Comerciar

INDUSTRIA, COMERCIO, TURISMO Y PRODUCCIÓN NACIONAL

AÑO XVI | NÚMERO 153 | DICIEMBRE 2018 / ENERO 2019

"Potenciando negocios en todo el país"

Jornada inspiradora y dinámica

Franqueo a pagar
Cuenta N° 16886
Correo Argentino
Casa Central

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 4.200.000 TRABAJADORES REGISTRADOS.

SEGURO DE ACCIDENTES PERSONALES

Instituto
Asegurador Mercantil

/Instituto Asegurador Mercantil
@INSTITUTO_ASEG

www.institutoasegurador.com.ar
Av. Belgrano 774, C.A.B.A. • Argentina
SSN 4338-4000/0800-6666-8400 • www.ssn.gob.ar • Registro 0381

carta al lector

Cerramos 2018 con la segunda edición de nuestro «Potenciando negocios en todo el país» e iniciamos 2019 con ese mismo objetivo: el impulso de la actividad pyme en la Argentina, para seguir afianzándonos como un pilar de la economía nacional.

En tiempos complicados como los actuales, el aporte de las pequeñas y medianas empresas a la generación de puestos de trabajo genuinos y sustentables es fundamental para la construcción de un escenario que nos incluya a todos y que nos permita imaginar un futuro digno.

Afrontamos las dificultades cotidianas con el desafío de encontrarles una solución pero teniendo en claro que la coyuntura no puede distraernos de otros temas esenciales. Es así que, a la par de las últimas noticias, también dedicamos páginas al análisis de tendencias, a cuestiones vinculadas a la innovación tecnológica, a la capacitación.

En las pymes sabemos de esfuerzos constantes, de batallas permanentes, de avances y de retrocesos y, sobre todo, estamos acostumbrados a no bajar los brazos. Detrás de cada empresa hay familias, comunidades, legados que pasan de una generación a otra y son una responsabilidad y un sostén al mismo tiempo.

Evitemos la repetición de errores, los caminos que nos llevaron al fracaso. Avancemos sin pausa hacia una Argentina productiva, pujante. Unámonos para lograrlo.

Un abrazo federal.

Gerardo Díaz Beltrán

staff

DIRECTOR:
Gerardo Díaz Beltrán

DIRECTOR EJECUTIVO:
Fabián Tarrío

CONSEJO EDITORIAL:
Francisco Matilla
Oscar Antonione

EDITOR:
Claudio Casademont
revistacomerciar@came.org.ar

SUSCRIPCIONES:
suscripciones@came.org.ar

PRODUCCIÓN GRÁFICA:
Andrea Pintos
Tel/Fax: 4807-0251
E-mail: andreapintos62@hotmail.com
Av. Las Heras 2779 10 A - Cap. Fed.

IMPRENTA:
MODEM S.R.L.
Tel.: 4307-6019
E-mail: denisciliberto@modem.com.ar
Humberto 1° 985
Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Revista Comerciar/Informe Pyme es propiedad de la Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME)
Leandro N. Alem 452 (C1003AAR) C.A.B.A. - Tel. 5556-5556 | Fax: (011) 5556-5502 | www.redcame.org.ar | info@came.org.ar | Dirección Nacional del Derecho de Autor: 5345676

Comerciar

CAME

sumario

#153

PROGRAMAS DE FINANCIAMIENTO

Potenciando negocios en todo el país | 06

INSTITUCIONAL

Último encuentro del año de CAME | 08

ANÁLISIS

El impacto de la tecnología trae reasignación de tareas | 12

ECONOMÍAS REGIONALES

«Todos los días se suma una pyme al mundo orgánico» | 18

RESPONSABILIDAD SOCIAL Y DESARROLLO SUSTENTABLE

Cómo reducir el consumo energético | 24

TECNOLOGÍA

Revolución tecnológica 4.0 | 28

VIDRIERAS

Materiales para una vidriera exitosa | 30

CAPACITACIÓN

Fabricar sin desperdicios | 32

Mapa de la Argentina Ilegal

I INSTITUCIONAL I

Hay 490 saladitas en el país y 124.912 vendedores ilegales en 500 ciudades. Las pérdidas para el Estado, solo en IVA, superan los 25.000 millones de pesos.

La venta ilegal en el país alcanzó los 10.015 millones de pesos en noviembre y cerró el 2018 en 120.177 millones de pesos. Un relevamiento realizado por la CAME en 500 ciudades del país detectó 490 saladitas con 45.653 puestos ilegales y 79.259 manteros en la vía pública. Solo en IVA, las pérdidas para el Estado suman 25.235 millones de pesos.

Hubo menos ferias informales que un año atrás, básicamente porque muchas se fueron regularizando a través del trabajo conjunto entre cámaras empresariales y municipios. Pero creció enormemente la modalidad manteros.

La cantidad de puestos en saladitas se redujo 17,1 por ciento frente a la medición de un año atrás, en parte porque hubo menos de esos predios y también porque en los que siguen abiertos se detectaron más lugares vacíos.

En estas ferias, las ventas en noviembre ascendieron a 5.259 millones de pesos. En la modalidad manteros, donde los promedios diarios de ventas suelen ser inferiores, a 4.756 millones de pesos.

En la cantidad de vendedores relevados no se computa el hecho de que muchos puestos son compartidos por dos o tres personas, en turnos. Especialmente en las grandes ferias, que son las que más público tienen.

En noviembre 2018 se encontraron 130 saladitas menos que en la medición de noviembre del año pasado. Esa caída se debe a varios fenómenos. Uno de ellos es la suba de los alquileres de esos predios, que encareció los puestos.

Frente a los bajos niveles de ventas y subas de alquileres, muchos puesteros se trasladaron a vender a las calles, vaciando esos centros y obligando a su cierre.

También incidió que tanto el Estado Nacional como las provincias, municipios y cámaras empresariales vienen trabajando en la regularización de muchos predios, donde se fueron formalizando las condiciones de venta. Los vendedores que no se legalizaron pasaron a la modalidad manteros o se trasladaron a otros mercados más precarios y con menos controles.

Preocupa el crecimiento fuerte de los grupos de senegaleses «manteros» vendiendo relojes, anteojos y joyería, en todo el país. Ya no se trata de un fenómeno localizado solo en la Ciudad de Buenos Aires sino que han invadido muchas ciudades pequeñas, medianas y grandes.

José A. Bereciartúa, Mariano Mayer y Maximiliano Gabrielli.

Potenciando negocios en todo el país

I PROGRAMA DE FINANCIAMIENTO I

Segunda edición de una convocatoria que reunió a más de 200 entidades, pymes y emprendores de la Argentina.

Ante más de 200 entidades empresarias, pymes y emprendedores de toda la Argentina, se realizó la «2ª Edición Potenciando Negocios de todo el país», organizada por el Departamento de Financiamiento y Competitividad Pyme, dependiente de la Secretaría General de la CAME.

