

# Comerciar

NRO 160  
AGO / SEP 2019



## NOTA DESTACADA

### CAME Y ENTIDADES ASOCIADAS DE TODO EL PAÍS PIDEN DECLARAR LA "EMERGENCIA PYME"

- >> Congreso Nacional de Pymes Constructoras
- >> Avícola salteña con energía limpia
- >> Cómo vender más con la estructura actual

FRANQUEO A PAGAR

CUENTA N°16886

CONSEJO  
ARGENTINO  
DE  
COMERCIALIZACIÓN

CONFEDERACIÓN ARGENTINA DE LA MEDIANA EMPRESA - 1.491 FEDERACIONES, CÁMARAS, CENTROS Y UNIONES INDUSTRIALES, COMERCIALES, DEL TURISMO Y LA PRODUCCIÓN Y PARQUES INDUSTRIALES DE TODO EL PAÍS QUE AGRUPAN MÁS DE 600.000 EMPRESAS Y DAN TRABAJO A MÁS DE 4.200.000 TRABAJADORES REGISTRADOS



# SEGURO DE ACCIDENTES PERSONALES



Un respaldo a tu favor.  
Pensado para monotributistas,  
autónomos y empleados.

Informate al  
**0800-3333-426**



**Instituto**  
Asegurador Mercantil

 /Instituto Asegurador Mercantil

 @INSTITUTO\_ASEG

[www.institutoasegurador.com.ar](http://www.institutoasegurador.com.ar)

Av. Belgrano 774, C.A.B.A. • Argentina

SSN 4338-4000/0800-6666-8400 • [www.ssn.gob.ar](http://www.ssn.gob.ar) • Registro 0381

## CARTA AL LECTOR

---



En medio de un escenario complejo que nos lleva a plantear la necesidad de declarar la "Emergencia Pyme" para salvaguardar al sector que más puestos de trabajo genera en todo el país, la CAME sigue firme en su tarea cotidiana para defender a la pequeña y mediana empresa.

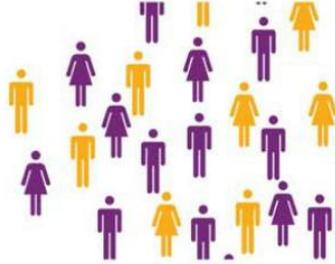
A modo de ejemplo, destacamos la convocatoria del Congreso Nacional de Pymes Constructoras, desarrollado en la sede de la entidad, que reunió a empresarios de diversos puntos de la Argentina para analizar la temática del rubro con la presencia de especialistas de primer nivel.

Así como nos ocupamos de la coyuntura y sus urgencias, también miramos más allá y sostenemos nuestros objetivos de mediano y largo plazo, por eso lanzamos CAME Tiendas y CAME Pagos con el objetivo de modernizar a las pequeñas y medianas empresas, continuando con la responsabilidad que nos exige el haber-nos constituido en la voz genuinamente representativa de las pymes.

Cuando falta poco para que la ciudadanía se exprese en las urnas, la CAME se siente protagonista de la construcción democrática de una nación en la que los consensos tendrán que dejar atrás los desencuentros que una y otra vez postergaron sueños y realizaciones.

Un abrazo federal.

**Gerardo Díaz Beltrán**



# SUMARIO

Nº 160 AGO/SEP  
////////////////////

- |   |   |
|---|---|
| <p><b>05</b> INSTITUCIONAL<br/>Declaración de la "Emergencia Pyme"</p> <p><b>07</b> INSTITUCIONAL<br/>Fallo favorable para la normalización de OSDEPYM</p> <p><b>10</b> CONSTRUCCIÓN<br/>Congreso Nacional de Pymes Constructoras</p> <p><b>12</b> ANÁLISIS<br/>España: plan para impulsar la competitividad pyme</p> | <p><b>18</b> ECONOMÍAS REGIONALES<br/>Cooperativa chaqueña productora de aloe vera</p> <p><b>26</b> RESPONSABILIDAD SOCIAL<br/>Un avícola salteña con energía limpia</p> <p><b>28</b> TECNOLOGÍA<br/>Generación de leads en negocios B2B</p> <p><b>32</b> CAPACITACIÓN<br/>Cómo vender más con la estructura actual</p> |
|---|---|

## STAFF

**DIRECTOR:**

Gerardo Díaz Beltrán

**DIRECTOR EJECUTIVO:**

Fabián Tarrío

**EDITOR:**

Claudio Casademont  
revistacomerciar@came.org.ar

**SUSCRIPCIONES:**

suscripciones@came.org.ar

**PRODUCCIÓN GRÁFICA:**

Andrea Pintos  
Tel./Fax: 4807-0251  
andreapintos62@hotmail.com  
Av. Las Heras 2779 10 A - CABA

**IMPRENTA:**

MODEM S.R.L.  
Tel.: 4307-6019  
denisciliberto@modem.com.ar  
Humerto 1° 985 - CABA

**Revista Comercial es propiedad de la Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME).**

Leandro N. Alem 452  
(C1003AAR), CABA  
Tel.: 5556-5556  
Fax: (011) 5556-5502  
www.redcame.org.ar  
info@came.org.ar  
Dirección Nacional del Derecho de Autor: 5345676

**Comerciar @ame**

# PEDIDO DE LA CAME PARA DECLARAR LA "EMERGENCIA PYME"

Planteó el compromiso de todos los sectores políticos en relación a asistencia financiera y mantenimiento y creación de empleo.

El Consejo Directivo de la CAME pidió el compromiso de todos los sectores políticos durante los próximos meses para la asistencia financiera y el mantenimiento y creación de empleo y enfatizó la importancia de declarar la "Emergencia Pyme", debido a la cantidad de empresas en crisis.

En medio de un difícil contexto de incertidumbre política y económica, se incorporaron en la entidad 30 nuevos consejeros titulares, reforzando así la estructura federal que permitió un debate de fondo.

"La supervivencia de las pequeñas y medianas empresas depende de las medidas que se tomen en el plano tributario, financiero, energético, laboral y de consumo interno", sostuvieron los directivos de la CAME en torno a los siguientes pedidos hasta el 31 de diciembre de 2019 para pymes y potenciales hasta tramo I.

- Tasas diferenciales.
- Líneas de crédito productivas con tasas del 21 por ciento.
- Repro Pyme Express para empresas en crisis para sostener el empleo.
- Mínimo no imponible sobre contribuciones patronales: adelanto del cronograma de la aplicación plena prevista en la Ley 27.430 y cargas

## REPERCUSIÓN EN MEDIOS

Cientos de medios de todo el país se hicieron eco del pedido de la CAME para que el Gobierno nacional declare la emergencia pyme, que apunta a inyectarle seguridad al sector en los planos tributario, financiero, energético, laboral y de consumo interno.

Tanto medios de orden nacional como del interior de toda la Argentina reflejaron el pedido de la entidad, que tiene como fin lograr la supervivencia del sector que produce el 70 por ciento del trabajo formal.

sociales diferenciadas por zona para compensar al interior profundo.

- Suspender impuesto al cheque.
- Eximir del cobro de IVA e Ingresos Brutos en las boletas de luz, agua y gas.
- Suspensión del pago de anticipos de Ganancias.

En la Argentina, las micro, pequeñas y medianas empresas son grandes protagonistas de la actividad económica, ya que representan el 44 por ciento del PBI nacional.

COMERCIAR | Institucional

# INTEGRACIÓN, DEMOCRACIA Y FEDERALISMO EN UNA NUEVA ASAMBLEA GENERAL ORDINARIA

Estuvieron representados cada uno de los sectores productivos y generadores de empleo de todo el país.

Más de 150 dirigentes de entidades empresarias asociadas de todos los rincones de la Argentina, representantes de cada uno de los sectores productivos y generadores de empleo, se congregaron en la sede de la CAME para llevar adelante una nueva Asamblea General Ordinaria.

