



► 22 Septiembre, 2014

**FORMACIÓN**

# Cómo preparar a su pyme para crecer

A medida que su empresa evoluciona se plantean necesidades de formación en **tecnología, gestión, márketing** o **idiomas** que le obligarán a incorporar nuevos **conocimientos y habilidades**.





► 22 Septiembre, 2014

GESTIÓN | ESTRATEGIAS

# Ésta es la formación que necesita su pyme

La evolución de su pyme le llevará a solucionar problemas y necesidades para profesionalizar su negocio y **dominar el mercado**. Formarse es la clave para estar preparados ante los diferentes retos.

**Alba Casilda**, Madrid

Francisco Robles, gerente del negocio de su familia Bodegas Robles, realizó un máster internacional de agroecología para actualizar sus conocimientos y poder renovar su empresa. Consideró que la compañía tenía que seguir creciendo y para ello se especializó en el sector ecológico de la viticultura. Así consiguió que el negocio adoptara un nuevo rumbo.

Formarse es una de las claves para que una compañía mejore. Pero para afrontar esa evolución es necesario que se implanten nuevos conocimientos y habilidades que ayuden a que el negocio se profesionalice y se posicionen en el mercado.

Cada vez más, las pymes se esfuerzan por mejorar en áreas como la internacionalización, capacidad de liderazgo, las finanzas, el marketing o las ventas. Aunque hoy estos negocios están mejor gestionados que hace años, aún muestran carencias, por ejemplo, en todo lo relativo a cambios legislativos, como la reforma fiscal o laboral. "Las modificaciones son muy rápidas y pueden despistar a las empresas. Adaptarse a estos movimientos debe ser una de las prioridades formativas de cualquier negocio", opina Arturo de las Heras, director general del Centro de Estudios Financieros (CEF).

En primer lugar, para conocer el ti-

po de formación que precisa la empresa, se deben definir con exactitud qué competencias existen y cuáles se deben mejorar para conseguir un mayor rendimiento. En este sentido, se debe evaluar quién necesita esa cualificación, si los cargos directivos o los empleados del departamento que se desea potenciar. Aunque en una pequeña empresa muchas de las responsabilidades quedan en manos del gerente, la profesionalización también debe pasar por sus trabajadores.

Una vez establecido esto, es necesario conocer con qué recursos se puede contar para iniciar esa formación. Puede ser, por ejemplo, a través de cursos específicos presenciales o de forma online.



## Gestión y administración

Los creadores de pymes que empiezan a crecer escogen para formarse aspectos contables, financieros y fiscales. Es muy diferente ser jefe de uno mismo o trabajar con dos o tres

amigos que pasar a dirigir una organización con varias decenas de empleados, ya que cambian las relaciones laborales y la estructura se hace más compleja.

• Las escuelas de negocios ofrecen estudios especializados en administración (MBA) en los que se fijan conocimientos relacionados con el mundo de los negocios, como finanzas, estrategia empresarial o gestión comercial. "Además de los conocimientos teóricos que ofrecen este tipo de cursos, una parte fundamental que se adquiere es la confianza y la garantía de que estás siguiendo los pasos en el ámbito que otros ya mostraron que funcionaban", reconoce José Antonio Álvarez, director general y fundador de la empresa informática Exes, que realizó un máster de este tipo en el CEF.

• Otro de los momentos clave en la gestión de un proyecto sucede cuando pasa de unas manos a otras. Ya no sirve haber aprendido el negocio familiar desde joven. Las pymes se dan cuenta de la necesidad de formarse en áreas de gestión para que la empresa perdure. "La cualificación de las nuevas generaciones es mejor que la de los que se jubilan. La formación continua permite transferir la experiencia de los profesionales a los

nuevos titulados universitarios", explica Gonzalo Ávila, responsable en formación de Instituto de Formación Empresarial (IFE) de la Cámara de Comercio de Madrid, donde se ofrecen cursos específicos en la gestión de negocios familiares.



## Márketing

Otra de las carencias de muchas pymes es desconocer que la consolidación de los planes de marketing pueden traducirse en beneficios en la cuenta de resultados.

"Cada vez más empresas emplean Internet para trabajar en esta área. Sin embargo, no conocen los fundamentos básicos, y por esa falta de conocimientos, no consiguen rentabilizar su uso", aprecia Inmaculada Santa María, coordinadora de la escuela de la Cámara de Comercio de Valencia.

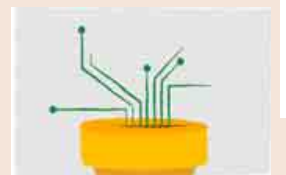
• Una de las áreas más útiles en este sentido es la formación en marketing directo, con el que se crea una comu-

nicación personal con el cliente a través del correo, por ejemplo.

