

PLAN ESTRATEGICO PROPYME

LA MISION

La misión de **PROPYME** es contribuir a elevar la eficiencia y eficacia de la micro, pequeña y mediana empresa, así como de las instituciones que se orientan a desarrollarlas, a fin de fortalecer una inserción exitosa en el mercado y promocionar una mayor equidad en el desarrollo del Perú.

LA VISION AL 2,010

PROPYME aspira convertirse en:

- un ente que contribuya al desarrollo sostenible de toda la pequeña y microempresa, centrandó su mayor interés en los sectores de más bajos ingresos.
- un promotor de espacios de discusión y reflexión sobre la problemática general y necesidades específicas de los diferentes agentes que participan en el sector pyme.
- un articulador de mercados, que una los requerimientos de la demanda con la oferta, al proveer información precisa, útil, veraz y oportuna.
- un capacitador y formador de personas e instituciones, priorizando la formación de asesores, consultores, investigadores y comunicadores comprometidos con la mejora de la competitividad de las pymes.

LAS FUNCIONES

PROPYME plantea cumplir con la siguientes funciones:

- Aplicar nuestro conocimiento y experiencia para ayudar a las organizaciones y empresas a alcanzar los resultados que desean, sin imposición de modelos ni objetivos preconcebidos.
- Añadir valor agregado a dichas instituciones: definir su misión y visión, mejorar su rendimiento, aumentar su productividad, optimizar el uso de

recursos, elevar la calidad de capital humano, focalizar la inversión y alimentar sistemas de aprendizaje institucional.

- Capacitar y asesorar a las instituciones y grupos-metas a encontrar sus propias soluciones y a fortalecer su capacidad para enfrentar los retos del tercer milenio.
- Generar soluciones a la problemática de la pequeña empresa bajo la lógica de género a fin de lograr facilitar el quehacer de la mujer empresaria.
- Relacionarse fundamentalmente con aquellos agentes que trabajan por el desarrollo institucional del sector.

FORTALEZAS

PROPYME, a través de la Universidad del Pacífico, cuenta con:

- Red informal de contactos a través de profesores, estudiantes y egresados, constituyéndose en un activo que no cuenta la competencia.
- Capacidad de convocatoria en la sociedad civil y política.
- Excelencia comprobada en la capacitación técnica en gestión empresarial.
- Prestigio en el desarrollo de investigaciones.

DEBILIDADES

PROPYME, por ser una institución joven, presenta la siguientes debilidades:

- No poseer un conocimiento preciso de la cultura empresarial de la pequeña y microempresa.
- No contar con un suficiente conocimiento de los instrumentos analíticos que permitan comprender el desempeño de la pequeña y microempresa en el Perú.
- La falta de una cartera de proyectos de investigación ejecutados y publicaciones realizadas especialmente sobre el sector de la pequeña y microempresa.
- Limitada participación dentro de las redes de cooperación inter-institucional a nivel local e internacional.
- Recursos limitados para emprender programas de apoyo a conductores de empresas y gremios empresariales.

AMENAZAS

- Si bien es cierto no existen aun líderes contundentes, existe un gran número de instituciones que fomentan este sector desde un buen tiempo y que son la competencia de **PROPYME**.

¿Cómo Logrará PROPYME su meta?:

Venciendo desafíos gradualmente e implementado propuestas según las restricciones de recursos humanos y financieros.

Desafío No.1

Un número significativo de pequeñas empresas no han subsistido en el mercado por una falta de orientación sobre el potencial de nichos y segmentos de mercado que posibiliten explorar alternativas rentables y sostenibles.

Propuesta: ARTICULACION DE MERCADOS

Definición

Servicio de articular la oferta potencial de microproductores con la demanda de bienes por parte de empresas e instituciones.

Imagen Objetivo.

Broker

Productos específicos.-

- 'Database' de oportunidades de negocios.- Contratos de compra-venta.- Subcontratación.- Mercadeo electrónico.
- Organización de ferias.
- Servicios integrales de desarrollo.

Innovación social e institucional

Desarrollo de oportunidades de desarrollo sostenible de pequeñas empresas con una clara visión que la demanda genera su oferta.

Sistema operativo.-

- 1-Identificación de Nichos de mercado
- 2-Determinación de demanda potencial.
- 3-Evaluación y selección de proveedores
- 4-Articulación entre proveedores y clientes
- 5-Servicios empresariales complementarios.

Desafío No. 2: La eficiencia y eficacia de las instituciones promotoras de las pequeñas empresas encuentran como principal limitante la calidad de los

recursos humanos. Aun más grave es la situación de los propios conductores de las unidades productivas.

Propuesta: CAPACITACION DE PERSONAS E INSTITUCIONES

Definición

Gama de servicios de formación de recursos humanos altamente calificados sobre la base de la transferencia de la última tecnología de promoción y conducción de pequeñas y microempresas.

Imagen Objetivo.- "Escuela de la Calidad"

Productos:

Segmento de grupos-beneficiarios

- Motivación empresarial.
- Identificación de nichos de mercado.
- Mercadeo.
- Microfinanzas.
- Administración de préstamos.
- Microproyectos de inversión.
- Formación de conglomerados.
- Capitalización de oportunidades de apoyo.
- Programas integrales para jóvenes y mujeres empresarios.

Segmento de instituciones

- Planeamiento estratégico.
- Diseño de sistemas de información para la gestión.
- Diseño de sistema de seguimiento, monitoreo y evaluación.
- Microfinanzas para ejecutivos de instituciones de microcrédito.
- Servicio al cliente para personal de instituciones de microcrédito.
- Control de calidad del servicio a microempresarios.

Innovación Social e institucional

Desarrollo de modelos "participativos" e "interactivos" de enseñanza y aprendizaje.