El presidente de CAME, Gerardo Díaz Beltrán, el secretario general, José A. Bereciartúa, y el secretario de Hacienda, José Luis Valdés; acompañados por el vicepresidente 1°, Diego Navarro; el vicepresidente 2°, Ricardo Diab; el vicepresidente 3°, Ignacio Sadir; el secretario de Organización, Alberto Kahale; el secretario de Turismo, Gregorio Werchow; el vicepresidente del sector Economías Regionales, José Eduardo Rodríguez; el vicepresidente del sector Comercio, Fabián Tarrío; el vicepresidente del sector Construcción, Enrique Daniel Mafud; la presidenta del sector Mujeres Empresarias, Beatriz

Tourn, el presidente del sector Jóvenes, Fabián Zarza, y el responsable del sector Industrial y Rondas de Negocios, Carlos Venier, comandaron la democrática celebración, en la que se realizó la renovación de los miembros del Consejo Directivo de la entidad.

Luego dio comienzo la reunión de Consejo Directivo, en la que fueron debatidas temáticas de interés estratégico para el sector. En medio de un difícil contexto de incertidumbre política y económica, los directivos de la CAME solicitaron el compromiso en los próximos meses de todos los sectores políticos para la asistencia financiera y el mantenimiento y creación de empleo. A su vez, subrayaron la necesidad de declarar la "Emergencia Pyme", debido a la cantidad de empresas en crisis, y presentaron propuestas en los planos tributario, financiero, energético, laboral y de consumo interno para su supervivencia.



# FALLO MUY POSITIVO EN EL PROCESO DE REGULARIZACIÓN DE OSDEPYM

En esta nueva etapa, Bereciartúa continuará con su gestión como interventor, abocándose a reformar el Reglamento General.

La Sala V de la Cámara Contencioso Administrativo Federal respaldó el proceso de regularización de OSDEPYM bajo la intervención de José Alberto Bereciartúa, quien en todo momento ajustó su conducta de acuerdo a la ley, al Estatuto de la obra social y a su Reglamento Electoral.

La medida dispuesta por el Tribunal resultó acorde con el pedido de amparo que había sido efectuado por la intervención, en cuanto a que la Justicia acompañe la gestión encarada por Bereciartúa en actuaciones judiciales conexas que actualmente están en el ámbito del Juzgado Nacional de Primera Instancia Contencioso Administrativo Federal 1, a cargo del juez Lavié Pico.

En esta nueva etapa, Bereciartúa tendrá a su cargo la continuidad de su gestión abocándose a reformar el Reglamento Electoral de OSDEPYM, que había sido elaborado e inscripto en la Inspección General de Justicia por gestiones anteriores.

Ante la necesidad de establecer normas internas adecuadas para la celebración de los actos electorales de OSDEPYM, la Intervención redactará el nuevo Reglamento Electoral bajo la tutela del juez Lavié Pico.

De esta manera, OSDEPYM continuará su proceso de regularización insti-



tucional a la altura de su enorme crecimiento en servicios y afiliados de los últimos tiempos, con el fuerte apoyo de la CAME, que le brinda potencia y federalismo.

Por todas estas cuestiones, acatando la manda presidencial y en un todo conforme con el criterio de la Justicia, la Asamblea prevista para el 26 de septiembre no se llevó a cabo, para evitar mayores perjuicios a la entidad, que serán -por otra parte- materia de oportuno reclamo a los responsables de haber violentado el ordenamiento jurídico.

**La Intervención redactará el nuevo Reglamento Electoral bajo la tutela del juez Lavié Pico.**

COMERCIAR | Institucional

# EL GOBIERNO OFICIALIZÓ RECOMPOSICIÓN SALARIAL Y CAME NEGOCIÓ FORMAS DE PAGO

La entidad bregó por los intereses de las pequeñas y medianas empresas para que su situación financiera no se complique aún más.



Ministro de Producción y Trabajo, Dante Sica, a cargo de las negociaciones con el sector privado para llegar a un acuerdo sobre el tema.

El Poder Ejecutivo, mediante el Decreto 665/19, detalló las características de la recomposición salarial de 5.000 pesos que deberán afrontar los sectores privados para con sus trabajadores. Cabe destacar que la CAME logró que dicha asignación no tenga carácter remunerativo y que se establezca que su pago podrá realizarse en cuotas y en

**La asignación no tendrá carácter remunerativo y su pago podrá realizarse en cuotas y en las condiciones que dicten las partes signatarias de los Convenios Colectivos.**

las condiciones que dicten las partes signatarias de los Convenios Colectivos de Trabajo en ejercicio de su autonomía colectiva.

Es decir, la parte empresaria podrá negociar con sus respectivos sindicatos la forma de pago. Este logro se obtuvo luego de muchas negociaciones en las que la entidad bregó por los intereses de las pequeñas y medianas empresas.

Además, el decreto establece que, si la jornada laboral es reducida, la compensación salarial deberá ser proporcional a la cantidad de horas trabajadas y que los empleadores que hubiesen otorgado, unilateralmente o por acuerdo de manera extraordinaria, otros incrementos sobre los ingresos de los trabajadores a partir del 12 de agosto de 2019, podrán compensarlos hasta su concurrencia. Asimismo, establece que la suma otorgada se compensará en las próximas revisiones salariales.

Finalmente, los trabajadores del sector público -nacional, provincial, municipal-, del sector agrario y trabajadores domésticos de casas particulares se encuentran excluidos de dicha compensación.

Así, las pymes tendrán nuevos recursos para generar este aporte cuya función es aliviar a los trabajadores, pero sin ahogar aún más la situación financiera de las pequeñas y medianas empresas.



## NUEVA EDICIÓN DEL CRUCE SANMARTINIANO DE LOS ANDES

Organizada por la CAME, recreará los pasos de una de las columnas del Ejército durante la gesta libertadora de 1817, en una aventura que busca fortalecer el liderazgo.

La CAME se encuentra organizando una nueva edición del "Cruce Sanmartiniano de la Cordillera de los Andes", a realizarse en el 2020, que recrea los pasos de una de las columnas del Ejército del General San Martín durante la gesta libertadora de 1817.

Esta aventura tiene como objetivo fortalecer el liderazgo y la capacitación de los dirigentes que se sumen para continuar fortaleciendo institucionalmente a las organizaciones empresarias pymes, realizando el mismo recorrido que consagrara al líder más grande de nuestra

historia como el Libertador de América. Esta experiencia memorable grabará en los dirigentes las razones por las cuales San Martín se constituyó en un gran conductor y en el protagonista de la mayor epopeya de la historia argentina, y dejará una marca fundamental en el aprendizaje del dirigente gremial que devendrá en su crecimiento como líder empresario. Los cupos son limitados.

Consultas e inscripción:  
[jpbazan@came.org.ar](mailto:jpbazan@came.org.ar)



COMERCIAR | Construcción

# CONGRESO NACIONAL DE PYMES CONSTRUCTORAS EN LA CAME

Un encuentro federal que reunió a empresarios de todo el país y en el que especialistas de primer nivel abordaron temáticas vinculadas a esta actividad.

La CAME ofició de anfitriona en el 5° Congreso Nacional de Pymes Constructoras, organizado en conjunto con la Confederación de Pymes Constructoras de la República Argentina (CPC), un encuentro federal que reunió a empresarios de distintas provincias y regiones de nuestro país.

En ese marco, especialistas de primer nivel abordaron temáticas vinculadas al desarrollo del sector de la construcción en sus diferentes especialidades y reflexionaron sobre la realidad política y social argentina.

En representación del presidente de CAME, Gerardo Díaz Beltrán, el secretario general de la entidad, José A. Bereciartúa, estuvo a cargo de las pa-

labras de bienvenida junto al presidente de la Confederación de Pymes Constructoras de la República Argentina, Daniel Mafud; el presidente de la Federación de la Construcción de la Provincia de Buenos Aires, Guillermo Anso, y el presidente de la Federación Económica de la Provincia de Buenos Aires, Alberto Kahale.

## CADENA DE VALOR

"Con este Congreso buscamos poner en evidencia la importancia de la gran cadena de valor de las pymes constructoras en la trama económica nacional. Desde hace once años, constructores y dirigentes de la Argentina aportan su tiempo para encontrar un canal de diálogo con los tres niveles del Estado para potenciar el sector", señaló Mafud.

