

Formar para **crecer**

Los empresarios coinciden: el personal capacitado escasea. Por eso, las pymes están diseñando las más variadas estrategias y alianzas para cubrir el déficit. Cuáles son algunas de las experiencias inspiradoras que se están desarrollando en el país.

Por Daniela Villaro

Las pymes argentinas tienen necesidad de recursos humanos calificados que las ayuden a crecer. Y hambre de capacitación. Una muestra de esto es que en sólo tres meses, el programa de crédito fiscal para capacitación de la Sepyme, agotó su cupo de \$ 30 millones previsto para todo 2011. Ante la insuficiencia de trabajadores calificados para cubrir los puestos, las empresas están desarrollando sus propias estrategias para formar y fidelizar ese bien escaso.

“En Mendoza se instalaron casinos que necesitan gente con formación específica, como *croupiers*. Estos oficios de paño requieren habilidades específicas como un buen manejo de números y co-

lores. Frente a la falta de personal con estas características, se está llevando adelante un proceso mixto de selección y capacitación, del que participan las empresas, el municipio y una capacitadora. “Atravesamos momentos en los que es muy difícil encontrar gente y en las firmas más pequeñas se siente más. El mercado está ultracompetitivo en la búsqueda de candidatos. Para compensar, la alternativa es la formación de la gente”, cuenta Alejandro Ferrazzuolo, gerente de Consultoría de Sesa Select, involucrada en la iniciativa mendocina.

Con el objeto de desarrollar el programa, el municipio de Maipú aportó las instalaciones que se acondicionaron como una sala de juego. Ingresaron 75 personas, 56 de las cuales siguen en carrera.



Pasa a pág. II



CITI APOYA EL CRECIMIENTO DE LA PYME ARGENTINA

Acceda a financiamiento de corto, mediano y largo plazo.

- Préstamos comerciales
- Leasing y Préstamos con garantía prendaria
- Descuento de cheques
- Financiación de Comercio Exterior

Para más información llame al 0810-444-4477
o ingrese en www.citibank.com.ar

citi



viene de tapa

El curso no tiene costo para sus participantes. Al finalizar, se otorga un certificado habilitante para el ámbito provincial. "Hoy no es una opción tener gente no formada. Las empresas deben buscar por otros caminos para lograr la fidelización del empleado. Y la capacitación genera siempre un compromiso con la organización", proclama Ferrazzuolo.

Déficit en la industria

Las principales conclusiones surgidas de entrevistas realizadas por leral Pyme, de la Fundación Mediterránea, a pequeños y medianos empresarios industriales del interior de Buenos Aires y Córdoba, en febrero de 2011, muestra que los perfiles más difíciles de encontrar son operarios básicos de planta y mano de obra con calificación técnica. No es todo. El 83% de las firmas coinciden con la existencia de una falta de cultura del trabajo y del esfuerzo en los jóvenes, particularmente con los operarios de planta.

Entre las acciones que las empresas llevan a cabo para paliar este déficit laboral, se destaca la capacitación interna. "Algunas

empresas (no tanto las pequeñas sino las medianas/grandes) implementan algún mecanismo de pasantías laborales para chicos que recién finalizan la escuela media técnica obteniendo, según empresarios, resultados muy positivos", dice Luciano Crisafulli, responsable de Pymes en leral.

Falta de técnicos

En la última década, en la Argentina se produjo un lento resurgir de las escuelas técnicas medias. Y hacia allí están mirando los industriales. "Tomar hoy a un trabajador implica formarlo de cero. Es un problema que tiene toda la industria", resume Daniel Rosato, titular de una papelería y una metalúrgica, y presidente de la Unión Industrial de Berazategui. En este sentido, tras las próximas vacaciones de invierno, se pondrá en marcha en ese distrito un sistema de pasantías de tres meses, por un total de 200 horas, durante las cuales los alumnos del último año de las escuelas técnicas harán su experiencia -para técnicos mecánicos, químicos, software, dibujo 3D-, en horario de clases. "Hay mucha necesidad de capacitación y la falta de gente capacita-



"La falta de capacitación es bastante generalizada. Siempre buscamos anticiparnos, en función de lo que necesitábamos para nuestro negocio", Abel Pereira, de Grido (junto al equipo de Capacitación).

da le genera a las pymes serios problemas de crecimiento. Por eso se está trabajando de manera conjunta con el municipio y el área educación", cuenta Rosato, desde un partido que tiene más de 300 empresas de todos los sectores.

Además, la Unión Industrial está gestionando con la Provincia el armado de una escuela de capacitación que busca refluotar las antiguas escuelas de artes y ofi-

cios. En un establecimiento de 1.000 m2 (el predio ya fue donado por el parque industrial de Berazategui), se dispondrán todo tipo de máquinas industriales, de diseño y software, para estudiantes o para quienes actualmente están trabajando y necesitan formación. Demandará una inversión total de u\$s 1,5 millón y es un proyecto a tres años. "Se requiere una gran transformación. Nosotros, como empresarios, somos parte", agrega.

