



Adopción tecnológica en el segmento PyMEs

CPN Pablo G. Tedesco

Buenos Aires, 24 de Septiembre de 2004

Agenda

- **Introducción**
- **Conectividad**
- **Movilidad**
- **Solución unificada**
- **Resumen y conclusiones**

Realidad argentina de las PyMes

- **Devaluación y sustitución de importaciones** ← **Oportunidades**
- **2/3 de ellas eluden impuestos y actúan en una economía informal para poder sobrevivir**
- **No son competitivas:**
 - Falta de capacidad de gestión
 - Crédito escaso y de alto costo
 - En muchos casos no aprovechan la tecnología actual

CAME

- 77% de las PyMEs no pueden acceder al crédito
- De estos el 60% no califica bancariamente y 13% del sistema extrabancario

Realidad argentina de las PyMes

- **La tecnología es importante, si bien no soluciona las falencias de la gestión, mejora la eficiencia y la productividad**
- **Tecnológicamente no podemos hablar de atrasos, si podemos hablar de que se adaptan al mercado en el cual se encuentran**

Conectividad

Transformación digital

Conversión de toda la información (texto, imágenes, audio y video) en formato digital que permite intercambiarse, archivarse e indexarse

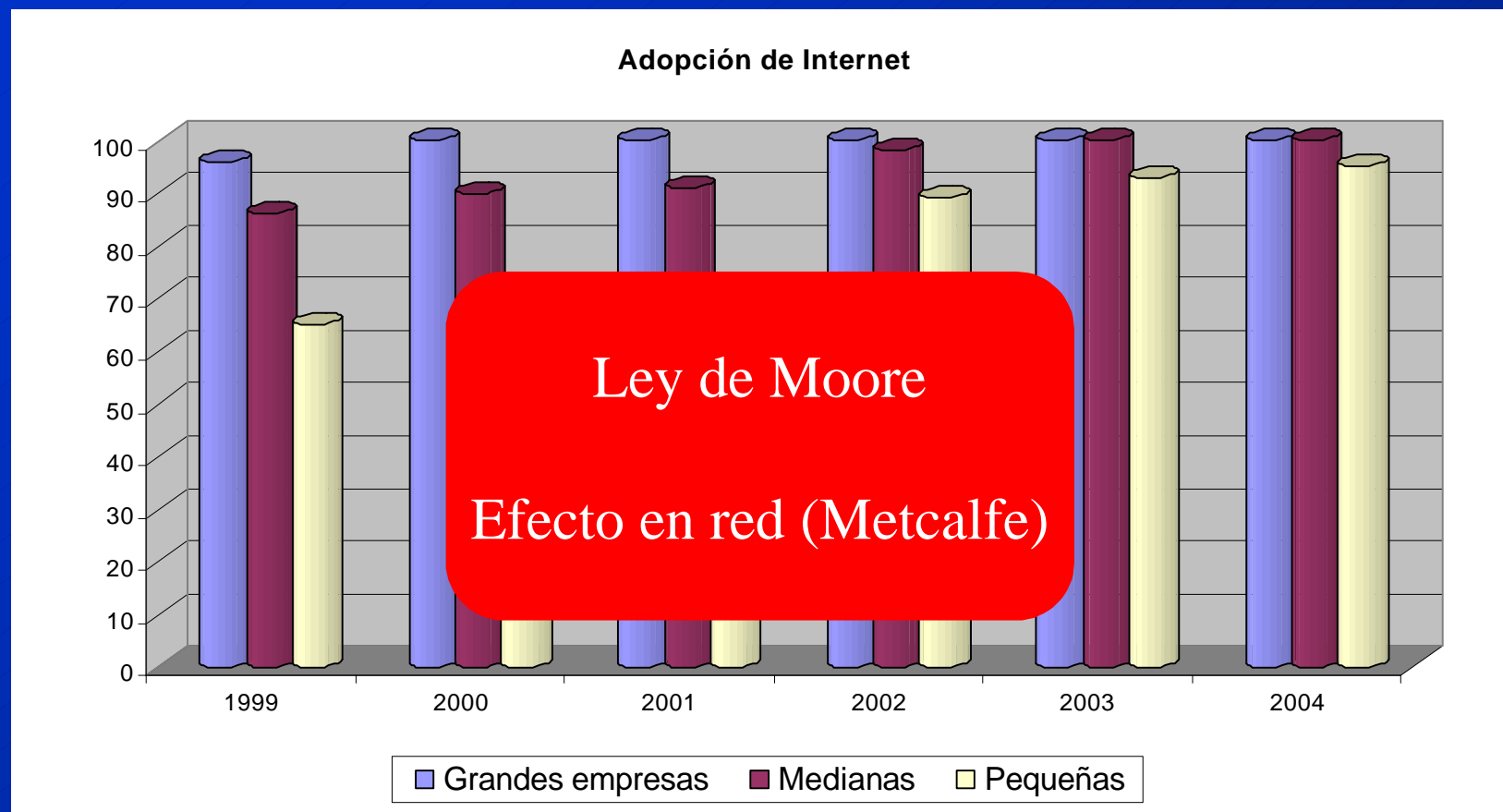


Transformación de los procesos de negocio

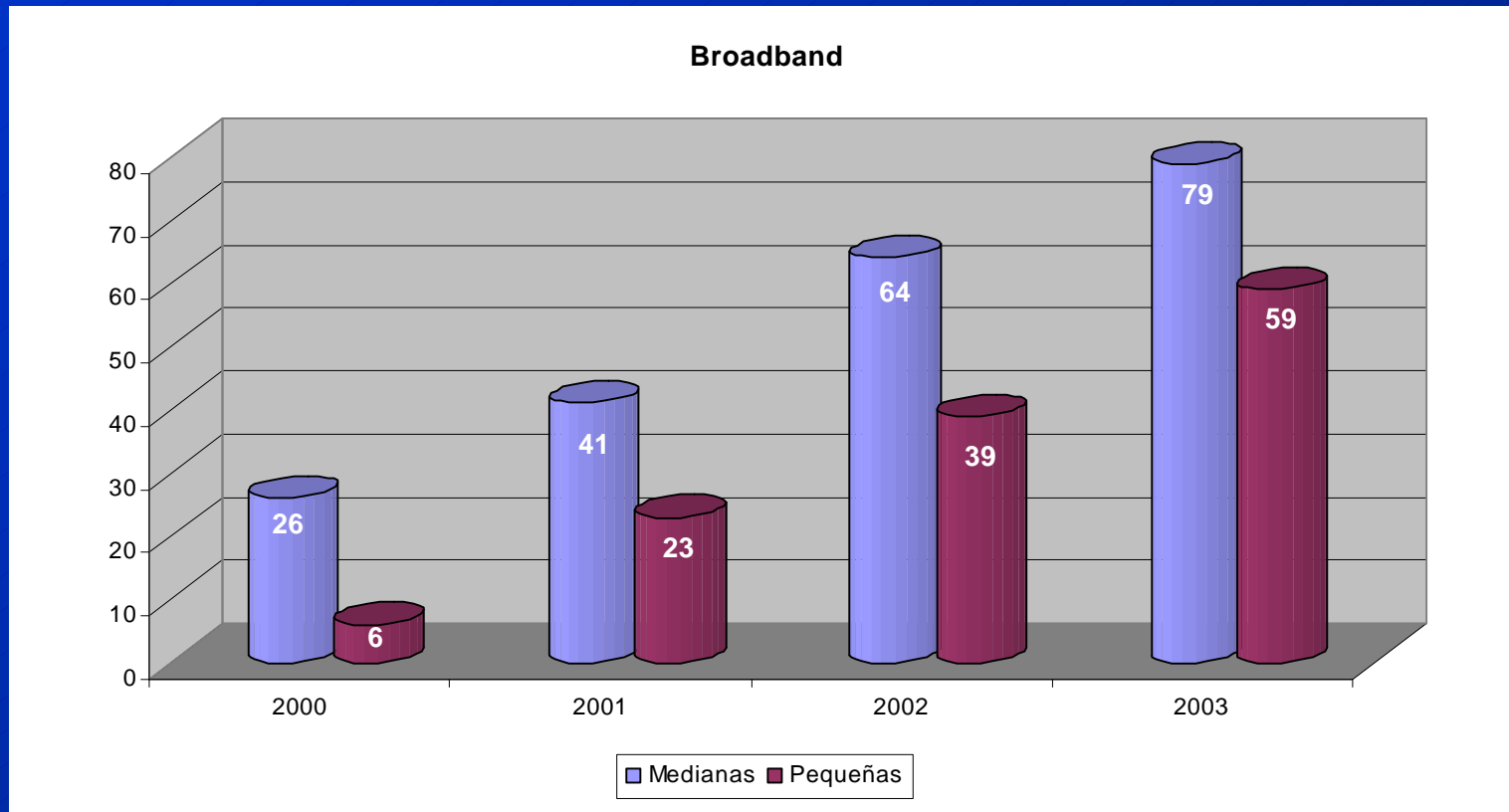


- Comercio (la forma de transar bienes)
- Contenidos (Información usada)
- Comunidad (Interacción con otras personas)
- Colaboración (Interacción en el trabajo)