Las palabras de bienvenida estuvieron a cargo del secretario de Emprendedores y Pymes de la Nación, Mariano Mayer, y del secretario general de la entidad, José A. Bereciartúa, quien realizó un recorrido de cómo se gestó el Departamento de Financiamiento.

También mencionó que desde la entidad «brindamos las herramientas necesarias para poder desarrollar a las pymes» y señaló que «esta gran red nacional trabaja codo a codo con instituciones como la Secretaría Pyme para modificar la realidad de las pequeñas y medianas empresas».

Por su parte, Mariano Mayer subrayó: «Las pymes y los emprendedores son presente y futuro. Nos propusimos ir mejorando siempre para ofrecerles las mejores herramientas, por eso estamos trabajando en la elaboración de la nueva Ley Pyme. Redes como CAME nos permiten llegar a todos los rincones del país».

Posteriormente, se presentaron los servicios

Bereciartúa: «Esta gran red nacional trabaja codo a codo con instituciones como la Secretaría Pyme para modificar la realidad de las pequeñas y medianas empresas».

Daniel Carballo, capacitador de CAME Educativa.

Maximiliano Gabrielli, director del sector, y la coordinadora, Carolina Marceca.

que el Departamento de Financiamiento y Competitividad Pyme de CAME brinda a entidades, pequeñas y medianas empresas y emprendedores de todo el país, con palabras a cargo de Maximiliano Gabrielli, director del sector, y de la coordinadora, Carolina Marceca.

Allí, se realizó una explicación respecto al asesoramiento que ofrece el equipo técnico de manera gratuita a socios de la Red CAME, para que puedan acceder a financiamiento y asistencia en proyectos de inversión que posibiliten el crecimiento y/o fortalecimiento de sus negocios.

Las actividades de análisis se iniciaron a cargo de Daniel Carballo, capacitador de CAME Educativa, con una dinámica de juego que buscó la interacción con los presentes.

Luego, continuaron los distintos paneles que brindaron información sobre los programas vigentes, capacitación, comercio exterior, líneas de financiamiento, entre otros temas competentes a la jornada.

Cabe mencionar que «Potenciando Negocios de todo el país» se transmitió vía streaming en vivo, cumpliendo con el rol federal que caracteriza a la CAME, superando las 2.500 impresiones.

Durante esta edición de «Potenciando Negocios», se contó con el acompañamiento del Ministerio de Producción y Trabajo de la Nación, el Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI), la Obra Social de Empresarios, Profesionales y Monotributistas (OSDEPYM), el Instituto Asegurador Mercantil, el Banco de Inversión y Comercio Exterior (BICE), el Banco de la Nación Argentina, el Banco de la Provincia de Buenos Aires, el Banco Ciudad, las SGR «Garantizar» y «Acindar Pymes» y el Mercado Argentino de Valores (MAV).

Mayer: «Las pymes y los emprendedores son presente y futuro. Nos propusimos ir mejorando siempre para ofrecerles las mejores herramientas».

Más información sobre los programas vigentes y asesoramiento
incubadora@came.org.ar (en caso de ser emprendedores)
financiamiento@came.org.ar (en caso de ser pyme)

Último encuentro del año de CAME

I INSTITUCIONAL I

Asamblea extraordinaria, Consejo Directivo y Cierre de Gestión 2018, con la participación de un centenar de dirigentes de todo el país.

En una continuidad de sus ejes de federalismo y representatividad, la CAME llevó a cabo -en la sede de la entidad- el último encuentro del año, en cuyo marco celebró una nueva reunión de Consejo Directivo, la Asamblea Extraordinaria y el Cierre de Gestión 2018.
Ante más de cien dirigentes de entidades asociadas de todos los rincones del país y de cada uno de los sectores de la economía, dio comienzo la reunión de Consejo Directivo, en la que fueron debatidas temáticas de interés estratégico para el sector, con las particularidades de cada región, buscando mancomunar esfuerzos y mejorar la competitividad del entramado productivo pyme de cara al 2019.
Seguidamente, el presidente de CAME, Gerardo Díaz Beltrán; el secretario general, José A. Bereciartúa, y el secretario de Hacienda, José Luis Valdés, encabezaron la última Asamblea Extraordinaria del año.
Entre otras cuestiones, fue tratada la adquisición del nuevo edificio para la entidad, lo que implica un salto más en el crecimiento de la red gremial empresaria más imponente de la Argentina.
La jornada culminó con el Cierre de Gestión 2018, distribuido en cuatro paneles que abordaron las «Perspectivas económicas para el año electoral» y estuvieron a cargo de prestigiosos economistas, como Nadín Argañaraz, Martín Redrado, Carlos Melconian y Agustín Etchebarne. Fueron moderados por José Luis Valdés y los vicepresidentes 1°, 2° y 3° de CAME, Diego Navarro, Ricardo Diab e Ignacio Sadir.

Fueron debatidas temáticas de interés estratégico para el sector, con las particularidades de cada región, buscando mancomunar esfuerzos.

El presidente de la entidad, Gerardo Díaz Beltrán, junto al secretario de Hacienda, José Luis Valdés, y el secretario general, José A. Bereciartúa.

La exposición de Nadín Argañaraz, moderada por Diego Navarro.

Martín Redrado, presentado por Ricardo Diab.

La exposición de Carlos Melconian.

Agustín Etchebarne, presentado por Ignacio Sadir.

Fuerte impulso a la industria nacional en compras públicas

I INSTITUCIONAL I

La iniciativa abarca los rubros de indumentaria y calzado en las áreas de Seguridad y Defensa.

La CAME celebró la decisión del Gobierno nacional de dar un fuerte impulso a la industria nacional en las compras públicas de indumentaria y calzado para el personal de Seguridad y Defensa.

La medida fue implementada por el Ministerio de Producción y Trabajo de la Nación tras el lanzamiento del plan de licitaciones públicas en esas áreas de cara al año que se inicia y en el marco de la Ley de Compre Argentino y Desarrollo de Proveedores.

El anuncio fue realizado en el marco de un encuentro que reunió a funcionarios de los ministerios involucrados junto a cámaras y empresas de las industrias textil y del calzado.

En representación de la CAME participó el coordinador de la Comisión de Compras Gubernamentales de la entidad, Daniel Risafi.

La reunión fue escenario de análisis de temas vinculados a la estandarización de especificaciones técnicas y normas de calidad de la indumentaria para los procesos de compra. Además, fue acordado un cronograma de trabajo para maximizar la participación de las empresas nacionales en las compras públicas del sector de Seguridad y Defensa. De esta manera, la industria contará con previsibilidad para planificar sus operaciones.

La CAME propuso el armado de mesas de trabajo para llevar a cabo durante este año con los tres ministerios, con el objetivo de elaborar un plan estratégico de aprovisionamiento de la Seguridad y Defensa. También fue planteada la posibilidad de participar en la Expo LAAD 2018, el mayor evento latinoamericano de la industria proveedora de equipamiento y servicios para esos sectores.

