



Necesidades de las PyMEs de 3 de Febrero

Preparado para la UI3F
Abril 2016

Objetivos

- Este es un breve estudio cualitativo que se propone comprender las necesidades de las PyMEs del partido de 3 de Febrero.
- Discriminar las necesidades entre las que se pueden responder desde el estado, y las que dependen de la unión
- Acercarse a las necesidades específicas de las empresas.

Metodología y muestra

- Se realizaron entrevistas en profundidad de 30 minutos a empresarios del partido de 3 de febrero.
- La muestra se compuso de 7 entrevistas a Socios y No socios
- La mayoría de las entrevistas se grabaron para su posterior análisis
- Los datos obtenidos respetan los protocolos de anonimato y la legislación de protección de datos.



s.videla@svinvestigacion.com.ar

1- Las necesidades de las PyMEs

Estado Nacional/Provincial

Seguridad jurídica

Reglas claras

Simpleza burocrática

Menor presión
tributaria

Estado Municipal

Personal capacitado

Facilidad logística

Financiamiento blando

Desarrollo de espacios físicos

UI3F

Personal
comprometido

Facilidad de
captación de
personal

Herramientas
concretas de
asesoramiento

Contención
emocional/táctica

Información del partido

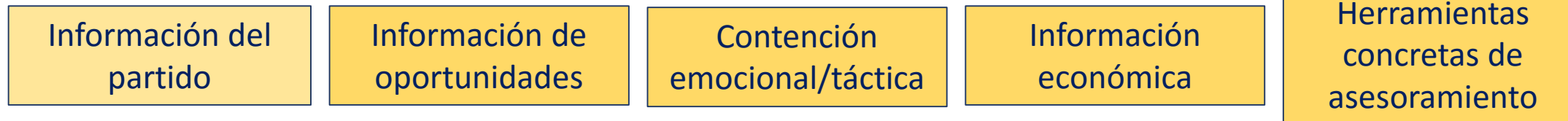
Información de
oportunidades

Información
económica

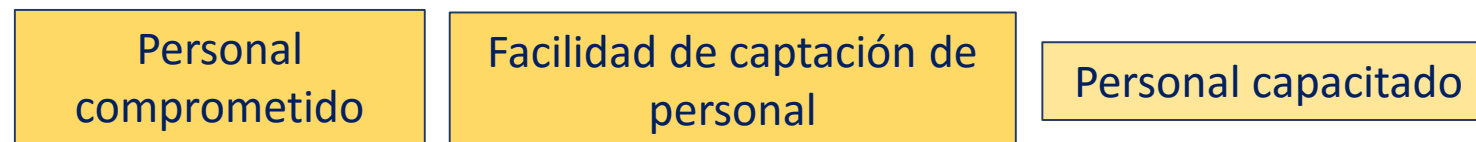
1- Las necesidades de las PyMEs

Las necesidades se ordenan por tipo de resolución:

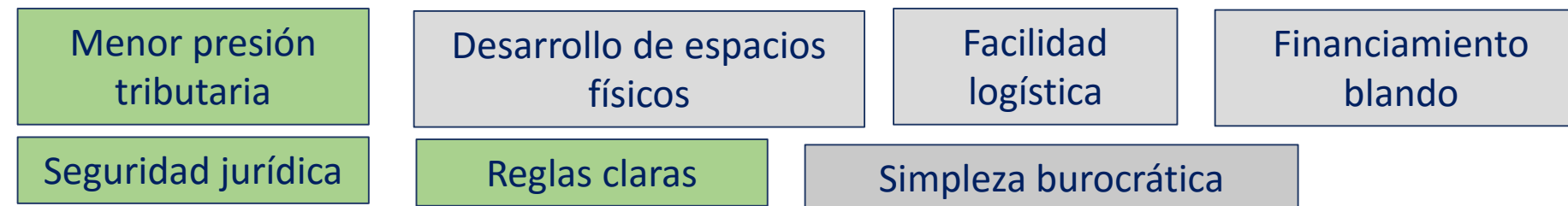
- **Inmediata independiente**



- **Mediano plazo independiente**



- **Mediano plazo dependiente**



2- La unión industrial

Todos los entrevistados, con mayor o menor grado de crítica y distancia, sienten a la Unión Industrial de 3 de Febrero como



2- La unión industrial

Tanto cuando se la elogia como cuando se la critica predomina que la perciben también como:

Una asociación que hace lo que puede

Un lugar para reunirse a conversar

Un lugar al que ir que roba tiempo a la familia

Una asociación de pocos resultados

Una asociación menor respecto de cámaras específicas

Una asociación con buenas intenciones

Una asociación con pocos servicios

Una asociación voluntarista

Una asociación que comunica mal

Una asociación poco efectiva

Una asociación que hace poco

Una asociación muda

3- Diagnóstico

La principal necesidad de la UI3F es construirse y darse a conocer comunicacionalmente

Es necesario construir una percepción colectiva, consensuada y uniforme de quien se es y como se quiere ser

Se debe trabajar en la promoción de los objetivos. Todos aceptan que el acceso a la página no es efectivo. La página es estéticamente linda pero ineficiente

La mayoría posee Smartphone y valora recibir información en papel. Un newsletter es caro, pero una carta con títulos que invite a encontrar contenidos útiles en la web mejora la percepción de la UI. Eso debe combinarse con mensajes de whatsapp y/o sms. Se debe desarrollar un protocolo de pertinencia de contenidos y de frecuencia de envíos

3- Diagnóstico

Se deben fijar objetivos claros de comunicación

Las empresas no tienen o no vinculan sus redes sociales a las redes de la UI3F. Ahí se le debe hablar a la comunidad. En la página se le debe dar información útil al empresario

Se deben replicar informes económicos y generar información propia

Se debe incorporar información de trámites burocráticos (AFIP, Municipio, ARBA)

Se deben generar estrategias de comunicación que incorporen a nuevos asociados

La UI3F hace muchas cosas. Que se sepa lo que se hace permite validar la adhesión de nuevos asociados. Se debe comunicar con esta dirección

3- Diagnóstico

Se deben replicar y adaptar los beneficios de otras cámaras

Como consecuencia de la mejora en la imagen de la UI3F a partir del esfuerzo comunicacional se debe trabajar en micro-beneficios emocionales. Se pide desde una cena hasta obsequios

Se deben generar estrategias de capacitación de base y reflotar convenios con escuelas técnicas

La alta tasa de inasistencias laboral es un problema social general. La solución debe apuntar en 2 sentidos. Por un lado la oferta de una bolsa de trabajo que pase un filtro de RRHH general. Que la UI3F certifique los perfiles psicológicos de los candidatos. Se deben generar planes de capacitación y contención para bajar el ausentismo.



Muchas gracias!

s.videla@svinvestigacion.com.ar