Adopción de Internet



Adopción de Broadband



PCs

- **La venta de PCs en Argentina para este año llegará a 670 mil**
- **Históricamente la participación en las compras totales de PyMEs representa el 42%**
- **2004 mayor compra por el atraso en el recambio y la baja compra realizada en los últimos dos años.**
- **Al comparar la compra promedio en el período 99-01 era de 280 mil y en los últimos 2 años cayó a 110 mil.**

Recuperación

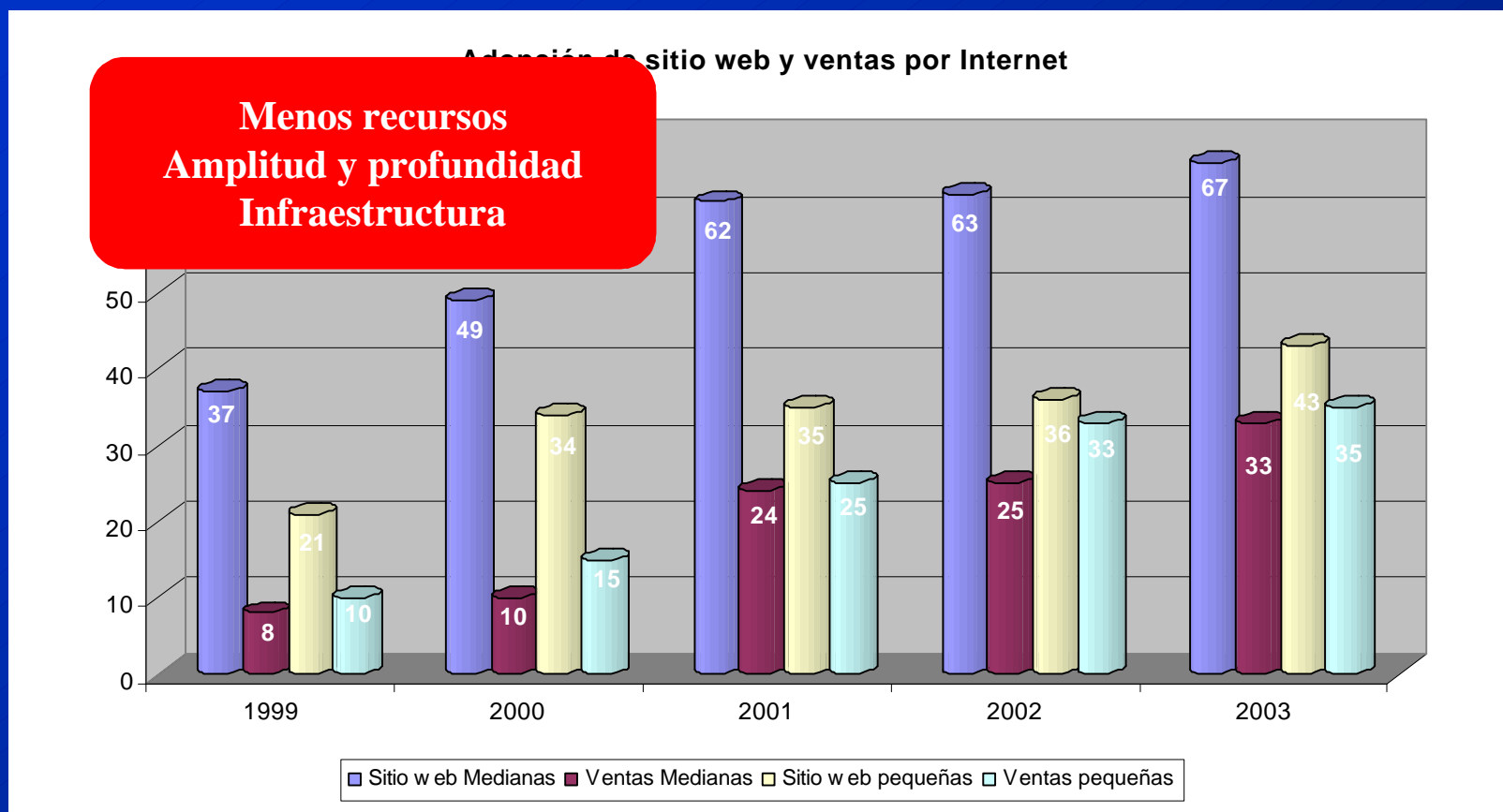
Usuarios vs Sites

Información de comercio electrónico	Total
Si	52,3%
No	47,7%