También la Fundación Pro Tejer inauguró en mayo un Centro de Formación Profesional modelo para el subsector de fabricantes de sweaters con el fin de fomentar el desarrollo en los emprendedores y empresarios de pymes, y capacitar en todas las etapas del proceso productivo en temas de administración de empresas. El centro, que en principio capacitará a 200 personas, nace de la alianza estratégica entre Pro Tejer, el ministerio de Trabajo de la Nación (que invirtió cerca de \$ 1 millón) y la Asociación Obrera Textil.

Uno de cada dos empresarios argentinos (el 51%) tiene dificultades para cubrir posiciones clave, por encima del promedio de los empleadores de Sudamérica (37%). Los puestos más difíciles: técnicos, asistentes administrativos, ingenieros y obreros, en ese orden, según la Encuesta anual de Manpower sobre escasez de talentos. "El hecho de que las compañías citaran la falta de habilidades y experiencia como un motivo de la escasez de talentos debería ser un llamado de atención para las empresas, la educación, los gobiernos y los individuos", dice Alfredo Fagalde,

director General de Manpower Argentina.

Formación puertas adentro

Heladerías Grido fue fundada en agosto de 2000 y un par de años después la empresa ya estaba desarrollando un plan de expansión a través de franquicias, cuando en la Argentina apenas empezaba a surgir el concepto. "Los franquiciados eran, en su mayoría, personas que habían perdido su empleo formal y muchos provenían del polo automotriz. Entonces, intentamos ofrecer esta alternativa de negocio, enseñando cómo manejarlo. Así nació el concepto de capacitación dentro de la marca", relata Abel Pereira, responsable de Capacitación de Grido.

Hacia 2004, la empresa montó un centro de capacitación como un ente separado del negocio principal. Se trata de una heladería modelo que tiene todo lo que va a encontrar el franquiciado cuando vaya a armar su negocio, más la parte académica. En 2007, ante el crecimiento de la marca, incorporó una plataforma online de e-learning para formar al personal operativo. "La capacitación se realiza de tres maneras: presencial, a través de la plataforma y también viajamos a capacitar a la gente en su ciudad", cuenta.

La cadena está dando este año un paso más. Acaba de lanzar una diplomatura -a medida- a través de un convenio con la Escuela de Negocios de la Universidad Siglo XXI. "La Diplomatura en Gestión de Franquicias Grido está armada con la concepción de un posgrado, con modalidad semipresencial. Hoy están cursando 300 franquiciados", dice Pereira.

Modelo para armar

Al tiempo que crece la demanda, la oferta de capacitación se multiplica, a través de propuestas que provienen de los entes públicos y empresas, que apuntan a reforzar su cadena de valor. Estos son algunos casos:



Bridgestone: robustecer los puntos de venta

En 2003 comenzó a funcionar la Escuela de Negocios de Bridgestone que, al principio, ofrecía el bachillerato para operarios de la empresa de neumáticos. "A lo largo de estos años la oferta educativa se amplió no sólo a familiares directos de los empleados sino también a nuestra red de ventas, que son fundamentalmente pymes familiares", cuenta Liliana Nassif, jefa Relaciones Corporativas y Comunidad de Bridgestone. Para profesionalizar la red se sellaron acuerdos con instituciones y universidades que desarrollan desde tecnicaturas hasta licenciaturas, programas de educación a distancia, y para clientes. "La mayoría de los cursos son gratuitos y otros tienen un costo mínimo. Año a año son más los clientes que optan por mandar a su persona a nuestra escuela", agrega. Además, planifican extender estos programas a los proveedores pymes, a través de becas. "Hoy cuesta conseguir personal calificado. Es una realidad que nos afecta a grandes y chicos", remata.



Los Grobo: hacia adentro y hacia afuera

"Percibimos, entre las pymes que forman parte de la cadena de valor, necesidades de capacitación, fundamentalmente a nivel de gestión empresarial y del crecimiento", sostiene Paula Marra, directora de Recursos Humanos de Los Grobo. En este sentido, desde el grupo ofrecen a los colaboradores tercerizados una amplia gama de capacitaciones y auditan su trabajo a campo. También se asocian con universidades: "Por ejemplo, con la UBA ya dictamos el posgrado de Agronegocios en seis oportunidades, desde Casares y Tandil hasta Dolores, Uruguay. Asistieron miembros de la empresa, contratistas, clientes proveedores y competidores y otros miembros de la comunidad", explica. Entre otros emprendimientos está el GIP! (Grobo Innovation Program), un programa para que la red -colaboradores, asociados, proveedores o clientes- proponga ideas innovadoras, orientadas a convertirse en planes de negocio, para que luego sean implementados y ejecutados a través de la organización.