«Anticipar la demanda es clave para que las pymes nacionales puedan abastecer en tiempo y forma, así como también el acompañamiento con los beneficios de la Ley de Compre Argentino y el Programa de Desarrollo de Proveedores», sostuvo el subsecretario de Compre Argentino y Desarrollo de Proveedores, Sergio Drucaroff.

Prioridad

La Ley de Compre Argentino busca mejorar las capacidades productivas y potenciar el perfil exportador de las pymes que ofrecen bienes fabricados en el país. Establece además que aquellas radicadas en la Argentina tengan prioridad en las compras públicas y en grandes proyectos de infraestructura.

Producción y empleo

Las compras públicas representan en la Argentina más del 5 por ciento del PBI y el 2,5 por ciento del empleo. Durante los próximos ocho años, el sector público invertirá 200.000 millones de dólares en sectores como infraestructura, energía, salud, telecomunicaciones, bienes industriales, servicios y tecnología.

pilar

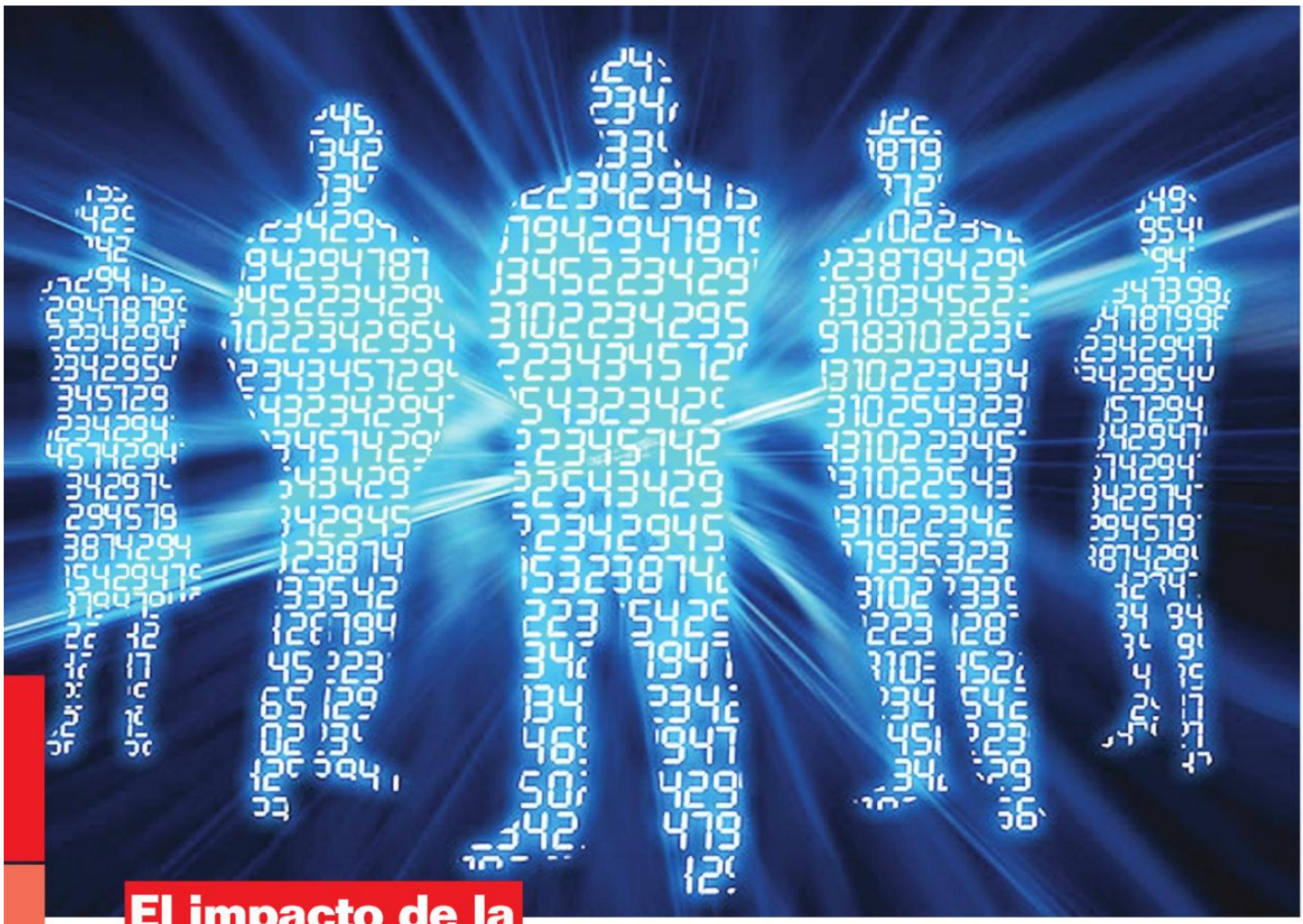
LA BASE DE TUS NEGOCIOS

Con el respaldo de CAME
Confederación Argentina de la Mediana Empresa

PRELANZAMIENTO ENTIDADES

Adherí ya mismo a tu entidad y obtené grandes beneficios.
www.pilarcame.com.ar | (011) 5275-6829 | pilar@came.org.ar
PILAR es un servicio de Tecnología e Información para Empresas S.A.

Acompañamos a las pymes a competir en la nueva economía.



El impacto de la tecnología trae reasignación de tareas

ANÁLISIS

Una encuesta revela que siete de cada diez pymes tuvieron que modificar la actividad de su personal. De todos modos, el porcentaje es inferior al registrado en las grandes compañías.

Siete de cada diez pymes argentinas tuvieron que reasignar tareas a su personal por el impacto de las nuevas tecnologías, según los resultados de una encuesta encarada por una consultora internacional con filial en nuestro país. El estudio abarcó a casi medio millar de micro, pymes y grandes compañías.

El informe evidenció que el impacto viene siendo mayor en las grandes compañías, segmento en el que el ocho de cada diez tuvo que reasignar tareas de su personal. En el caso de las microempresas, el porcentaje es similar al de las pymes.

Al indagar sobre si la incorporación de tecnología en los procesos disparó la necesidad de reducir las horas trabajadas, los tres segmentos coincidieron en sus respuestas. Un mayoritario 59 por ciento de las empresas no debió reducir horas, un 32 por ciento debió hacerlo solo en algunos casos y apenas un 9 por ciento debió hacerlo en gran medida. «En el debate mundial con final abierto, en el que

Casi el 60 por ciento considera que el avance tecnológico ha tenido hasta ahora un impacto neutro en la generación de puestos de trabajo

se analiza si el impacto del avance de la tecnología y de la digitalización de la economía en el empleo va a reducir los puestos de trabajo o los incrementará, no hay dudas en la necesidad de reconvertir las capacidades y habilidades de la fuerza de trabajo, algo que representa un desafío tanto para las empresas y los Estados, como para las personas», afirmó Andrea Ávila, CEO de Randstad para Argentina y Uruguay.

