

Metodología de Última Generación

* Nivel Universitario * Enseñanza paso a paso * Práctica Intensiva * Sin Clases Teóricas

Un Alumno por Computadora con Manual Incluido

EDITORIAL DE INFORMÁTICA

Talcahuano 320 (1013) Buenos Aires - Argentina
Tel. 40-0636 - 46-4502/4536 - Fax. (54-1) 447-6908
Horario: Lunes a Sábados de 8 a 20 horas.