Globant: apuesta en tecnología

En el sector tecnológico, la necesidad de formar potenciales trabajadores es vital y urgente. Globant, la empresa desarrolladora de productos de software, presentó hace unos días TesteAR Tandil junto al municipio y la Cámara de Empresas del Polo Informático de Tandil. El programa busca brindar oportunidades laborales a jóvenes de grupos vulnerables a través de la capacitación en tecnología. El polo informático tandilense tiene 55 empresas "que se pueden beneficiar con esta capacitación pues el testing lo necesitan todas. Globant tomará una parte de los chicos y el resto de las empresas tendrá disponibles recursos humanos capacitados de manera gratuita. El costo total del programa es de aproximadamente \$ 67.000", explica Pedro Espondaburu, secretario de Desarrollo Local del municipio. El primer curso de TesteAr se realizó, en 2010, en Buenos Aires, con el gobierno porteño y la Fundación Desarrollar. De los egresados, el 50% está trabajando hoy en la industria y del resto, más de la mitad comenzó estudios universitarios.



INTI: volver a los oficios

En plena crisis de 2002, en el seno del Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI) se creó el Área de Apoyo al Trabajo Popular, con el fin de dar soporte a emprendimientos productivos. Pero el año pasado se decidió ampliar las actividades a la formación vinculada a oficios y próximamente están lanzando el primer Curso básico de instalaciones eléctricas domiciliarias. "No es una matriculación, sino una formación muy básica, teórico-práctica, para personas con algún conocimiento. Una empresa dona las herramientas y el equipamiento para instalar el taller; será una experiencia piloto para seguir luego con otros oficios", dice Yamila Mathon, coordinadora del programa.

Demanda laboral insatisfecha

- 4 de cada 10 empresas buscaron personal durante el primer trimestre de 2011.
- 10,3% de ellas, no logró cubrir al menos uno de los puestos de trabajo requeridos.
- 46% del empleo buscado sin éxito fue de nivel operativo
- 18% fue con calificación técnica
- 36% requería calificación profesional
- 84,3% de la demanda laboral insatisfecha ocurrió en el área de producción y mantenimiento
- 7,3% se registró en administración, gerencia y sistemas
- 8,4% fue en ventas y comercialización.

Fuente: Indec

HISTORIA DE GARAGE

MISARREGLOS.COM

Tres emprendedores crearon una comunidad online donde clientes y proveedores de servicios y refacciones se contactan, cotizan y se recomiendan. Esperan llegar a 30.000 usuarios y 10.000 prestadores para fin de año.

El año pasado Sebastián Sarrelangue, licenciado en Marketing, se mudó y decidió hacer algunos arreglos en el nuevo departamento. Luego de pedir el día en el trabajo para esperar a un electricista que nunca llegó, con el arreglo de la persiana del dormitorio no le fue mejor: el "service" se presentó tres horas más tarde y le cobró el doble de lo convenido. Por eso, cuando decidió cambiar los azulejos del baño, supo que se avecinaba un nuevo dolor de cabeza.

Al comentar el problema a dos amigos (Carlos Sotelo y Martín Perea) con los que habitualmente se reunía "buscando que se nos ocurra algo para generar un negocio", todos habían tenido experiencias similares. Allí mismo, café de por medio, comenzaron a delinear juntos una solución que se transformaría en un emprendimiento: Misarreglos.com. Se trata de un portal web dedicado a la construcción y los arreglos hogareños que permite interactuar a usuarios y prestadores.

En línea con una tendencia creciente a crear "comunidades" online en torno a determi-

CRÓNICA DE UN EMPRENDIMIENTO

Un portal que resuelve reparaciones



Perfil:

- Actividad principal: comunidad online de usuarios y prestadores de arreglos y refacciones hogareñas
- Fundación: 2011
- Inversión inicial: \$ 120.000
- Cantidad de usuarios proyectada 2011: 30.000
- Prestadores proyectados 2011: 10.000

nados sectores o temáticas: organización de fiestas, práctica deportiva, turismo y gastronomía, entre muchos otros, el sitio agrupa y permite acceder en un click al proveedor buscado, pedirle una cotización y/o acordar una entrevista o visita. Para los profesionales y/o prestadores, tener presencia en el portal implica una mayor visibilidad frente a un público que está buscando sus productos o servicios.

Una de las claves del sitio es que, acorde con la modalidad 2.0, permite a los usuarios calificar a los prestadores (según cumplimiento, precio y calidad del trabajo), y viceversa.