Nuevos puestos

Al consultar sobre otros ámbitos de impacto de la tecnología en el empleo y la gestión de recursos humanos, el 58 por ciento de las empresas considera que el avance de las nuevas tecnologías ha tenido hasta ahora un impacto neutro en la generación de nuevos puestos de trabajo, el 30 por ciento que la incidencia ha sido positiva, mientras que el 12 por ciento se inclina por considerar que el impacto hasta el momento ha sido negativo.
En el detalle por tamaño de las empresas y la visión sobre el impacto de la tecnología en la generación de nuevos puestos de trabajo, tanto hoy como a futuro, surgen datos interesantes. Con saltos de entre 21 y 28 puntos porcentuales, tanto microempresas, como pymes y grandes compañías consideran que el impacto positivo de la tecnología en la creación de empleo será mayor a futuro que el que ha tenido hasta ahora.
En el mismo sentido, las más optimistas son las grandes empresas, con un 64 por ciento que indica que a futuro el impacto será positivo, mientras que entre las pymes la visión positiva a futuro llega al 54 por ciento y en las microempresas, al 52 por ciento.

Repercusión en la productividad

La aplicación de la tecnología en las pequeñas y medianas empresas repercute directamente en su productividad y sus cifras de negocio, de acuerdo a la principal conclusión de una encuesta realizada a 300 empleados y 30 directivos de pymes en España.
Los encuestados consideran que la tecnología permite una mejora directa de la conciliación entre la vida profesional y la personal de los trabajadores de las pymes.
Al respecto, el estudio refleja que casi la mitad de los empleados opina que no hace falta estar siempre en la oficina para desarrollar su trabajo con normalidad, gracias a la posibilidad de acceder a los sistemas internos de la compañía y trabajar de forma remota mediante el uso de dispositivos móviles y la nube.

Conocimiento del cliente

En cuanto al impacto en el negocio y la relación con el cliente, el 46 por ciento coincide en que la tecnología ha mejorado la comunicación y la relación con el cliente, mientras que el 54 por ciento considera que la tecnología facilita un conocimiento detallado de su cliente.
En ese marco, el estudio destaca que aquellas pymes que ya han aplicado las nuevas tecnologías a sus negocios tienen la percepción de que tanto sus datos como los de los clientes están protegidos.
Un 80 por ciento de los entrevistados confía en el nivel de seguridad presente en las TI empresariales, mientras que cuatro de cada cinco empleados valora positivamente que la información se encuentre protegida esté donde esté.
Además, el 80 por ciento valora positivamente el inmediato acceso a la información y al conocimiento de todo el negocio favorecido por la tecnología, un hecho que los directivos de las pymes creen que puede ayudarles a aprovechar nuevas oportunidades de negocio.
Asimismo, dos de cada cinco entrevistados apuntan que la posición económica de la pyme mejorará gracias a la implantación de tecnología en el desarrollo de su labor.

Dos de cada diez pymes consideran que el impacto positivo de la tecnología en la creación de empleo será mayor a futuro.

Came Industrial y FAPI presentan medidas de emergencia para el sector

I INDUSTRIA I

El sector Industrial de la Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME), en conjunto con la Federación Argentina de Parques Industriales (FAPI), llevó adelante un documento con un conjunto de consideraciones para las Pequeñas y Medianas Industrias que resultan trascendentes ante la emergencia que vive el sector.

Dentro de los temas propuestos se encuentran:

- Temas tributarios.
  Reducción de la presión tributaria.
- Comercio Exterior.
  Mejorar la situación y el acceso al comercio exterior.
- Mercado Interno y Empleo.
  No es posible el desarrollo nacional sin un mercado interno solvente y sustentable, incentivando el empleo.
- Cuestiones Financieras.
  Analizar la situación de la cadena de pagos, la financiación de la inversión, el futuro de la función financiera y la factura electrónica.
- Pólizas de caución en temas medioambientales.
  Mejora la regulación para que no resulte cara y con poca eficiencia.
- Lo urgente y necesario.
  Es la declaración de Estado de Emergencia.
- La educación.
  Capacitación en todos los niveles educativos de técnicos y especialistas.

La CAME confía plenamente en la voluntad de diálogo tanto del Gobierno nacional como de los gobiernos provinciales para poder ir brindando respuestas a estas problemáticas, que no solo afectan el desarrollo industrial sino a toda la matriz económica y productiva del país.
Para conocer el documento completo, industria@came.org.ar

Manual de Buenas Prácticas

I PARQUES INDUSTRIALES I

Destinado tanto a desarrolladores como a administradores de este tipo de conglomerados.

Una reunión para comenzar a desarrollar un Manual de Buenas Prácticas para Parques Industriales, que sirva tanto a los desarrolladores como a administradores de este tipo de conglomerados, fue realizada en el Ministerio de Producción de la Nación. Edgardo Gámbaro, presidente de la Federación Argentina de Parques Industriales (FAPI), y Rodolfo Games, coordinador del

Primera reunión para avanzar con el Manual en el Ministerio de Producción.

sector, contribuyeron al debate en función de experiencias e inquietudes determinadas por los más de 200 parques asociados a la entidad. El Manual está pensado como una guía para quienes se encuentren tanto en proceso de conformación como en etapa de ejecución o consolidación de un Parque Industrial. Sus ejes serán el diagnóstico, la planificación, la ejecución, la evaluación, la promoción y la vinculación.

Parque Productivo Tecnológico Industrial Bariloche (PITBA)

Más de 300 hectáreas para la localización planificada de industrias, cuyas obras de infraestructura ya están en marcha.

La FAPI participó del lanzamiento del Parque Productivo Tecnológico Industrial Bariloche (PITBA), destinado a la localización planificada de industrias, con infraestructura y servicios básicos que garanticen e incentiven la producción, capitalicen el conocimiento en

Lanzamiento del Parque de Bariloche en la sede de la CAME.

desarrollo, promuevan la transferencia de tecnología, fomenten la innovación y el desarrollo tecnológico, atrayendo empresas con alto valor agregado.

El ente promotor está conformado por representantes de la Municipalidad de San Carlos de Bariloche, de la Provincia de Río Negro, de INVAP S.E. y de ALTEC S.E. y también de la Cámara de Comercio, Industria, Turismo, Servicios y Producción.

Los fondos para las obras de infraestructura –que ya comenzaron y cuya finalización está prevista para los primeros meses del año próximo- fueron aportados por el Gobierno provincial.

Se trata de 319 hectáreas y la pre-venta, a precios bonificados, comenzó en noviembre y se extenderá hasta abril.

Un año con las ventas en caída

I COMERCIO I

EL 2018 finalizó con una baja anual del 6,9 por ciento en la facturación minorista del sector pyme.

Aunque la caída se desaceleró en los últimos meses, el 2018 finalizó con una baja anual de 6,9 por ciento en las ventas minoristas del sector pyme, que registraron un descenso todos los meses del año.

En diciembre, las cantidades vendidas por los comercios minoristas bajaron 9,9 por ciento frente a igual mes del 2017. Las ventas online subieron 3,1 por ciento mientras que las realizadas en locales tradicionales descendieron 11,2 por ciento. El comercio electrónico apenas representa todavía el 8 por ciento del despacho minorista total en los sectores relevados, por lo que no alcanzó a compensar la reducción.