Por su parte, Bereciartúa realizó un importante anuncio: "Estamos a punto de concretar un paso histórico. La Confederación de Pymes Constructoras pasará a tener un lugar preponderante en la CAME, formando oficialmente parte

**Bereciartúa: "La Confederación de Pymes Constructoras pasará a formar oficialmente parte de la mesa de conducción de la CAME".**



Guillermo Anso, Daniel Mafud, José A. Bereciartúa y Alberto Kahale.



Las palabras de bienvenida del secretario general de la CAME, José A. Bereciartúa.

de la mesa de conducción de nuestra entidad".

Además, en relación a la coyuntura actual, expresó: "Estamos viviendo momentos duros. Otros temas se privilegian por delante de las pymes y una vez más somos los que soportamos esa situación y los proyectos productivos quedan relegados. Pero sentimos que la maduración está llegando y esperamos que llegue para quedarse, para así poder defender a lo importante en esta economía que somos las pymes, las máximas generadoras de empleo".

A su turno, Anso subrayó: "La cadena de valor de la construcción es más que importante. Es la primera vez que se hace un congreso en la CAME y esperamos que no sea el último. Entre todos podemos seguir haciendo grande este sector". En ese mismo sentido, Kahale agregó: "Necesitamos que todos los sectores estén unidos para sumar fuerzas de trabajo. Este es un espacio para avanzar juntos".

### EXPOSICIONES

La primera exposición estuvo referida a "Pobrezas de hábitat y viviendas en la Argentina urbana", a cargo de Agustín Salvia, director del Observatorio de la Deuda Social de la UCA, quien puso énfasis en el complejo sistema urbano del país. Dijo que debe ser tomado como objeto de estudio y análisis pero también como objeto de políticas para lograr su integración y desarrollo.

A continuación, el economista Mariano

## Mafud: "Con este Congreso buscamos poner en evidencia la importancia de la gran cadena de valor de las pymes constructoras en la trama económica nacional".

De Miguel fue el encargado de analizar la actualidad del sector, en una exposición que tuvo como eje "Las pymes en un complejo año electoral".

Bernardo Stamateas (reconocido doctor en Psicología, autor de numerosos best seller y conferencista internacional) dio una charla sobre "Tu fuerza interior", ahondando en aspectos motivacionales de fortalecimiento personal en contextos de crisis.

Rogelio González Yañez, constructor civil y consejero honorario de la Cámara Chilena de la Construcción, encabezó la última exposición y brindó su experiencia referida a políticas de construcción de viviendas en Chile.

Al finalizar la jornada, el vicepresidente 2° de CAME, Ricardo Diab, junto al presidente y al vicepresidente de la Confederación de Pymes Constructoras, Daniel Mafud y Carlos Villanueva, encabezó la ceremonia de cierre y planteó que "resulta indispensable esbozar un proyecto de país que contemple el desarrollo productivo de la mano de la generación de empleo y la contención del tejido social".



Bernardo Stamateas, en su exposición "Tu fuerza interior".

COMERCIAR | Análisis

# EL PLAN DE ESPAÑA PARA IMPULSAR LA COMPETITIVIDAD PYME

Con metas para el 2030, fue aprobado por el Consejo de Ministros, marca siete áreas clave y tiene destinado un presupuesto multimillonario en euros.

El Consejo de Ministros de España aprobó recientemente un plan para mejorar la competitividad de las pequeñas y medianas empresas, que se encuadra en el Marco Estratégico en Política Pyme 2030.

El plan estipula siete áreas clave a impulsar, a través de una serie de programas de apoyo y financiación, que ya cuentan con partidas presupuestarias definidas.

Las áreas que se consideran clave para la mejora de las pymes españolas son gestión empresarial y talento, emprendimiento, acceso y facilidades de financiación, el marco regulatorio en el que se desenvuelven las pymes, la innovación y digitalización, favorecer la internacionalización y la sostenibilidad.

Para poner en marcha este plan, la Administración aprobó un fondo de 455.500.00 euros. De ese importe,



Ministra de Industria, Comercio y Turismo de España, Reyes Maroto.

95.800.000 irán a las líneas de pequeñas y medianas empresas, a la de empresas de base tecnológica y a la de jóvenes emprendedores. Todas esas líneas las gestiona la Empresa Nacional de Innovación.

Por otro lado, se destinarán 50 millones de euros para un programa conocido como FIEM-Pyme, cuyo objetivo es ayudar a estas empresas a internacionalizarse.

Además, 307.600.000 euros del Fondo Nacional de Eficiencia Energética estarán destinados a ayudar a las industrias a actualizar sus equipos, implantar sistemas de gestión energética y mejorar los procesos industriales.

El Consejo de Ministros decidió aprobar esas ayudas teniendo en cuenta que las pymes son una parte importante del tejido productivo. En concreto, el 99 por ciento de las empresas son pymes que representan un 62 por ciento del valor bruto agregado y un 66,5 por ciento del empleo empresarial.

#### ENTORNO FAVORABLE

Al anunciar el Marco, la ministra de Industria, Comercio y Turismo, Reyes Maroto, resaltó la necesidad de crear un entorno favorable para la creación de empresas, así como de profesionalizar a los gestores empresariales para atraer y retener el talento.

"Además, hay que crear un marco regulatorio que elimine las trabas para el crecimiento y la consolidación de las empresas", apuntó.

En cuanto a la financiación, dijo que el Marco "propone seguir avanzando en instrumentos alternativos al crédito bancario y en dotarnos de mejores mecanismos para reducir la morosidad: implantar un régimen sancionador o un sistema arbitral de morosidad y promover códigos de buenas prácticas".

Reyes Maroto afirmó entonces que "la innovación y la digitalización tienen que acompañar a las pymes, así como la sostenibilidad, necesaria para seguir creciendo y generando empleo" y planteó que "es necesario avanzar en la transición hacia una economía baja en carbono".

Respecto a la internacionalización, manifestó que supone creación de riqueza y empleo, "por lo que hay que poner a disposición de las empresas los instrumentos financieros adecuados a sus necesidades".

#### ROL FUNDAMENTAL

Las pymes desempeñan un papel fundamental en el crecimiento económico y el fomento de la competitividad en el ámbito europeo. Más del 99 por ciento de las empresas que existen en la Unión Europea son pyme que dan empleo a 94 millones de personas y generan más de la mitad del valor añadido del conjunto del tejido empresarial.

En España, las pymes suponen el 99,8 por ciento de las empresas, representan poco más del 62 por ciento del Valor Añadido Bruto (VAB) y el 66 por ciento del empleo empresarial total.

Concretamente, las pymes con asalariados constituyen el 46 por ciento de las empresas y emplean a más de ocho millones de trabajadores, lo que representa el 53,30 por ciento del empleo empresarial total.

"Su relevancia implica que cualquier política orientada a la mejora del posicionamiento de nuestro país en el entorno económico global tome en consideración de forma prioritaria a las pymes", dice el Gobierno español en su "Marco Estratégico en Política de Pyme 2030".

COMERCIAR | Industria

# REUNIÓN EN LA CAME PARA HONRAR LA INDUSTRIA NACIONAL

El Comité del sector analizó el panorama político/económico actual con la participación de periodistas expertos en la temática.



En el Día de la Industria, el Comité de Industria de la CAME se reunió para "honrar la industria nacional" y analizar el panorama político/económico actual en un debate que tuvo como ejes principales a la necesidad de bajar el costo argentino, de regionalizar los apor-

tes patronales, de terminar con la industria del juicio, de acceder a tasas diferenciales para pymes y de una pronta ley de modernización laboral.

"En momentos de crisis es cuando hay que debatir leyes como la modernización laboral, porque es el momento en que podemos generar cambios que permitan recuperar la competitividad", señaló el presidente de la Confederación, Gerardo Díaz Beltrán.

Agregó que "el desafío que tenemos es salir al mundo con el acuerdo Mercosur-UE" y planteó que "necesitamos de

**Díaz Beltrán: "Necesitamos de los mercados externo e interno para crecer de manera sostenida".**

los mercados externo e interno para crecer de manera sostenida".