Sarrelangue explica: "El funcionamiento es sencillo. Un particular interesado en realizar modificaciones en su vivienda se da de alta en www.misarreglos.com.ar y publica gratuitamente su pedido. A partir de ese

momento, los profesionales interesados se contactarán para pasarle sus presupuestos. Así en lugar de hacer 10 llamados para conseguir tres o cuatro presupuestos, con un solo post se reciben más de 15 o 20", afirma. De esta manera, los usuarios pueden elegir prestadores por zona de residencia, precio o disponibilidad horaria.

Red Social

Para hacer uso del sitio, tanto usuarios como prestadores deben suscribirse y crear un perfil con algunos pocos datos. En principio, la suscripción es gratuita, pero a medida que crezca el volumen de prestaciones contratadas por esta vía, se les cobrará a los prestadores y profesionales un porcentaje por cada transacción acordada a través del portal. "La idea es desarrollar un nicho de mercado que permita realizar alianzas es-

tratégicas con empresas interesadas en nuestro público", destaca Sotelo.

Por el momento, el portal se limita a contactar a usuarios y proveedores, pero no se descarta en un futuro poder realizar el pago por prestaciones en la Web, gracias al desarrollo de múltiples medios de pago online, desde las clásicas transferencias bancarias, tarjetas de crédito o el servicio Pagomiscuentas, hasta opciones como Dineromail, tarjetas prepagas y cupones para abonar en las cadenas de Rapipago y Pagofácil.

Los emprendedores, especialistas en marketing los tres, invirtieron en el desarrollo de este negocio \$ 120.000, con fondos propios, que piensan recuperar en los próximos dos años. El mayor desembolso se destinó al desarrollo de la plataforma web, para la cual contrataron diseñadores y programadores, y en la difusión de la misma. El sitio está pensado para tener un alcance regional y por esto registraron el dominio Misarreglos con los subdominios de los diferentes países en los que incursionarán: .cl para Chile; .br para Brasil; .co para Colombia; .ec para Ecuador; .uy en Uruguay; y .mx para México.

Para lanzar el portal, se basaron en la experiencia similar de España, país con un mercado comparable al argentino, dado que tienen 47 millones de habitantes y 27 millones de usuarios de internet (la Argentina, con 40 millones de habitantes, tiene 23 millones de internautas), según datos de la Cámara Argentina de Comercio Electrónico. El portal español tiene hoy 35.000 usuarios y 11.000 prestadores inscritos, y un volumen de 15.000 presupuestos cerrados por año. Basados en las proyecciones españolas y teniendo en cuenta que la situación económica en la Argentina es mejor que en la península jaqueada por el descontento de los "indignados", las proyecciones de Misarreglos para este año son: llegar a 30.000 usuarios activos, 10.000 prestadores y 12.000 presupuestos cerrados para fines de este año.

María Gabriela Ensínck

LA FRANQUICIA DE LA SEMANA

Heladería Módena

Los fundadores de Módena -Mario Bernardo y Juan Carlos Sagretti- elaboran, desde hace casi 40 años, helados artesanales según la tradición italiana. La producción se realiza en el local central de Módena (Av. Monroe 2072, Capital) garantizando así la calidad de los productos que se ofrecen en todas las sucursales. Uno de sus principales planes de expansión de la cadena es el esquema de comercialización a través del otorgamiento de franquicia. Desde algunos meses, también ofrecen la instalación opcional de módulos de cafetería en los nuevos locales de la cadena.



- Origen: Argentina
- Locales propios: 1
- Franquicias en Operación: 18
- Países en los que está presente: Argentina
- Canon de ingreso: \$ 30.000
- Inversión Inicial: desde \$ 180.000
- Empleados por local: 6
- Recuperación: 18 meses
- Facturación anual promedio por local: desde \$ 500.000
- Contacto: info@heladeria-modena.com

Transacciones electrónicas en alza

■ En 2009, el comercio electrónico alcanzó en la Argentina \$ 4.000 millones; en 2010 \$ 7.700 millones y, en 2011 llegará a \$ 11.000 millones.

■ Comodidad, ahorro de tiempo y precios más económicos son las tres razones principales que impulsan a los usuarios a comprar productos y contratar servicios por Internet.

■ Más de 50% de los compradores online tiene entre 19 y 35 años.

Fuente: Cámara Argentina de Comercio Electrónico (CACE)

Software de Gestión que entiende el nuevo mundo.



En el nuevo mundo no hay límites, las empresas comparten ideas y conocimiento, abriendo nuevas oportunidades y nuevos mercados. TOTVS, por medio de sus soluciones en tecnología, software y servicios, facilita la integración de su empresa a un nuevo mundo sin barreras ni límites. Let's Share.

Technology | Software (SaaS) | Social Network | Consulting

www.totvs.com /totvs #letsshare 0800 333 2276



Comparte el nuevo mundo.