El último mes del año fue un período de venta lenta pero constante, con el flujo más masivo concentrado en la semana previa a la Navidad, una celebración que sirvió para levantar la actividad. El consumo de bienes en esa fecha compitió fuerte con el de servicios y se sintió.

Las ventas de Navidad amortiguaron la caída.

En este período, el 72,1 por ciento de los negocios físicos consultados tuvo bajas anuales en sus ventas, con una mejora importante en relación al 83,3 por ciento de noviembre, aunque todavía siguen siendo mayoría los que caen. Sin embargo, 23,3 por ciento creció (8,9 por ciento en noviembre) y el 4,6 por ciento se mantuvo sin cambios.

Las derrumbes más profundos se registraron en la venta minorista de Materiales para la construcción (-15,9 por ciento), Electrodomésticos, Artículos Electrónicos, de computación y celulares (-13,8 por ciento), Muebles (-13,5 por ciento) y Bazares y regalos (-13,4 por ciento).

El comercio electrónico apenas representa todavía el 8 por ciento del despacho minorista total en los sectores relevados, por lo que no alcanzó a compensar la reducción.

Muchas promociones, poca salida

Un rubro con muchas promociones y poca salida fue «Textil blanco y ropa de cama». Las ventas bajaron 11,1 por ciento y finalizaron el año con un declive del 8,1 por ciento.

Hubo muchas promociones y descuentos para hacer circular la mercadería, pero se despachó poco. En e-commerce las ventas levantaron solo 2,8 por ciento, que si bien ayudó a morigerar la caída en los locales tradicionales (-12,6 por ciento), no alcanzó.

La venta clandestina y las fuertes promociones de los hipermercados, con las que las pymes no pueden competir, afectaron mucho en este rubro.

Visita anual a Centros Comerciales Abiertos de España

I COMERCIO Y SERVICIOS I

Con el propósito de conocer y experimentar el grado de desarrollo alcanzado con sus modelos de gestión del comercio minorista urbano, la CAME organiza el noveno viaje a España, donde se visitarán las ciudades de Madrid, en la Comunidad de Madrid; Bilbao, Vitoria y San Sebastián, en el País Vasco; Santander, en Cantabria, y Gijón, Oviedo y Villaviciosa, en Asturias.

En ese marco, se han programado visitas, conferencias técnicas y entrevistas tanto con funcionarios municipales de cada ciudad como con dirigentes de las entidades empresarias y gerencias de Centros Comerciales Abiertos.

Esta experiencia -dirigida principalmente a intendentes locales, funcionarios provinciales y municipales y dirigentes empresarios- constituye una gran oportunidad para conocer

La atractiva calle Larios, en Valencia, un centro comercial a cielo abierto ejemplar.

las particularidades de este modelo de comercio minorista y enriquecer la visión estratégica, tanto de los participantes del viaje como de las instituciones a las que representan.

Cabe destacar que la reserva del cupo contempla la salida grupal con traslados entre las ciudades a visitar y hospedaje en hoteles de categoría. La fecha estimada de salida es el 5 de mayo, con regreso pautado para el 17. Las plazas disponibles son limitadas.

Contacto: lorsi@came.org.ar

OSDEPYM se agranda y el que gana sos vos

Durante enero y febrero, OSDEPYM realizará el concurso más importante del verano bajo el lema «OSDEPYM se agranda y el que gana sos vos».

La campaña ya comenzó y finalizará el domingo 24 de febrero. Tiene carácter nacional y el medio de comunicación elegido para dar a conocer el concurso es Radio Mitre, a través de spots y menciones en los principales programas de la grilla. Además de la difusión radial, se llevará a cabo una campaña digital en redes sociales.

Podrán participar todos aquellos residentes en Argentina, mayores de 18 años, que ingresen a www.osdepym.com.ar, sean o no afiliados a OSDEPYM.

Cada semana habrá un nuevo desafío con un premio distinto al que se accede respondiendo la mayor cantidad de preguntas correctas en el menor tiempo posible. Los premios constan de siete viajes con estadías y traslados a siete destinos diferentes del país y el premio final es ¡un auto 0 km! Y si los ganadores son afiliados titulares a OSDEPYM, contarán con media pensión incluida en los viajes y con 20.000 pesos en combustible en el caso de ganar el auto.

Bases y condiciones en www.osdepym.com.ar
Para participar, entrar en www.osdepym.com.ar

"Todos los días se suma una pyme al mundo orgánico"

I ECONOMÍAS REGIONALES I

Adrián Barbier Albers
Administrador de Frutos del Norte SA, productora de aceite de oliva virgen extra orgánico
Integrante del Movimiento Argentino para la Producción Orgánica (MAPO), adherida a la CAME

Adrián Barbier Albers, entrevistado en televisión .

-¿Cómo resultó la Semana de Alimentos Orgánicos?

-La semana de Alimentos Orgánicos tuvo una respuesta favorable. Es una opción que va ganando espacio entre los argentinos. Van notando los beneficios de consumir productos orgánicos, principalmente en la salud.

-¿Cuáles son los principales desafíos que tienen que enfrentar hoy los productores orgánicos en el país?

-Los desafíos apuntan al fortalecimiento de organizaciones, a disponer de un sistema de crédito y de financiación para el sistema de producción orgánica, a la comercialización con un sistema de control de calidad del producto y difusión nacional, al mejoramiento de la promoción y el mercadeo y a contar con cursos de capacitación al productor orgánico y con técnicos especializados para apoyarlo.

-¿Qué medidas son necesarias para impulsar la actividad del sector?

-Son muchas y todas son de tipo económico y de difusión. Con un sistema productivo diferenciado y sustentable, el productor tiene que tener beneficios económicos significativos y una fuerte difusión nacional. En un escenario con estas características, hay más demanda de producción orgánica.

-¿Qué país puede ser tomado de ejemplo para el desarrollo de la producción orgánica en la Argentina?

¿Qué es MAPO?

El Movimiento Argentino para la Producción Orgánica agrupa, desde hace más de veinte años, todas las entidades, personas, empresas u ONGs que se relacionan con la producción orgánica.
Entre otros objetivos, establece contactos y acuerdos con organizaciones afines de Argentina y representa al sector en instituciones públicas y privadas, nacionales e internacionales. También realiza tareas de investigación y capacitación.
Sus asociados son productores, consumidores, certificadores, investigadores, científicos, técnicos, educadores, empresarios y comercializadores orgánicos. Cuenta con filiales -en forma de delegaciones regionales- en todo el país.
Sus integrantes han participado -junto con el Ministerio de Agroindustria y el SENASA- en la redacción de las Normas Nacionales de Producción Ecológica Vegetal y Animal, que se convirtieron en la Ley Nacional de la Producción Orgánica Ley 25.127, promulgada en 1999.

-España y Estados Unidos se destacan entre aquellas naciones que nos sirven para trazar el camino a seguir, porque han logrado un desarrollo destacado y sostenible de la producción orgánica.