En ese mismo sentido, Carlos Venier, coordinador del sector, indicó: "Nosotros no somos formadores de precios y tenemos que soportar, como empresarios, 160 impuestos". "Nos cuesta más administrar la burocracia y la enorme y distorsiva presión fiscal que administrar nuestro negocio", subrayó.

#### LA MIRADA DE LOS EDITORES

Luego, editores de los principales medios gráficos nacionales expusieron su perspectiva política y económica.

Desde "Cuchufrito" a casos de éxito, Alfredo Sainz (Economía, La Nación) examinó el panorama empresarial y resaltó, ante un centenar de industriales de todo el país, que "el e-commerce es una obligación, no una opción a la hora de enfrentar el mercado".

En tanto, el editor jefe de Ambito.com, Guillermo Gammacurta, remarcó que "la presión fiscal es escandalosa" y concluyó que "las pymes tienen que seguir reclamando el rol central en la economía".

Por su parte, Walter Schmidt, secretario de redacción de Clarín, invitó a los industriales a la reflexión: "Tenemos que definir qué modelo de país queremos ser, la solución no la tiene un solo partido o un candidato".

Por último, Walter Brown, jefe de redacción de El Cronista Comercial, fue contundente al sostener que "el próximo gobierno se va a encontrar con un escenario que no le va a permitir bajar las tasas".

Durante la jornada, también expuso el diputado nacional Marco Lavagna, quien apuntó contra la industria del juicio: "Dos juicios laborales en una pyme y posiblemente funda", concluyó.

#### TOZUDEZ NACIONAL

Como cierre del encuentro, Bruno Pedro de Alto, autor de "Tozuda Industria Nacional", sintetizó los aspectos centrales de su libro, publicado el año pasado.

El texto habla del contexto político, social y económico que ofrecía el territorio del Virreinato del Río de la Plata. "Difícilmente se podrían haber desarrollado, por entonces, actividades técnicas e industriales de envergadura, trascendentes y de impacto simbólico. Sin embargo, tozudamente, los carpinteros tucumanos hicieron monumentales carretas para transportar mercancías desde Potosí hasta el puerto de Buenos Aires, hasta bien avanzado el siglo XIX", detalló.

Agregó que "tozudos fueron los patriotas que convergieron con diferentes nacionalidades, oficios y saberes, para fabricar, sin saber demasiado, armas para la guerra" y dijo que el mismo adjetivo corresponde a Meville S. Bagley, quien, a partir de su bebida Hesperidina, hizo nacer una empresa alimenticia nacional notable.

Finalmente se refirió a Vicente L. Casares, creador de La Martona, "el tozudo argentino que se convirtió en industrial cuando muy poco a su alrededor indicaba que ello pudiera ocurrir".

**Carlos Venier: "Nos cuesta más administrar la burocracia y la enorme y distorsiva presión fiscal que administrar nuestro negocio".**

# EXPO CAFIRA: EMPRENDEDORES EN EL STAND DE LA CAME

Fueron convocados para exponer sus productos y servicios en el ámbito del espacio institucional de la entidad en la prestigiosa feria internacional.

Más de 130 empresas líderes, todas destacadas por la excelencia y la calidad de sus productos, participaron de Expo CAFIRA, la exposición internacional organizada por Cámara Argentina de Fabricantes e Importadores de Regalos y Afines en Costa Salguero que abarca rubros tales como diseño, iluminación, decoración, muebles, ambientación. En representación de la CAME, el Departamento de Financiamiento y Competitividad Pyme -junto a CAME Joven y Mujeres Empresarias- estuvo presente en el stand institucional de la Confederación. En este espacio, además de difundir las actividades de la entidad, fueron convocados emprendedores de la red para que expusieran sus productos y sus servicios:

**-Mapoteca:** nace de la idea de rescatar planos y mapas antiguos para convertirlos en objetos únicos de decoración y diseño.

**-Estudio Chalé:** diseño de luminaria y objetos decorativos.

**-Letit:** diseño de accesorios textiles.

**-Melina Joyería:** en rodocrosita y otras piedras preciosas, diseñadas exclusivamente por los mejores artesanos en el área.

**-Pez Globo:** comercialización de globos de látex, metalizados, caminantes, accesorios, armado de decoraciones de eventos privados y corporativos.

**-Zazil:** perfume de autor.

**-Endless Bienesta:** artículos para el hogar y bienestar hechos a mano.

**-Planea DG:** regalos personalizados para eventos y empresariales.

**-Venecia Sin Ti:** espejos y mesas decorativas.

Más información  
[financiamiento@came.org.ar](mailto:financiamiento@came.org.ar)



# CAPACITACIÓN A DISTANCIA Y GRATUITA

**80** cursos  
a distancia  
y gratuitos



Tutorías a cargo  
de especialistas  
4 semanas de duración  
100% on line



**INFORMACIÓN E INSCRIPCIONES**  
[www.came-educativa.com.ar](http://www.came-educativa.com.ar)



Confederación Argentina de la Mediana Empresa



Certificación del Sistema de Gestión de Calidad Normas IRAM-ISO 9001/2015

# PRODUCCIÓN ALTERNATIVA: COOPERATIVA CHAQUEÑA DEDICADA AL ALOE VERA

Ricardo Peralta, presidente de la Cooperativa Regional de Productores de Aloe Villa Ángela Limitada (CoorPAVAL), comparte la experiencia del grupo y habla del desafío de completar una cadena que también incluya la industrialización y la comercialización.

## -¿Cómo surgió la idea de formar una cooperativa dedicada al cultivo de aloe vera?

-Entre varias personas queríamos apostar a una producción regional y, dentro de las opciones posibles, la elección fue el cultivo de aloe vera.

## -¿Qué dificultades encontraron entonces para concretar la iniciativa?

-Las dificultades fueron muchas, ya que no había experiencias en la zona. Varias personas habían comenzado con el cultivo, pero no pudieron completar una cadena productiva que llevara a la comercialización de productos con aloe vera.

## -¿Cuál es la situación actual de la producción de aloe vera?

-El cultivo es la única parte de la iniciativa que continúa, ya que es sustentable debido a la zona geográfica de clima y suelo. La industrialización y la

comercialización son complicadas, porque no es un producto de uso común en la zona.

## -¿Atraviesan un buen momento o se trata de una etapa difícil?

-Estamos atravesando una etapa difícil. A lo atípico de esta producción, se suma la inestabilidad económica, que tiene como efecto una extrema prudencia de posibles inversores en las economías regionales emergentes.

## A LA SOMBRA DEL MONTE

El aloe vera es una planta natural de la zona del Chaco y Formosa. En contraposición, Misiones es una provincia demasiado húmeda y la cordillera, una área demasiado seca. En el Chaco, la producción no requiere demasiada inversión, porque la sombra natural del monte chaqueño le brinda protección. El cultivo se aumenta replantando los hijuelos que va dando la planta.

CoorPAVAL se encarga de la producción primaria. Desarrolla plantas con buenas hojas y trabaja con tres variedades: la Barbadensis Miller (de comercialización internacional), la Barbadensis Chinensis (más doméstica) y la Aloe Vulgaris (más rústica, sin necesidad de cuidados).

## EN NÚMEROS

La cooperativa CoorPAVAL (Cooperativa Regional de Productores de Aloe Vera Villa Ángela Limitada) está integrada por diez personas y fue creada hace una década en el monte chaqueño. Actualmente cuenta con unas cuatro hectáreas de aloe vera.



**-¿Qué medidas considera necesarias para impulsar el desarrollo de la producción de aloe vera?**

-Un aspecto poco favorable para esta clase de producción se debe a que estamos alejados de los centros de industrialización de productos alimenticios, por lo que tenemos que afrontar costos elevados que se deben trasladar a los costos finales de nuestra producción. Como resultado, se hace difícil competir con otros productos similares.

**-¿Y para avanzar en la industrialización y la comercialización?**

-La dificultad consiste en que la cadena de producción, industrialización y comercialización no está completa. Entonces, de manera individual o asociados, los resultados económicos son los mismos.