Total	100,0%

Alto uso de la web como medio de información

Perfil del usuario de Internet en Argentina – 2003 – P&C

Sitios y ventas



Empresa PyME Virtual - ejemplo



Nueva York



Internet



Italia



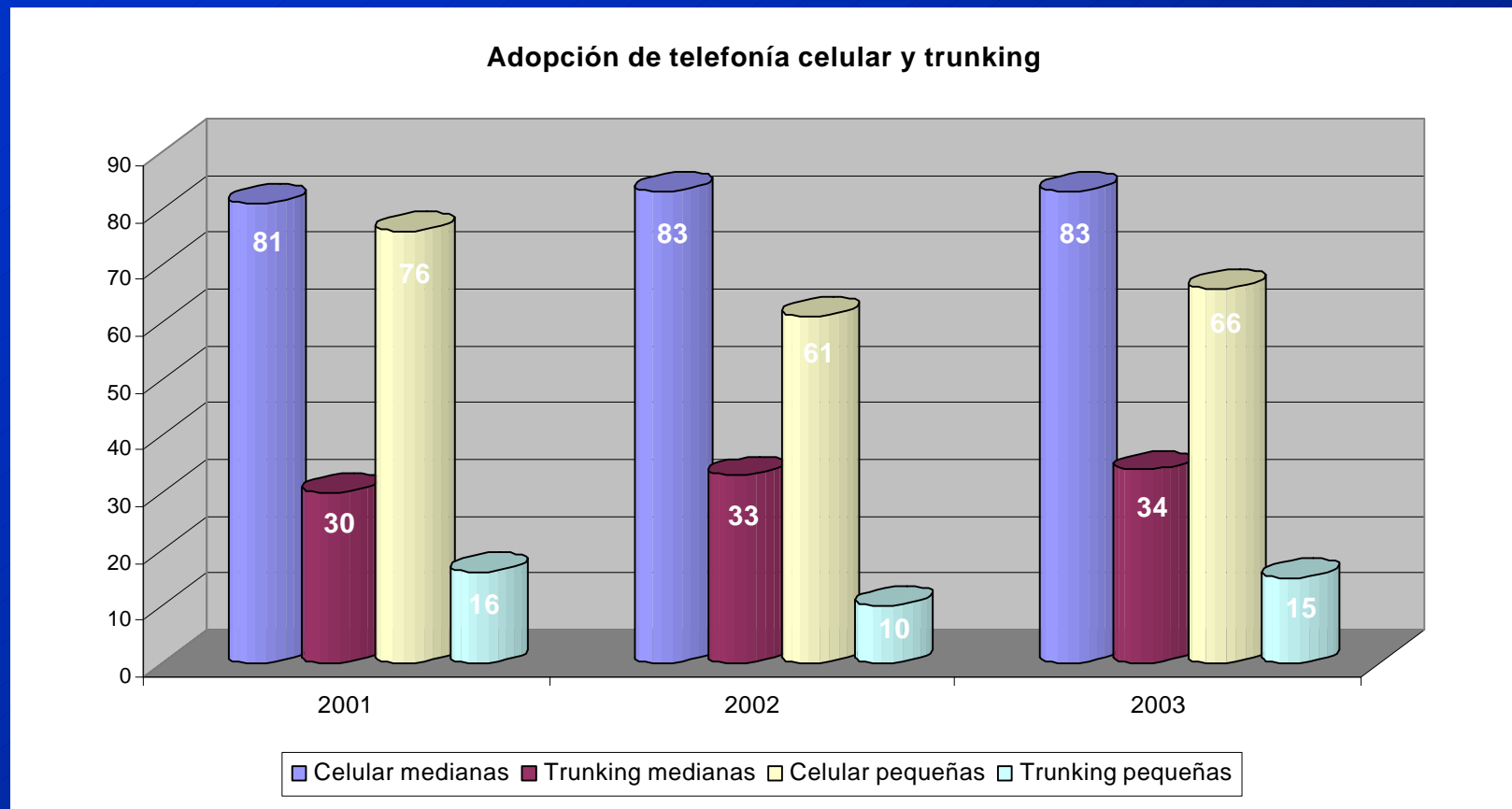
Empresa PyME Virtual - ejemplo

The screenshot displays the LeShop.com.ar website interface. At the top, there is a navigation bar with links for 'inicio', 'regístrate', 'listas', 'comunicate', 'nosotros', 'ayuda', and a search bar labeled 'buscar'. The main content area is divided into several sections:

- MI COMPRA:** A shopping cart icon and a subtotal of \$ 0.00.
- Promotional Banner:** A pink and white banner with balloons and the text: "¡Viví tu primera compra como si fuera una fiesta de 15! 15% DE DESCUENTO EN TU PRIMERA COMPRA! Verás tu descuento al finalizar la compra, antes de confirmar el envío de la misma. Vigencia hasta el 30/09".
- Navigation Menu:** A green bar with categories: ZONAS Y HORARIOS, FORMAS DE PAGO, PREGUNTAS FRECUENTES, and TIPS.
- FAQ Section:** A list of questions: "Un tour por LeShop", "¿Qué productos puedo comprar?", "¿Cómo son los precios?", and "¿Qué otros beneficios me brinda?". A button below says "Quiero recibir ofertas y novedades!".
- TUS FAVORITOS:** A sidebar menu with categories: "NUESTRO SUPER" (Promos, Alimentos) and "TUS FAVORITOS".
- Footer:** Logos for Cepita (JUGO 100% NATURAL), SanCor (Calidad láctea internacional), and Fargo (Todos nuestros panes contienen Omega9, 0% ácidos grasos, Sin colesterol).

Movilidad

Adopción de soluciones móviles

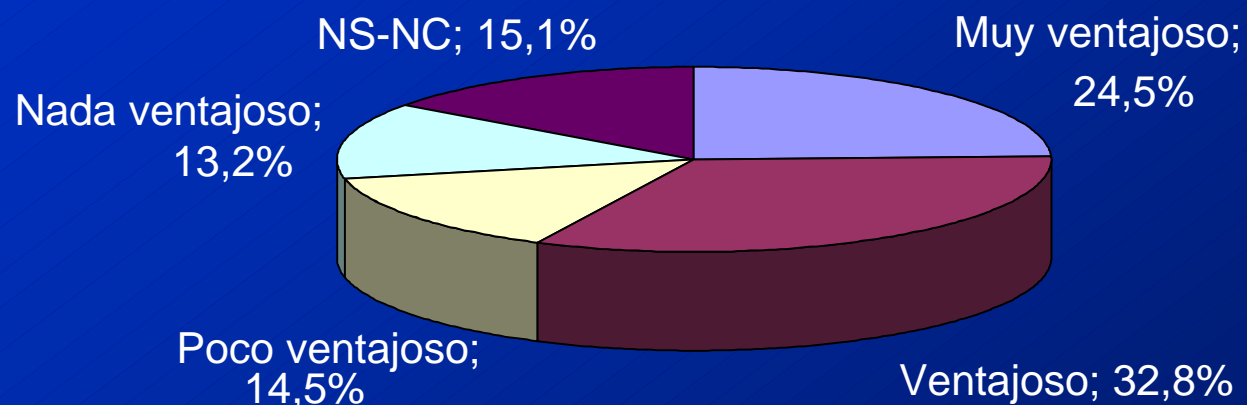


Soluciones únicas

- Poco personal
- Falta de capacitación en todos los servicios
- Tiempo limitado

Opinión sobre la centralización

Centralización en un único proveedor



Razones para la unificación

Motivos para considerarlo muy ventajoso o ventajoso	Total
Unificación de contactos	53,1%
Poseer menos proveedores	9,4%
Facturación Única	9,4%
Más simple/práctico y cómodo	7,0%
Se obtiene mejor precio por el conjunto de servicios	4,2%
Mayor control	1,9%

Conclusiones y propuesta

- **Repensar las inversiones:** primero al pensar en invertir en tecnología es necesario definir las funcionalidades que debe cumplir y luego adquirir la misma.
- **La era de la conectividad:** cada vez se utiliza más como herramienta de comunicación y reducción de costos (Ventas, eProcurement, comunicación entre empleados, redes virtuales, etc.)
- **Socios vs. Proveedores:** es necesario que las pequeñas y medianas empresas empiecen a considerar a sus proveedores como socios para poder planificar juntos y reducir costos en un trato que sea win-win

Conclusiones y propuesta

- **Para Proveedores:**
 - Soluciones únicas
 - Brindar soluciones tecnológicas que permitan en el corto o mediano plazo recuperar la inversión realizada

Preguntas y comentarios



Consultas vía mail

ptedesco@princecooke.com

Resumé Pablo G. Tedesco

Master en estrategia y geopolítica

Contador Público

Director Asociado de Prince, Cooke
y Asoc. SA

Ex-consultor de Arthur Andersen

Profesor en temas de Sociedad del
Conocimiento y Nueva Economía
en UB, UTN, y otras instituciones



www.princecooke.com

ptedesco@princecooke.com