-¿Cuánta presencia pyme hay en la producción orgánica nacional?

-En la actualidad, la oferta no alcanza a cubrir a la demanda. El 98 por ciento de la producción se exporta a Estados Unidos y Unión Europea y sólo el 2 por ciento es mercado interno. La producción orgánica en nuestro país cuenta con 3,2 millones de hectáreas certificadas, que nos colocan en un segundo puesto a nivel mundial detrás de Australia. Este dato es muy importante, porque representa un crecimiento interanual del 12 por ciento y significa que todos los días se suma una pyme al mundo orgánico.

Semana con feria y chefs

La "Semana de Alimentos Orgánicos" fue realizada en diciembre pasado junto al Obelisco porteño, entre otros escenarios. La convocatoria incluyó una feria y clases de cocina a cargo de chefs reconocidos.

La organización estuvo a cargo de la Secretaría de Gobierno de Agroindustria de la Nación, a través Secretaría de Alimentos y Bioeconomía, en forma conjunta con referentes de los sectores público y privado, entre los que se contaba la CAME.

Este sistema productivo, diferenciado y sustentable, cuenta en la Argentina con 1.157 operadores primarios, 349 elaboradores y 111 comercializadores certificados y 176 mil toneladas exportadas. Actualmente la producción orgánica representa una alternativa factible para numerosas regiones del país, puesto que agrega valor a los alimentos y abre nuevas oportunidades comerciales a los productos.

#Potenciando Negocios

I CAME JOVEN I

El director ejecutivo de CAME Joven, Juan Pablo Bazán, y el referente de San Luis del sector, Emmanuel López, participaron de un panel en la segunda edición de #PotenciandoNegocios, organizada por el área de Financiamiento de la CAME en la sede de la entidad.

Joven Empresario Bonaerense

La entrega del Premio Joven Empresario Bonaerense 2018 fue realizada en el Aula Magna de la Facultad de Derecho de la Universidad de Buenos Aires. La ganadora fue JazmeenDeco, exitosa emprendedora y socia de la Cámara Empresaria de Vicente López.

Joven Empresario Misionero

Jorge Facundo Argañaras fue el ganador del Premio Joven Empresario Misionero y recibió su distinción en el marco de una jornada que contó con las presencias destacadas del presidente de CAME, Gerardo Díaz Beltrán; el diputado Nicolás Daviña y el presidente de Jóvenes de la Confederación Económica de Misiones (CEM), Bruno Sanguinetti.

Mujeres y negocios

El presidente de CAME Joven, Fabián Zarza, participó como moderador en el panel "Mujeres generadoras de inspiración" del encuentro "Mujeres y negocios: su impacto en las organizaciones", organizado por Mujeres Empresarias CAME.

Retiro dirigencial

El quinto Retiro Dirigencial Región Centro en Reconquista, Santa Fe, fue realizado con éxito, con la presencia de más de 40 dirigentes y emprendedores de Mendoza, San Luis, San Juan, Córdoba, Santa Fe y Entre Ríos y también Río Negro y Santiago del Estero como provincias invitadas.

Taller en Jujuy

El taller "Cómo Emprender en 3 pasos - De la idea a la acción" fue realizado en Jujuy, en el marco del ciclo de capacitación "Aprender a Emprender", dirigido a jóvenes que buscan desarrollar sus proyectos y organizado por la Unión Empresarios de Jujuy.

Capacitación en Tucumán

La Comisión de Jóvenes Empresarios de la Federación Económica de Tucumán, en conjunto con el Banco Nación, realizó una capacitación sobre líneas de financiamiento para emprendedores y microempresas.

Impacto en las organizaciones

I MUJERES EMPRESARIAS I

Dirigentes de todo el país participaron del encuentro «Mujeres y negocios: su impacto en las organizaciones», en el que se dio a conocer el Indicador de Participación de las Mujer en las Pymes (IPAMUP), primera medición realizada a nivel federal que permite conocer la intervención femenina dentro de las pequeñas y medianas empresas.

El encuentro contó con la participación de la senadora nacional Cristina Fiore Viñuales; la ministra de Producción de Santa Fe, Alicia Ciciliani; la directora del Centro de Desarrollo Económico del Ministerio de Producción y Trabajo de la Nación, Helena Estrada, y la embajadora de Irlanda en Argentina, Jacqueline O'Halloran.

Las palabras de Beatriz Tourn durante la apertura del encuentro, junto a María de los Ángeles Moyano (secretaria general MECAME), Alicia Ciciliani, Cristina Fiore Viñuales y Ricardo Diab, vicepresidente 2° CAME.

Mujeres en decisiones de pymes

El Indicador de Participación de la Mujer en las Pymes (IPAMUP) -elaborado en base a una encuesta realizada por la CAME en noviembre, entre 1526 industrias y comercios pequeños y medianos del país- arrojó como resultado que, si bien la participación de la mujer en las pymes viene marcando importantes avances, todavía la brecha con los hombres es elevada. Mientras que detrás del 39,1 por ciento de las pymes hay una mujer tomando decisiones, en el 78,6 por ciento hay un hombre en ese rol.

Victoria Giarrizzo presentando el IPAMUP.

Plenario Federal

En el marco del encuentro «Mujeres y negocios: su impacto en las organizaciones», se llevó a cabo el Plenario Federal del sector de Mujeres Empresarias de la CAME, con una numerosa concurrencia y la presencia de referentes provinciales.

En el comienzo del encuentro, fue visualizado un video institucional con las conquistas y logros obtenidos por las distintas regiones del país, que dio cuenta del federalismo que se viene generando en el sector.

A continuación, cada representante pudo hacer un balance de las actividades de 2018 y sumar propuestas y sugerencias para el 2019, a fin de ser trabajadas en el sector.

Plenario Federal, con representantes del país.

Expo-Mujer

La «Expo Mujer: Innovación en Arte y Diseño» fue organizada por la Comisión de Mujeres Empresarias de la Federación Económica de Entre Ríos. La jornada se llevó a cabo en el Centro Comercial Industrial de Paraná, donde se presentaron trabajos de producción de mujeres de la provincia.

Reconocimiento a Beatriz Tourn

La Comisión Directiva de Mujeres Empresarias le hizo entrega de un reconocimiento a la presidenta de Mujeres Empresarias CAME, por su trayectoria en la gremial empresaria femenina y por liderar con grandeza este espacio de mujeres.

Igualdad de Oportunidades

Beatriz Tourn y Laura Teruel, presidente y vicepresidente 1ª. MECAME, junto a Mauricio Macri.

Mujeres Empresarias de la CAME participó de la presentación del Plan Nacional de Igualdad de Oportunidades y Derechos (2018–2020) que encabezó el presidente Mauricio Macri, en compañía de la primera dama, Juliana Awada; de la ministra de Salud y Desarrollo Social, Carolina Stanley, y de la directora del Instituto Nacional de la Mujer, Fabiana Túñez. El Plan, presentado en la Quinta Presidencial, impulsa un conjunto de políticas coordinadas entre todos los ministerios y en el marco de un proceso de diálogo con la sociedad civil y con el sector privado, con el objeto de promover y garantizar la igualdad de género.