**EN EL MUNDO**

Sudáfrica es considerada la cuna del aloe y China se destaca por su superficie dedicada al cultivo, pero Estados Unidos se ha convertido en el primer productor mundial, tanto de materia prima como de productos elaborados.

Otros países productores de América son Venezuela, México y República Dominicana. Los mercados más atractivos para la comercialización son los de Estados Unidos, Alemania, Italia, Japón y Corea, entre otros.

**-¿Tendrían que poder pasar de una escala artesanal a una escala industrial?**

-La producción a escala industrial es la única manera de salir de esta zona productiva a las zonas más favorecidas económicamente.

**-¿Cómo imaginan el panorama en cuanto a la producción y comercialización de aloe vera de acá a diez años?**

-Nos imaginamos un panorama favorable en cuanto a que se desarrollen en todo el país más posibilidades de competitividad para las economías regionales y un trato igualitario, especialmente en aquellas zonas donde las dificultades son mayores.

**-¿Es optimista?**

-El optimismo a mediano y largo plazo se debe a la seguridad de seguir apostando al crecimiento de nuestra Argentina con nuestros aportes a las economías regionales.

**UN MAESTRO**

Peralta es director de una escuela primaria de Villa Ángela y trabaja en la cooperativa durante los fines de semana.

"Es una producción para complementar con otra actividad. No hay nadie que se dedique solo a la producción del aloe vera, porque no logramos acceder a la comercialización a gran escala", apunta.

COMERCIAR | Mujeres Empresarias

## PLENARIO Y RETIRO

Con referentes de todo el país y de distintas localidades de la provincia de Buenos Aires, se desarrolló el Plenario Federal en el marco del Retiro Dirigencial de Mujeres CAME y FEBA. Se trataron temas como la gremial empresaria y el rol de los dirigentes e instituciones en la articulación público-privada; mujeres, participación y la paradoja de la prioridad, herramientas para pymes y plataformas tecnológicas. El evento finalizó con una capacitación sobre oratoria y presentaciones efectivas. Laura Teruel, presidenta de ME FEBA y vicepresidenta 1ª de Mujeres CAME, fue reconocida por la Comisión Directiva del sector por su compromiso con la gremial empresaria femenina y su ardua e impecable gestión.



## EN EXPO AGRO NEA



Mujeres Empresarias de CAME estuvo presente en la Expo Agro NEA, marco en el que fue desarrollado un exitoso encuentro de mujeres rurales. Allí convergieron mujeres de diferentes ámbitos (empresarias, ingenieras, micro emprendedoras y mujeres indígenas).

## ENCUENTRO EN CORRIENTES

Un encuentro de fortalecimiento institucional fue realizado en la sala de reuniones de la Secretaría de Turismo de Itzaingó, provincia de Corrientes. Contó con funcionarios locales y provinciales y se desarrolló en el marco del Programa "Emprendedores Somos Todos".



# DÍA DE FABRICACIÓN EN ESCUELAS DE SAN JUAN

Con el objetivo de fomentar la cultura emprendedora entre un millar de alumnos.

En conmemoración del Día de la Industria, unos mil alumnos de 37 escuelas de Santa Lucía, provincia de San Juan, fabricaron sus ideas. La iniciativa del intendente local, Marcelo Orrego, contó con el apoyo de la CAME con el objetivo de fomentar la cultura emprendedora.

Casas inteligentes manejadas con el celular, kits de robótica, llaveros con código QR, stickers, juegos adaptados con sistema braille, proyectos de biogás, impresiones 3D, juguetes mecánicos, insecticidas, riego por goteo para uso doméstico, lamparitas con material reciclado, calefón solar con botellas recicladas, instrumentos musicales y productos cosméticos fueron algunas de las iniciativas que impresionaron a los directivos de CAME Joven e Industria.

"En las escuelas se enseña a hacer un currículum, una o dos hojas para buscar trabajo, pero no se enseña a ser emprendedores, por eso esta idea es muy buena", destacó Juan Pablo Bazán, director ejecutivo de CAME Joven. "Nos emocionó el entusiasmo de maestros y alumnos desarrollando proyectos juntos. Cada producto fue el resultado del trabajo en equipo y se vivió con esa energía y pasión", dijo Fabián Zarza, presidente del sector.

Por su parte, Carlos Venier, titular de CAME Industria, comprometió a Orrego para que, cuando asuma como diputado nacional, presente la iniciativa en el Congreso de la Nación para que se realice en todas las escuelas del país.

Además, dirigentes de la Federación Económica de San Juan, de la Cámara de Comercio de San Juan y del Centro



Comercial local otorgaron premios y distinciones y quedaron en contacto con las escuelas para seguir colaborando y potenciando la creatividad. La iniciativa fue declarada "de interés educativo, social y cultural" por la Legislatura provincial, "de interés educativo" por el Ministerio de Educación de la provincia y "de interés departamental" por el Concejo Deliberante de la ciudad de Santa Lucía.

**Fabián Zarza: "Nos emocionó el entusiasmo de maestros y alumnos desarrollando proyectos juntos. Cada producto fue el resultado del trabajo en equipo y se vivió con esa energía y pasión".**

COMERCIAR | Turismo

# SEMINARIOS DE TURISMO RURAL PARA HOMENAJEAR A ROBERTO TORRES

En las rutas que fueron escenario de su histórica lucha a favor de las pymes patagónicas.

Con el fin de homenajear al ex dirigente Roberto Domingo Torres, el sector Turismo de la CAME realizó cuatro seminarios sobre turismo rural en las rutas que fueron escenario de su histórica lucha en favor de las pymes patagónicas.

En el marco del programa Turismo Somos Todos, se desarrollaron las capacitaciones durante tres jornadas en Santa Rosa (La Pampa), Valcheta, Ingeniero Jacobacci y Bariloche (Río Negro).

Además del contenido técnico, los encuentros contaron con un rasgo emotivo, ya que en Santa Rosa participaron de la actividad Elisa y Martín, esposa e hijo de Roberto.

Estas acciones permiten avanzar en la conformación de la Red Federal de Turismo Rural que impulsa la Secretaría de Turismo de la CAME. Esta vez, el espacio geográfico elegido para facilitar herramientas de capacitación a prestadores turísticos fue la Patagonia Norte.

Los encuentros fueron dirigidos a em-

**Dirigidos a prestadores de servicios turísticos, dirigentes del sector, referentes de gobiernos locales y estudiantes de la carrera de Turismo de La Pampa y Río Negro.**



Sebastián Bel junto a Jorge Ortiz Echagüe (dirigente de La Pampa), Roberto Gutiérrez (presidente de la Cámara de General Pico) y Elisa, esposa de Roberto Torres.

presas prestadoras de servicios turísticos, dirigentes del sector, referentes de gobiernos locales y se sumaron estudiantes avanzados de la carrera de Turismo de La Pampa y Río Negro.

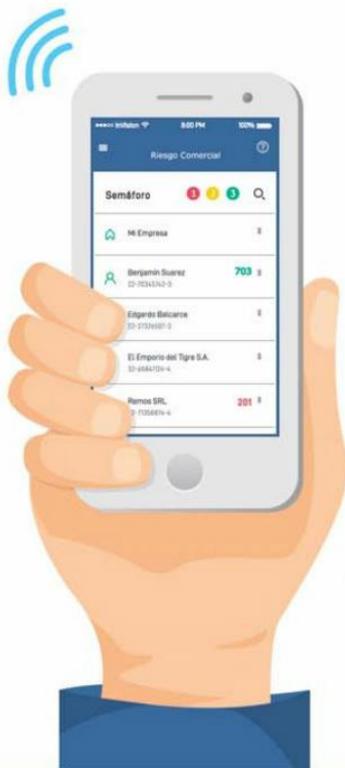
Los seminarios fueron dictados por el director ejecutivo de CAME Turismo, Sebastián Bel, y por el especialista en Turismo Rural Javier Dellamónica.