Sistema operativo.-

- 1-Diseño de cursos según demanda de instituciones promotoras de pequeñas y microempresas así como de grupos organizados.
- 2-Organización de cursos considerando la participación interactiva de promotores y beneficiarios.
- 3-Reclutamiento de profesionales con experiencia nacional e internacional.
- 4-Administración y certificación de los cursos a cargo del CDG.

Desafío No.3.- El ciclo de vida de las pymes es muy breve como resultado de una serie de factores confluente tales como deficiencias en sistemas de producción, costeo , marketing y ventas así como falta de visión de penetrar nichos y segmentos de mercados alternativos.

Propuesta: ASESORIA PARA LA SOSTENIBILIDAD Y COMPETITIVIDAD

Definición

Servicio de calidad que brinde oportunidades de formar y mantener pequeñas empresas en sendas de crecimiento sostenible.

Imagen Objetivo

Servicio de calidad personalizado a Pymes.

Productos.

- Servicio de absolución de consultas rápidas por teléfono vía línea 0800 o comercial.
- Elaboración y evaluación de proyectos de inversión.
- Servicios de contabilidad para pequeñas empresas.
- Asesoría económica y financiera para gremios.
- Consultoría legal y tributaria.

Innovación social e institucional.

El sector precisa de 'recetas' y 'cirujanos' que puedan prescribir a las empresas de manera eficaz. La idea de incubadora deja atrás y se pasa a una tarea de resolver problemas 'in situ' antes que promoción de nuevas firmas.

Sistema Operativo.-

- 1-Identificación de pequeñas empresas con una antigüedad mayor a 3 a5 años
- 2-Identificación de gremios o asociaciones de productores de similar perfil.
- 3-Diagnóstico de situación económica-financiera.
- 4-Prescripción

Desafío No.4.- Las múltiples dimensiones de la problemática de la pequeña y microempresa exigen plantear soluciones multidisciplinarias.

Se precisa de un enfoque pragmático que oriente la producción de investigación aplicada y de política con la finalidad de influir en la toma de decisiones de los agentes económicos y políticos.

Propuesta: INVESTIGACION APLICADA

Definición

Tareas de investigación de corta maduración, utilidad práctica y de relevancia para la toma de decisiones económicas y políticas.

Imagen Objetivo.- Investigar para hacer 'Lobby'.

Líneas.-

- Servicios financieros: ¿Cómo hacer que la banca se acerque a los pequeños empresarios?.
- Servicios no-financieros: Oferta y demanda de consultoría en gestión para elevar competitividad.
- Programas de Microcrédito: tecnología y sostenibilidad..
- Niveles de vida de los conductores de pequeña y microempresas.
- Importancia estratégica de PYMES dentro del marco de la lucha contra la pobreza.
- Medio ambiente: ¿ Cuán importante es para la pequeña empresa?
- Análisis de subsidios al sector en los mercados crediticios, de información y servicios especializados.
- Promoción de formación de nuevas empresas y espíritu empresarial en zonas rurales y urbano marginales.
- Medición de impacto de promoción de pymes.

Innovación social e institucional.

Producción investigacional basado en extenso trabajo de campo con miras a elaborar propuestas prácticas de política económica y social.

Sistema Operativo.-

- 1-Aplicación a concursos públicos y privados.
- 2-Identificación de líneas de apoyo a la investigación por parte de fuentes cooperantes.
- 3-Elaboración de cartera de proyectos.
- 4-Promoción de 'Joint-Ventures' con instituciones extranjeras.
- 5-Desarrollo de redes universitarias de investigación.

Desafío No. 5.- Establecer vasos comunicantes con la sociedad civil y política es fundamental para el desarrollo de una institución que esta inmersa en la tarea de comprender y mejorar la realidad de los pymes. Saber comunicar las preguntas y respuestas en torno a las fortalezas y debilidades del sector es una tarea imprescindible para la construcción del consenso.

Propuesta: COMUNICACIONES.

Definición

Ente de discusión y diseminación de análisis y propuestas sobre PYMES

Imagen Objetivo

Espacio prestigioso para la discusión y reflexión sobre PYMES.

Productos.-

- Seminario Permanente de Investigación para la Promoción de las PYMES
- Foro de la pequeña empresa.
- Conversatorios sobre Estrategias Empresariales.
- Cumbre Nacional de Microfinanzas.
- Sistema Interinstitucional de Programas Antipobreza.
- Seminario Internacional sobre Competitividad.

Innovación social e institucional.- Promoción de la discusión involucrando a ONGs y organismos públicos e internacionales

Sistema Operativo.-

- 1-Visitas a organizaciones de base y fuentes cooperantes.
- 2-Conciliación en la definición de temas y personas

Desafío No. 6.- El desarrollo de la pequeña empresa debe sustentar en el acceso de, no solo líneas de créditos, sino también de una serie de servicios complementarios que promuevan la viabilidad financiera y económica de la unidad productiva en el largo plazo.

***Propuesta:* FINANZAS Y DESARROLLO DEL ESPIRITU DE EMPRESA**

Definición

Actividades financieras y de servicios conexos que aseguren sostenibilidad.

Imagen Objetivo

Socio estratégico de agentes de desarrollo de la pequeña y microempresa.

Productos

- Alianza estratégicas con EDPYMES, ONGs e instituciones de microcrédito.
- Administración y evaluación de carteras.
- Créditos + servicios empresariales para pequeños empresarios.

Innovación Social e Institucional.

Desarrollo de alianzas institucionales que permitan capitalizar ventajas comparativas de la Universidad del Pacífico y organismos líderes de las pymes..

Sistema Operativo.-

- 1-Identificar fortalezas de la institución.
- 2-Identificar instituciones compatibles con la misión.
- 3-Plantear convenios de cooperación.