Mauricio Macri en la presentación del Plan Nacional de Igualdad de Oportunidades y Derechos 2018–2020.

CAMECH renovó autoridades

Con gran participación de asociadas, fue realizada la Asamblea General Ordinaria de la Cámara de Mujeres Empresarias de Chaco (CAMECH), con aprobación de ejercicios y renovación de cargos directivos.

Beatriz Tourn, reelecta presidente, junto a la Comisión Directiva y asociadas.

Mujeres Pyme Mendoza

Mujeres Empresarias de CAME participó de la presentación del proyecto de ley «Mujer PYME Mendoza», en la Legislatura Provincial.

Este proyecto fue elevado por la diputada provincial María José Sanz, para aquellas empresas que tengan el 51 por ciento de su capital accionario y los puestos de alta gerencia a cargo de mujeres.

El objetivo es fortalecer las micro, pequeñas y medianas empresas, favoreciendo la integración y participación económica de las mujeres en la economía de Mendoza.

La iniciativa fue elaborada junto a Mujeres de la FEM, con el área de Género y el Ministerio de Economía de la provincia.

Cómo optimizar recursos y reducir el consumo eléctrico

I RESPONSABILIDAD SOCIAL Y DESARROLLO SUSTENTABLE I

Una serie de consejos compartidos por la Cámara Empresaria de Medio Ambiente con la CAME, de interés para las pymes.

La Cámara Empresaria de Medio Ambiente (CEMA) compartió con la CAME –a la que está adherida- una serie de consejos a tener en cuenta para lograr un consumo energético más responsable, una cuestión de interés especial para el sector pyme.

Entre otros puntos, la CEMA señala que como la iluminación llega a consumir hasta el 25 por ciento del total de energía eléctrica utilizada dentro de una empresa, es sumamente importante aprovechar la luz natural al máximo, que además reduce la fatiga visual de los trabajadores.

A su vez, destaca que la instalación de sistemas de control permite estabilizar la tensión de alimentación a las lámparas y regular su luz, reduciendo el consumo eléctrico, adaptando éste al tránsito o presencia de personas.

En cuanto a la climatización, plantea que una mala utilización de la calefacción y el aire acondicionado contribuye a incrementar en un 20 por ciento la factura energética.

Al respecto, detalla que la implementación de un sistema de regulación y control permitirá manejar el tipo de operación de estos aparatos climatizadores dependiendo de la demanda de cada sector. También indica que es aconsejable establecer el aire acondicionado en 24 grados durante el verano y en 21 grados en invierno.

Además, comunica que el mantenimiento periódico es parte de la eficiencia energética y que un correcto funcionamiento de las instalaciones puede generar un ahorro importante en las facturas.

En tal sentido, apunta la necesidad de cambiar los filtros y rejillas periódicamente según las indicaciones de cada fabricante, así como de verificar que los termostatos funcionen correctamente y chequear que los cerramientos y las válvulas eléctricas abran y cierren perfectamente para evitar alguna fuga de la climatización.de la climatización.

Más información disponible en
www.camarambiental.org.ar
Contacto: responsabilidadsocial@came.org.ar

Concientizar

Creada en 1996, la CEMA es una organización sin fines de lucro cuyo objetivo es concientizar a las empresas e industrias sobre la importancia del cuidado, preservación y conservación del medio ambiente.

Propuesta para la creación de un sello sustentable

I RESPONSABILIDAD SOCIAL Y DESARROLLO SUSTENTABLE I

Surge de la necesidad de las pymes de adaptarse a nuevas exigencias y estándares de calidad, para no quedar fuera del mercado.

En el marco del segundo encuentro de la Mesa de Agroalimentos y Bebidas celebrado en la sede de CAME frente a más de 25 representantes de dichos sectores, la Secretaría de Responsabilidad Social y Desarrollo Sustentable y el área de Economías Regionales de la entidad presentaron la propuesta de lanzar un sello de sustentabilidad.

Dicha iniciativa -expuesta por Micaela Tommasini, coordinadora de la Secretaría- surge de la necesidad de las pequeñas y medianas empresas de adaptarse a nuevas exigencias y estándares de calidad para no quedar fuera del mercado, tanto interno como externo.

El sello tendrá entre sus objetivos brindar herramientas de aplicación práctica que les permitan agregar valor a sus negocios, generar nuevos canales de interacción y posibilidad de acceso a nuevas carteras de financiamiento, así como también contribuir directamente a metas de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de Naciones Unidas, entre otros fines.

Considerando al triple impacto (social, ambiental y económico) como una herramienta de competitividad y con el consentimiento de todos los involucrados, la CAME diseñará el Sello junto a las pymes del sector de agroalimentos y bebidas, mediante un proceso participativo y con la idea de poder aplicarlo, en el largo plazo, en otros rubros y/o actividades.

El encuentro presidido por Diego Navarro, vicepresidente 1° de CAME, y Pablo Villano, presidente de la Asociación de Pequeñas y Medianas Empresas Lácteas (APYMEL) y promotor de la Mesa de Agroalimentos y Bebidas junto con María Alemán, representante de la Cámara de Industriales Arroceros Argentina.

Más información:
responsabilidadsocial@came.org.ar

El sello brindará herramientas de aplicación práctica para agregar valor a sus negocios, generar nuevos canales de interacción y acceder a nuevas carteras de financiamiento.

Red Nacional de Turismo Rural

I TURISMO I

Consolidación de un sector con la participación de sus principales referentes.

El director ejecutivo del sector Turismo de la CAME, Sebastián Bel, y el coordinador de Turismo en el espacio rural, Javier Dellamónica, recorrieron las ciudades de la costa del Río Uruguay, en Entre Ríos. Allí, se concretaron dos talleres de capacitación destinados a emprendedores, productores, dirigentes y referentes del sector público interesados en la temática.

El primero fue realizado en Gualeguaychú, organizado de forma conjunta entre el sector Turismo de la CAME y la Federación Económica de Entre Ríos (FEDER), el Centro de Defensa Comercial e Industrial de Gualeguaychú y la Cámara Entrerriana de Turismo (CET).

Luego, la comitiva se trasladó a Concordia, donde se desarrolló un espacio de trabajo convocado por la Asociación Concordiense de Trabajadores Independientes de Turismo (ACTITUR), la FEDER, el Centro de Comercio, Industria y Servicios de Concordia y la CET.

Ambas actividades permitieron actualizar conceptos del Turismo Rural, analizar las líneas de trabajo con Nación en torno a Pueblos Auténticos y Plan Cocinar, y enriquecer el debate con el intercambio de realidades en el territorio.

Espacio de trabajo en Concordia.

Taller de capacitación en Gualeguaychú.

Acciones de este tipo confirman el rumbo iniciado hace dos años por el sector Turismo de la CAME en pos de afianzar y fortalecer una red nacional de referentes de Turismo Rural, permitiendo pensar políticas de ordenamiento y comercialización de la actividad.