El secretario de Turismo de CAME, Gregorio Werchow, sostuvo que "la realización de estos seminarios está enmarcada en los objetivos que venimos trabajando con la Secretaría de Turismo de la Nación, con la que compartimos la idea de que la ruralidad, el comercio, el turismo y las economías regionales son parte fundamental para el fortalecimiento de la actividad de servicios". Este ciclo de charlas continuó en las provincias de Entre Ríos, Formosa y Buenos Aires en el transcurso del mes de septiembre.

# ¿LO VAS A DEJAR PASAR? ¡Subite!



Enfocate en lo que sabes hacer, PILAR CAME te dará las herramientas para que puedas evolucionar junto a tu negocio y entrar en la economía digital.



## PRIMER SERVICIO

### ★ Riesgo Comercial ★

Vas a ver un semáforo con el estado de tus principales clientes, pedir informes comerciales, informar incumplimientos ¡y mucho más!

### ★ Lo que viene ★

Capacitación, factura electrónica, conciliaciones de tarjetas de crédito, pagos, entre otros.

### ★ Fácil y simple ★

## ★ DESCUENTOS PARA ASOCIADOS ★

### ★ Ingresá ahora ★



[pilarcame.com.ar](http://pilarcame.com.ar)



# pilar

LA BASE DE TUS NEGOCIOS

Con el respaldo de



Confederación Argentina de la Mediana Empresa

**TEIPESA**

Tecnología e Información para Empresas S.A.  
[www.teipesa.com.ar](http://www.teipesa.com.ar) | [info@teipesa.com.ar](mailto:info@teipesa.com.ar)

COMERCIAR | Comercio Exterior

# CAPACITACIÓN SOBRE EL DESAFÍO EXPORTADOR EN MISIONES

Enmarcada en el programa Argentina Exporta, fue dictada en la ciudad de Posadas con gran convocatoria.

La CAME, junto a la Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional y la Confederación Económica de Misiones, convocó con gran éxito a la capacitación gratuita sobre "El desafío exportador" en la ciudad de Posadas, Misiones.

Esta capacitación está encuadrada en el programa Argentina Exporta, plan del Gobierno Nacional que organiza la política exportadora del país, ubicándola como el eje central de la política productiva. Exportar es la vía para lograr crecimiento a largo plazo, el desarrollo de la innovación y la generación de empleo de calidad.

Desde Argentina Exporta, se promueven la capacitación y la difusión de herramientas de comercio exterior. De esta forma, se da respuesta a la demanda de más capacitación en temas de

**Se busca impulsar una nueva cultura exportadora para hacer frente al desafío de llegar a los mercados externos como camino para transformar el perfil de las pymes.**



comercio exterior por parte de las empresas que fue identificada en el diálogo entre los sectores público y privado en el marco de distintos espacios institucionales de coordinación del plan, principalmente en la Mesa Exportadora.

Se busca impulsar una nueva cultura exportadora para hacer frente al desafío de llegar a los mercados externos como camino para transformar el perfil de las pymes. Este cambio requiere fortalecer las capacidades de las instituciones y dotarlas de mejores herramientas para acompañar a las empresas en esta tarea.

En este contexto, la CAME y el Ministerio de Producción y Trabajo de la Nación extienden esta propuesta de capacitación en comercio exterior, con la expectativa de que pueda ser implementada en todas las regiones del país.

# SEMINARIO SOBRE COMERCIO Y TURISMO EN ENTRE RÍOS

Organizado en la ciudad de La Paz, donde también fue firmado un convenio para llevar adelante proyectos de Centros Comerciales a Cielo Abierto.

Un seminario sobre "Ciudad, Comercio y Turismo" fue organizado por los sectores de Comercio y Turismo de la CAME en la ciudad entrerriana de La Paz. La actividad fue acompañada desde la Municipalidad local y el Centro Comercial de La Paz.

En ese marco, fue presentado el Proyecto de Fortalecimiento Competitivo de la Oferta de Servicios Turísticos y Comerciales que la CAME está implementando en La Paz, que apunta a proponer buenas prácticas para construir un camino a la competitividad como destino turístico.

El plan de acción que se dio a conocer tiene un alcance de dieciocho meses y hace foco en lograr el consenso entre el comercio y el turismo, para posicionar a La Paz como destino destacado. Estas acciones permiten avanzar en la conformación de la Red Federal de Turismo Rural, que impulsa la Secretaría de Turismo de CAME.

El seminario fue dictado por el director ejecutivo de CAME Turismo, Sebastián Bel, y por Javier Dellamónica, especialista en turismo rural.

Por su parte, Fabián Tarrío, vicepresidente del sector Comercial de CAME, destacó que "la identidad de la ciudad adquiere el protagonismo necesario



La firma del convenio entre la CAME y las autoridades locales.

cuando todos los actores involucrados en un proyecto común aúnan, asociativamente, esfuerzos para que se cristalicen los objetivos trazados".

A su turno, Oscar Antonione, director del Programa de Fortalecimiento del Comercio Minorista de CAME (PRO-COM), repasó ejemplos concretos del cambio que generan proyectos de Centros Comerciales Abiertos en una ciudad y los trasladó al caso de La Paz.

En el marco de este encuentro, además, se firmó un convenio para llevar adelante proyectos de Centros Comerciales Abiertos en la ciudad, suscripto por la CAME y el Municipio y rubricado por el Centro Comercial local y la Federación Económica de Entre Ríos.

# AVÍCOLA SALTEÑA COMPROMETIDA CON LA ENERGÍA LIMPIA



Construyó una planta de energía solar fotovoltaica que aprovecha las condiciones climáticas locales. Se autoabastece e inyecta el excedente en la red pública.



En La Silleta, a unos pocos kilómetros de la capital de Salta, el empresario Francisco Escudero está al frente de su firma La Montaña, una granja avícola comprometida con la innovación y el uso de energías alternativas.

En 2017, realizó una inversión muy importante para construir una planta de generación de energía solar fotovoltaica, preparada para generar 150 kW, con la que se autoabastece de electricidad e inyecta el excedente a la red pública.

El proyecto fue planteado en el marco de los alcances de la ley provincial 7824, de Balance Neto de Energía Eléctrica, que permite al usuario compensar sus consumos con electricidad generada por fuentes renovables y, en caso de existir excedentes, vender éstos a la empresa distribuidora del servicio.

"Si bien la inversión inicial es importante, el uso de este tipo de energía conviene bajo todo punto de vista y sobre todo, por tres razones: reduce costos, permite desgravación impositiva en el Impuesto a las Ganancias como inversión en energía limpia y respeta el me-



dio ambiente", explica Francisco.

En este marco, subraya un dato clave para evaluar una iniciativa de este tipo a futuro: "Aunque la recuperación de la inversión puede darse en entre cinco y siete años, hay que tener en cuenta que las tarifas de energía en nuestro país todavía no alcanzaron los valores internacionales reales".

## DESEQUILIBRIO

En relación a la tarifa que EDESA (distribuidora de energía eléctrica en Salta) paga a quienes inyectan el excedente a la red pública, Escudero plantea que quedó desfasada tras los aumentos en la facturación registrados en los últimos años. "Nos cobra más pero nos paga igual", aclara.

"Gestionamos un reclamo ante el ente regulador por este tema, pero no pudimos avanzar al respecto. Si fuésemos más los que estamos con iniciativas de este tipo, quizás sería más fácil hacernos escuchar", apunta.

# RONDA DEL SECTOR DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN LA CIUDAD DE CÓRDOBA

Organizada por la CAME junto a la Cámara Argentina de Supermercados y la Federación Argentina de Supermercados y Servicios.

Más de 210 empresas de quince provincias participaron de la ronda de negocios del sector de Alimentos y Bebidas organizada por la CAME, la CAS (Cámara Argentina de Supermercados) y la FASA (Federación Argentina de Supermercados y Servicios) en el hotel Sheraton de Córdoba. También estuvieron presentes firmas de Santa Cruz de la Sierra (Bolivia) y Río de Janeiro (Brasil). Se concretaron más de 2.800 entrevistas.



