EVALUACIÓN DE PRÁCTICAS COMERCIALES EN MICRO PYMES

Autores:

- Lic. Carla AGOSTI
- Lic. Andrea TONELLOTTO
- Lic. Mariana SÁENZ

UNNOBA
Universidad Nacional Noroeste • Buenos Aires

OBJETIVO

Identificar herramientas comerciales de las que carecen los microemprendedores y comerciantes a fin de brindarles un manual de buenas prácticas que les permita adoptar nuevas técnicas en su gestión comercial, con la intención de fomentar el crecimiento y desarrollo de este sector.

Evolución del presente trabajo

- Definición Pyme ➡ Micropyme

Evolución del presente trabajo

- Ciudades del Interior → Pequeños emprendimientos de gran valor

- Problema → Falta de conocimiento técnico en temas comerciales y administrativos

Evolución del presente trabajo

- Se agraba → Imposibilidad de enfrentar o acceder a asesoramiento privado

- Carencias → No permiten profesionalizar la actividad ni el negocio

Evolución del presente trabajo

- Conocer prácticas comerciales actuales
- MANUAL DE BUENAS PRACTICAS COMERCIALES
- Aplicación propia

Resultado esperado

↓

CUERPO SISTEMATIZADO DE RECOMENDACIONES DE BUENAS PRACTICAS COMERCIALES

↓

Para quienes???

↓

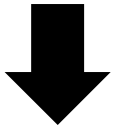
Organizaciones en etapa de iniciación o primeros pasos que no pueden acceder a servicio profesional

Evolución del presente trabajo

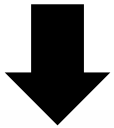
Problemáticas de las Micropymes:

- Financiamiento
- Tratamiento de sus crisis
- Evolución en su ciclo de vida
- Desafío de emprenderlas y hacerlas funcionar rentablemente

No hay antecedentes de la existencia o conocimiento de prácticas comerciales de las Micropymes



Herramientas comerciales básicas para la consolidación, crecimiento y expansión del negocio



COMO MOTOR FUNDAMENTAL DE LA ECONOMIA REGIONAL

Muchas gracias

consejo
Profesional de Ciencias Económicas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires

70 años
trabajando para usted