• La tendencia del uso de las redes sociales para promocionar una marca y conseguir nuevos clientes también requiere una formación permanente.

• Muchas cámaras de comercio y ayuntamientos ofrecen planes orientados al uso de Internet en el negocio. También destacan cursos online específicos de las universidades como los de marketing en redes sociales y móviles.

• También se puede acudir a empresas que ofrecen sesiones formativas. Por ejemplo, las hay que organizan programas para usar herramientas que optimicen la comercialización en Internet.



## Tecnología

"La tecnología es uno de los principales factores que está regulando la eco-

## Dónde puede aprender

### ASOCIACIONES

► CEOE ofrece actividades gratuitas en distintas áreas, como ética y gestión empresarial, habilidades directivas, idiomas, innovación y nuevas tecnologías.

► Cepyme proporciona acciones formativas financiadas por el servicio público de empleo estatal. Este plan cuenta con 6.500 plazas y no tiene ningún coste. También ofrece cursos de emprendimiento e internacionalización para pymes.

► Aecpyme asesora en materias de recursos humanos, comunicación estratégica, organización y gestión.



### UNIVERSIDADES A DISTANCIA

► Los estudios a distancia pueden ser útiles para los empresarios que deben combinar la formación con su trabajo.

► La Udima y la Uned imparten másteres en administración y dirección de empresas (MBA). Cuestan 6.000 euros y 4.290 euros, respectivamente.

### ESCUELAS DE NEGOCIO

► Imparten cursos dirigidos a personas con potencial directivo que deseen reforzar aspectos como la estrategia empresarial o la dirección financiera.

► IE y Esade son ejemplos de escuelas que ofrecen 'Executive MBA'. En ambos centros rondan los 60.000 euros, aunque los alumnos tienen la posibilidad de contar con becas.

► Pueden ser útiles másteres específicos en marketing. ESIC imparte el de 'Dirección de marketing y gestión comercial' que va de los 13.000 a 18.000 euros, según la ciudad donde se estudie.



### ICEX

► Posee seminarios y becas en cursos sobre comercio internacional. Por ejemplo, uno de ellos es el curso sobre la abogacía en Rusia que cuesta 20 euros.

► El Centro de Estudios Económicos y Comerciales (CECO) imparte formación en dirección económica y comercial.



► 22 Septiembre, 2014

**Los recursos tecnológicos permiten almacenar datos o contactar con clientes**

nomía mundial”, manifiesta Pedro Gato, director de programas de perfeccionamiento directivo de IESE. El experto, quien también dirigió su propia empresa tecnológica, recomienda formación en materias específicas como *crowdcomputing*, técnicas que permiten compartir e intercambiar información, y *big data*, es decir, tratamiento y análisis de grandes cantidades de datos; así como emplear herramientas de CRM, un modelo de gestión basado en la relación con los clientes. Aunque se pueden aplicar en cualquier sector, las considera muy útiles, por ejemplo, en empresas turísticas como hoteles o agencias de viajes.

- El centro de recursos IT Pymes ofrece información sobre la incorporación de soluciones de *hardware*, *software* y comunicaciones adaptadas a las pequeñas y medianas empresas.

- Se puede recurrir a compañías que ofrecen formación especializada en nuevas tecnologías. Por ejemplo, pueden ser útiles los planes en los que se imparten programas sobre desarrolladores informáticos.



**Idiomas**

La barrera de aprender una nueva lengua para negociar es un obstáculo para algunas actividades que desean desarrollar muchas de las pymes.

**El conocimiento de idiomas ayuda a solicitar financiación a fondos extranjeros**

- Una acción que suele fracasar por el desconocimiento de idiomas es la internacionalización. La presencia en ferias internacionales o interactuar con posibles socios extranjeros se vuelve imposible cuando no se poseen las herramientas básicas para hacer negocios en otra lengua.

Además, ésta es una tarea que a veces se complica más porque no se conoce bien el mercado al que se pretende llegar tanto a nivel social como económico. Este vértigo se puede paliar acudiendo previamente a conferencias o participando en eventos organizados por entidades como el ICEX o las cámaras de comercio.

- Buscar programas concretos para hacer negocios puede ayudar más que un curso en el que se enseñen los rasgos generales de una lengua. Por ejemplo, centros como *British Council* ofrecen clases de inglés de negocios en varios niveles.

- Algunos institutos de formación imparten cursos de idiomas que son gratuitos para los empresarios. Un ejemplo son los programas ofrecidos por la Fundación Tripartita. Esta entidad gestiona las ayudas bonificadas en formación que solicitan las empresas para sus empleados. Academias como Estrategia 4 organizan este tipo de cursos, entre los que se encuentran los dedicados a las técnicas y recursos para el comercio internacional.