## RONDA CON CUBA

Casi una veintena de empresas e instituciones de Cuba participaron de la ronda internacional y multisectorial de negocios realizada en la sede de la CAME, a la que concurren más de 50 pymes argentinas.

Planificada con el objetivo de ampliar los horizontes comerciales de ambos países, hubo decenas de entrevistas entre firmas interesadas en exportar e importar productos de las dos naciones y potenciar su actividad.

Se trató de una gran oportunidad para que proveedores y fabricantes nacionales de distintos sectores de nuestra economía generen nuevos vínculos

económicos para completar, ampliar y/o renovar sus líneas de producción, comercialización y abastecimiento. Entre otros rubros, participaron pymes de las áreas de Salud, Tecnología, Alimentos, Turismo, Ganadería, Frutas, Ferretería, Cultura y Pesca.



COMERCIAR | Tecnología

# ESTRATEGIAS DE GENERACIÓN DE LEADS EN NEGOCIOS B2B

Leandro Galicia, especialista en marketing online y docente de CAME Educativ@, explica cómo construir una base de leads para sumar clientes en el corto plazo a las empresas que se desempeñan en estos mercados.

El embudo digital y automatizado de conversión de leads puede tener muchas configuraciones posibles, pero los componentes principales en la mayoría de los funnels (embudos) son:

**-Lead magnet.** Hay que tener una moneda de cambio gratuita con los contactos, a modo de un imán que le permita a la empresa intercambiar información de valor, a cambio del email/teléfono de contacto. De esta forma, se va armando de una base de datos. Para crear un Lead Magnet poderoso, se consideran las preguntas más relevantes que se hacen los clientes relacionados al servicio y se crea un contenido de valor para ilustrar/mostrar/explicar, cómo el producto/servicio puede ayudar a resolver esa inquietud.

## CONCEPTOS BÁSICOS

### B2B

Del inglés "business-to-business", hace referencia a las transacciones comerciales entre empresas, por ejemplo, entre fabricante y distribuidor o entre distribuidor y comercio minorista.

### LEAD

Un lead es un usuario que ha entregado sus datos a una empresa y que, como consecuencia, pasa a ser un registro de su base de datos con el que la organización puede interactuar.

**-Landing page.** Una ciento por ciento optimizada, que incluya una clara propuesta de valor (USP=Unique Selling Proposition), un llamado a la acción (call to action) claro, poderoso y persuasivo (demo gratis, agendá una visita sin cargo); testimonios reales de usuarios/clientes y logotipos de empresas con las que ya trabajan.

Se debe usar siempre un lenguaje basado en beneficios. Hay que "bucear" en las redes sociales para descubrir cuáles son los que los clientes buscan.

### -Secuencia automática de emails.

Cada tres o cuatro días, con contenido educativo y fuertes llamados a la acción. Debería incluir de cinco a siete emails (steps) en treinta días. Menos del 10 por ciento de los clientes potenciales convierten en el primer email.

**-Campañas segmentadas.** Estrategia y herramientas adecuadas para dirigirse a públicos personalizados (Facebook Ads, por ejemplo), para capitalizar el tráfico del sitio que no convirtió.

### CREAR CONTENIDO DE VALOR

Los compradores de tipo B2B son cada vez más propensos a realizar su propia investigación en Internet, acerca de lo que están necesitando adquirir y cuál es aquella solución que los ayuda a transformar su dolor o necesidad, en un beneficio.

Los tipos de contenido más valiosos



para los compradores potenciales son:

- Videos, webinars, live videos (Facebook lives), tutoriales que muestran la funcionalidad del producto o servicio.
- Artículos de blog que abordan problemas comunes en esa industria y cómo el producto o servicio ayuda a resolverlos.
- Los informes de tendencias de la industria en la que se desempeña la empresa también son valiosos ya que les brinda conocimiento y aprendizaje a los potenciales compradores.

Una excelente estrategia para definir las bases de marketing de contenido es investigando cuál es el contenido más popular en Internet. (Cómo hacerlo en <http://bit.ly/topseguros>)

#### **DIRECCIONAR TRÁFICO (PAGO) A TUS LANDING PAGES**

El tráfico pago para la generación de leads B2B es una estrategia efectiva y escalable. Las dos plataformas que tie-

nen el mejor rendimiento en términos de ROI son los anuncios en motores de búsqueda (Google Adwords) y LinkedIn. Estos anuncios en Google Ads, principalmente, pueden ser bastante costosos dependiendo de la industria, por lo que se sugiere asegurar que las páginas de destino y embudos automatizados tengan una más que aceptable tasa de conversión, para recuperar la inversión en Ads.

LinkedIn es otro gran canal para generar leads. Al usar la segmentación detallada y sus formatos de anuncios, se puede dirigir puntualmente a los potenciales clientes.

#### **HERRAMIENTAS GRATUITAS**

Crear herramientas gratuitas que respondan a las necesidades del mercado objetivo es una excelente manera de generar potenciales clientes calificados.

Al ayudar a los clientes potenciales a resolver un problema, se captura simultáneamente su información de contacto y transmite buena voluntad. Esto contribuye a convertir prospectos a una tasa más alta que las tácticas más tradicionales.

# NOVEDADES PARA PYMES

## SEGURIDAD SOCIAL

La Secretaría de Trabajo del Ministerio de Producción y Trabajo estableció que los planes de pago por multas por incumplimiento de los empleadores de declarar e ingresar los aportes y contribuciones -cuyo monto no supere la suma equivalente a ochenta veces el valor mensual del salario mínimo, vital y móvil- serán autorizados por los jefes de las Agencias Territoriales y por el director de Inspección Federal en sus respectivos ámbitos jurisdiccionales.

El número total de cuotas no podrá ser superior a 24 y nunca de menos de 3.000 pesos cada una.

## GENERACIÓN DE VEP

La AFIP estableció la modificación del procedimiento de generación del Volante Electrónico de Pago (VEP). Ahora, para cancelar obligaciones mediante transferencia electrónica de fondo se deberá ingresar al servicio "Presentación de DDJJ y Pagos", con Clave Fiscal con Nivel de Seguridad 2 como mínimo, o a través del sitio web de los prestadores homologados por el fisco nacional.

Una vez allí, habrá que generar el VEP en alguna de estas opciones: "Nuevo VEP", "VEP desde Deuda", "VEP desde Vencimientos", "VEP desde Archivo".

En todos los casos, el VEP deberá ser cancelado íntegramente en un solo pago. Hay que tener una cuenta bancaria en pesos desde la que se autorizará el pago por débito en cuenta.

## REPRO EXPRES

Se encuentra disponible el Programa de Recuperación Productiva (REPRO), cuyo objetivo es brindar a los trabajadores de las empresas, cuya solicitud haya sido aprobada, una suma fija mensual remunerativa de hasta un monto equivalente al salario mínimo por trabajador por un plazo de hasta 12 meses, destinada a completar el sueldo de su categoría laboral.

Las empresas deben acreditar la situación de crisis que atraviesan, detallar acciones para su recuperación y comprometerse a no despedir personal.

Más información disponible en [www.came.org.ar](http://www.came.org.ar)



## PLATAFORMA DE ENVÍOS OCA

Ahora podés gestionar online tus envíos desde donde estés, y entregarlos en cualquier punto del país.



### INGRESÁ

A la Plataforma desde [www.oca.com.ar](http://www.oca.com.ar) y comenzá a disfrutar de los beneficios.



Regístrate



Cargá los datos



Confirmá tu envío



Envíalo



Las buenas noticias llegan.

COMERCIAR | Capacitación

# CÓMO VENDER MÁS CON LA ESTRUCTURA ACTUAL

El licenciado Fabián Cabrera, docente de CAMEeducativ@, analiza cuestiones fundamentales a la hora de pensar un plan para reinventarse que resulte exitoso.

Hacer que las cosas sucedan representa la base para gestionar en un escenario complejo. Antes, cuando la demanda era mayor que la oferta, el rol de muchos líderes consistía simplemente en administrar la bonanza sin introducir grandes cambios.