- También existe la opción de aprender de manera online. En este caso hay centros como *Go English*, que imparte cursos de inglés para pymes y profesionales a través de un aula virtual. Son planes orientados a cubrir las necesidades lingüísticas del entorno laboral.



José Antonio Álvarez, director general y fundador de Exes.

**Planificar una buena gestión**

“Cuando mi empresa Exes, especializada en tecnologías de la información, empezó a crecer me di cuenta de que necesitaba más formación para gestionarla”, reconoce José Antonio Álvarez, que realizó un MBA en el Centro de Estudios Financieros (CEF). El empresario destaca los conoci-

mientos sobre recursos humanos, gestión comercial, marketing e internacionalización que adquirió. Por eso, advierte que la gestión no se puede dejar al servicio de la intuición, sino que lo ideal es encontrar un buen curso para aprender a crear distintas estrategias según el momento.



Borja Zamácola, director de marketing internacional de Neck&Neck.

**Posibilidad de hacer contactos**

Además de mejorar sus conocimientos, Borja Zamácola quiso estudiar en la escuela de negocios IESE para hacer ‘networking’ y ampliar su agenda. “Uno de los aspectos que más valor de estos cursos es el contacto con el resto de actuales y futuros empresarios”, comenta. Hoy es di-

rector de marketing internacional de la marca de ropa de niños Neck&Neck y anteriormente había creado su propia ‘start up’. Entre las habilidades adquiridas destaca las de emprendimiento, finanzas y marketing que ha tenido que aplicar en los momentos difíciles vividos durante la crisis.

**PROFESIONALICE SU EMPRESA**

**1** Cuando el negocio empieza a **crecer** y, por tanto, aumenta el número de empleados, es necesario que el gerente se forme en gestión y administración para poder coordinar bien todos los departamentos y se mantenga un buen ritmo.

**2** Realizar cursos específicos sobre **dirección** de pequeñas y medianas empresas ayuda a cubrir las necesidades propias de estos negocios. Estos programas también se orientan a reforzar la capacidad de liderazgo.

**3** Aprovechar los cursos de administración empresarial puede ayudar a realizar **‘networking’** y ampliar la lista de contactos, que quizá en un futuro formen parte de la empresa. Eso aporta más confianza que trabajar con alguien desconocido.

**4** Si lo que se desea es comenzar una operación de **internacionalización**, el conocimiento de idiomas es esencial. Existen cursos presenciales y virtuales específicos para aprender a hacer negocios en otros idiomas.

**5** A la hora de **exportar**, muchas pymes caen en el error de desconocer el mercado al que se quieren adentrar. Organismos como el ICEX o las cámaras de comercio ofrecen cursos que se dirigen a este ámbito.

**6** Formarse en campos concretos de la tecnología ayuda a la gestión, a relacionarse con los clientes y a **compartir información** relevante entre las diferentes empresas de un mismo sector.

**7** Poseer conocimientos en marketing empresarial permite rentabilizar las **estrategias** que se lleven a cabo para que tengan un impacto positivo en la cuenta de resultados del negocio.

**8** La utilización de herramientas como las **redes sociales** requiere una formación previa. Aunque su uso parezca sencillo, para hacer dinero con ellas es necesario conocer muy bien su funcionamiento.

**CÁMARAS DE COMERCIO**

► Estas instituciones forman en áreas tan diferentes como las que tienen que ver con el comercio internacional, temas jurídicos, marketing digital o medio ambiente.

► Se ofrece formación presencial, online y a medida. En esta última se estudian las características de las empresas, se analizan los problemas y se proporcionan conocimientos para resolverlos.

► Algunos cursos de la Cámara de Comercio de Madrid son los de dirección de la pequeña y mediana empresa (1.200 euros), dirección empresarial (2.900 euros) y máster en comercio exterior (6.500 euros).



**AGENCIAS DESARROLLO LOCAL**

► Estos centros organizan programas de gestión empresarial, además de poner en contacto unos negocios con otros para que colaboren entre ellos.

► Algunos de los planes más demandados en las agencias son los de asesoría gratuita en internacionalización para pymes.

**FUNDACIÓN TRIPARTITA**

► Es una entidad que se encarga de gestionar el crédito dirigido a la formación de todas las empresas. Este fondo proviene de las cuotas que las compañías pagan a la Seguridad Social.

► Esta organización, sin ánimo de lucro, ofrece formación bonificada, subvencionada y acciones de apoyo. Con estos cursos las compañías completan la cualificación de sus trabajadores.

► También proporciona formación a través de Internet. Ofrece documentos y herramientas sobre materias como comercio exterior, marketing o gestión para pymes.