Hoy hace falta pensar un plan alternativo para reinventarse, lograr un rápido consenso interno, dejando las diferencias de lado, y empezar a ejecutarlo.

La decisión actual de muchos de estos clientes es "lo voy a pensar". Entonces, si la fuerza de ventas y atención no cambia su modelo y sus habilidades, las ventas comenzarán a bajar, debido a que serán menos los consumidores dispuestos a comprar.

Cuando la energía de la demanda se vaya debilitando, hacer las cosas de manera "razonable" ya no alcanzará para que la organización siga avanzando. Se deberán modificar los modelos de gestión comercial, atención, ventas, retención, cobranzas y capacitación.

**El hecho de agregar nuevos canales comerciales o agrandar los canales existentes no será suficiente. El desafío está en optimizar los canales existentes.**

## OPTIMIZAR CANALES

El hecho de agregar nuevos canales comerciales (ventas telefónicas, fuerza de venta directa, representantes, franquicias, canales electrónicos) o agrandar los canales existentes (más sucursales, más vendedores, por ejemplo) no será suficiente. El desafío está en optimizar los canales existentes.

Una empresa sabe todos los días qué y cuánto vendió pero no qué podría haber vendido si hubiera manejado mejor los momentos de contacto. Este es el frente de batalla donde se define la cifra de ingresos de la empresa y muchas se ponen sus propios límites de ventas por no optimizar la gestión comercial.

El objetivo de la empresa no es bajar los costos sino ser rentable y crear valor. El objetivo ahora consistirá en tomar una porción más grande de un mercado más acotado.

## PREGUNTAS CLAVE

1. ¿Qué producto (actual, modificado, nuevo) vender hoy?
2. ¿A qué mercados y a qué segmentos vender?
3. ¿Cuál es el mercado potencial total estimado y cuáles son los objetivos comerciales?
4. ¿Cómo adecuar la empresa a partir de los nuevos objetivos?



5. ¿Qué nuevos activadores hay que diseñar para una gestión comercial efectiva?

6. ¿Qué camino hay que seguir para ejecutarlos adecuadamente?

Podrá o no haber necesidad de cambiar la oferta actual, pero seguramente será necesario cambiar la forma de vender. Habrá que optimizar y profesionalizar los canales comerciales, ya que será más difícil vender.

Es una época para estilos de liderazgos distintos. Llegó el momento de los hacedores, aquellos que hacen que las cosas sucedan. Los líderes deberán reenfocar su estilo personal.

Habrá que hacer modelos de ventas distintos, preparar, entrenar y guiar a los equipos. Como los vendedores vendrán con más fracasos, los líderes deberán estar muy cerca, motivar en terreno, coachear, guiar, movilizar y energizar permanentemente.

Hoy es el momento de los líderes presentes, proactivos, innovadores y creativos, que ven las oportunidades donde otros ven sólo obstáculos.

Todo suena muy fácil en palabras. Pero para realizar estos cambios es indispensable llevar adelante un proyecto de transformación comercial.

La experiencia demuestra que la ma-

yoría de las veces no se obtienen o se consolidan los resultados buscados en un inicio y todos los años se vuelve intentar con algo, hasta que se descubre a fin de año que no era la solución buscada y se vuelve a intentar otra vez algo distinto (pero parecido) al año siguiente. Es el círculo vicioso de los proyectos fallidos de intentos de mejora de productividad comercial.

Si a esos intentos de cambio que generalmente no alcanzan el resultado esperado le sumamos una recesión, enfocarse hacia un nuevo método de aumento de la productividad comercial para obtener más ventas con la estructura comercial actual deberá ser uno de los ejes centrales de la nueva agenda del director general, comercial y de Ventas.

#### CAMBIOS EXITOSOS

Los proyectos de cambio exitosos plantean el desarrollo de tres activadores en forma simultánea:

1. Estrategia comercial.
2. Organización de la gestión del ambiente comercial: metas claras, información, procesos, recursos, incentivos.
3. Efectividad de los individuos del área comercial: competencias, capacidades, motivaciones.

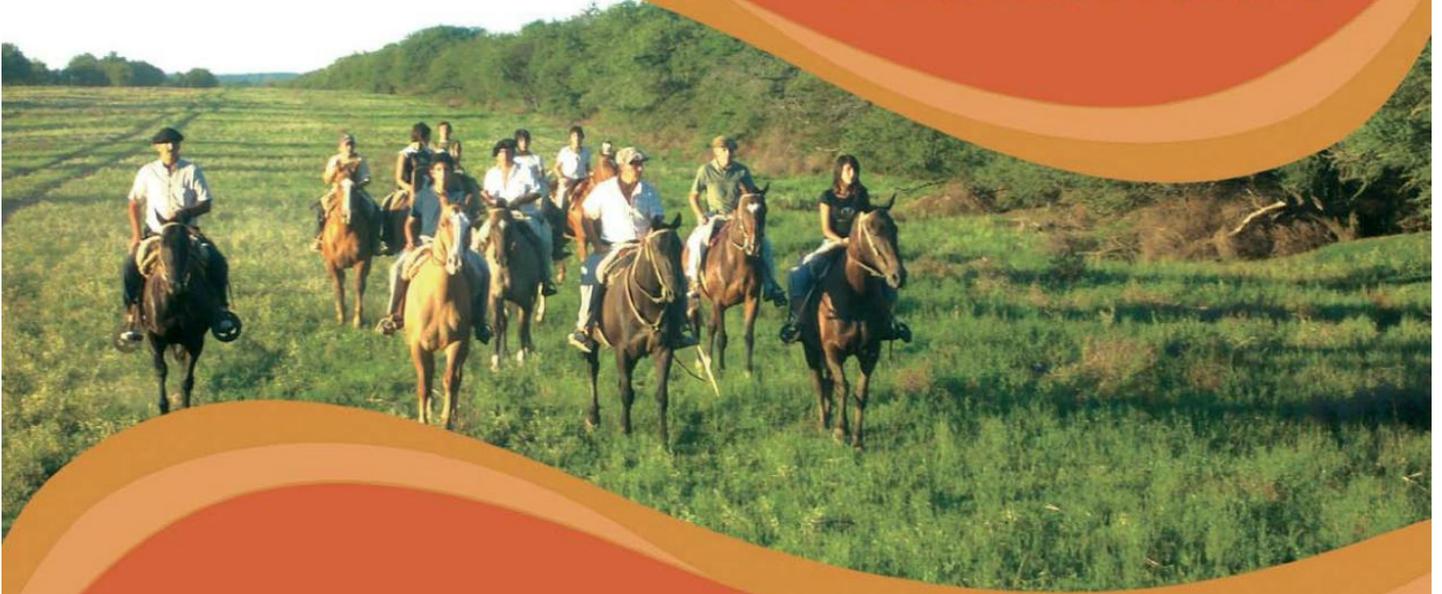
La crisis es una buena excusa para hacer el ajuste que se debería haber hecho mucho antes de la crisis. Crisis es oportunidad.

**Hoy es el momento de los líderes presentes, proactivos, innovadores y creativos, que ven las oportunidades donde otros ven sólo obstáculos.**

COMERCIARIO | Humor



Descubra otra  
**ARGENTINA**



# CAMPO, COMERCIO & TURISMO TV

VIERNES A LAS 23.30 / CANAL RURAL



UNA  
PRODUCCIÓN  
DE



CONFEDERACIÓN ARGENTINA DE LA MEDIANA EMPRESA  
[www.came.org.ar](http://www.came.org.ar) / [cct@came.org.ar](mailto:cct@came.org.ar)

# Más tecnología, más servicios, más OSDEPYM Ahora estar conectados es mucho más simple.

## App OSDEPYM

Lanzamos la nueva App con más servicios online



NUEVO SERVICIO



consultas médicas por videollamada 24 hs. desde cualquier lugar.

DISPONIBLE P4000 Y PERSONAL



Renovamos nuestra web [osdepym.com.ar](http://osdepym.com.ar)

Descargá nuestra App, visitá nuestro nuevo sitio y accedé a toda la información y beneficios que necesitás.

Tenemos el mejor plan, **cuidarte toda la vida.**