Cabe destacar que estas acciones son realizadas en conjunto con el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) a nivel nacional.

Herramientas de fortalecimiento

Tras culminar los talleres, el secretario de Turismo de la CAME, Gregorio Werchow, manifestó: "Seguimos recorriendo el interior, llevando herramientas de fortalecimiento de la pymes turísticas en el espacio rural, con el fin de desarrollar actividades concretas brindando asesoramiento y soluciones adecuadas a nuestros asociados, defendiendo los intereses de las pequeñas y medianas empresas del sector".

Acciones de este tipo confirman el rumbo iniciado hace dos años por el sector Turismo de la CAME en pos de afianzar y fortalecer una red nacional de referentes de Turismo Rural.

CAPACITACIÓN A DISTANCIA Y GRATUITA

CERTIFICADOS POR LA UTN

79 cursos a distancia

Tutorías a cargo de especialistas

Plataforma educativa simple y confiable

INFORMACIÓN E INSCRIPCIONES

www.came-educativa.com.ar

Confederación Argentina de la Mediana Empresa

SECRETARÍA DE CAPACITACIÓN

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

Digitalización empresarial: revolución tecnológica 4.0

I TECNOLOGÍA I

El mundo se está volviendo digital. Internet, redes sociales, Big Data, inteligencia artificial. La tecnología avanza sin cesar, dejando atrás muchos presagios que acompañaron el advenimiento del mundo tecnológico.

Actualmente estas innovaciones han desterrado, en muchas oportunidades, a las herramientas analógicas, que siguen siendo útiles pero ya no son el corazón de los engranajes que mueven una empresa.

La digitalización de las empresas ha dejado de ser una opción para convertirse en una estrategia de supervivencia en un mercado cada vez más competitivo, tanto para grandes compañías como para las pymes. En muchas ocasiones, la capacidad de digitalización de una compañía está estrechamente ligada a su solvencia.

Se prevé que el 25 por ciento de la economía global será digital en 2020. Un estudio asegura que las pequeñas empresas que se han transformado digitalmente han visto como su producción crecía un 15 por ciento.

De todas formas, todavía sigue habiendo una brecha en el uso de la tecnología entre las grandes empresas y las pymes, siendo estas últimas las que se encuentran más rezagadas respecto a la conversión al mundo digital.

Fenómeno sin precedente

Pero las herramientas de digitalización provocan un fenómeno sin precedente: tienen la capacidad de hacer que empresas de cualquier tamaño puedan trabajar mediante protocolos semejantes a las de las grandes corporaciones.

La digitalización de las empresas ha dejado de ser una opción para convertirse en una estrategia de supervivencia en un mercado cada vez más competitivo.

Las pymes argentinas deben entender a la digitalización como una herramienta que les permitirá ahorrar costos en muchos procesos e infraestructura y que esta transformación puede traer consigo otras ventajas, como la ampliación del número de clientes potenciales y el aumento de las oportunidades de negocio.
Es necesario que estas empresas comprendan realmente el impacto que la tecnología puede tener en su negocio para ser más competitivas y llegar a una nueva generación de clientes que se caracterizan por ser totalmente digitales.
En lo referente al comercio online, ya es visible un auge dentro del sector de las pymes. En un estudio elaborado por Mercado Libre se muestra una tendencia positiva hacia la digitalización y el uso del comercio electrónico por parte de las pequeñas y medianas empresas, cuya actividad por este canal ha crecido más de cuatro puntos en el último año, del 19,5 por ciento en 2016 al 23,7 por ciento actual.

Digitalización doble

Sin embargo, aunque la presencia online de las empresas es muy relevante en este contexto, no es el único punto que se debe trabajar para conseguir optimizar el proceso de venta y llegada al público. Es necesario digitalizar tanto los puntos de relación con el cliente, como los procesos internos.
Esto es relevante en todas las empresas. No obstante, hay algunos sectores en los que la digitalización ha avanzado de manera más destacada. Es el caso del sector del retail o comercio minorista.
Las principales tendencias del mercado en ese sector giran en torno al nuevo consumidor. Se trata de un usuario que tiene acceso a más información, puede comparar productos y servicios sin necesidad de desplazarse de un lugar a otro y necesita adaptar el proceso de compra a sus necesidades de cada momento.
Además, nos encontramos en un momento en el que la competencia cada vez es mayor.
Esto se debe a dos motivos principalmente.
Uno es que el consumidor no está limitado geográficamente ya que, gracias al comercio electrónico, las fronteras se diluyen. El otro, que la decisión de compra se ve afectada por el precio, pero también por la experiencia de compra y las opiniones del resto de consumidores. Las redes sociales y las opiniones en los sitios webs de las empresas cobran protagonismo.

¿Cómo hacer frente a todo esto?

La tecnología es la gran aliada de una empresa.
Lo primero que debería hacerse es buscar tecnologías que permitan diferenciar el negocio de la competencia, aquello que hace que el consumidor final identifique a una marca.
Se hace transformando el punto de venta con los clientes con marketing digital personalizado a cada público objetivo y creando una experiencia de compra de calidad, tanto en lo referente a la atención como a los servicios de valor añadido que se le ofrecen al cliente, como el wifi en tienda, entre otros.
Ahora bien, es imprescindible que esta experiencia de compra sea satisfactoria y esté unificada en todos los canales de venta, tanto físicos, como digitales o telefónicos.
Tan importante es transformar la relación con los clientes en todos los canales como ser más productivo. Por esta razón, el siguiente paso es movilizar la gestión y los procesos de negocio.
La clave es movilizar el puesto de trabajo para que los empleados puedan trabajar desde donde necesiten, con herramientas de colaboración que faciliten el trabajo en equipo.
Esto se hará llevando las aplicaciones de negocio a la nube, para que estén accesibles desde cualquier dispositivo.
Todo esto deberá estar sustentado sobre una conectividad de calidad y con un proyecto de cyber-seguridad adaptado a las necesidades de cada empresa. Solo así es posible asegurar la disponibilidad del negocio a los clientes y, por tanto, evitar las pérdidas de oportunidades de venta.

Materiales para una vidriera exitosa

I VIDRIERAS I

FCCA

El fondo, los pisos, los exhibidores, la gráfica y los objetos de escenografía son algunos puntos clave que hay que tener en cuenta.

Los materiales empleados son un aspecto decisivo en el montaje de una vidriera. De su elección depende el éxito de la comunicación visual. Una mala opción hace perder tiempo y dinero. Materiales traslúcidos y transparentes –como los policarbonatos- pueden reemplazar un vidrio pero no una superficie que se desea maciza y opaca, como la madera.

En tanto, los vinilos pueden utilizarse en vez de telas o para crear efectos con la iluminación. Las estructuras de apoyo serán visualmente livianas o pesadas de acuerdo al material elegido.

Hay una gran variedad de materiales para armar módulos de exhibición de los productos: displays, fondos de vidrieras -reales o virtuales-, pisos y techo, soportes para gráfica y objetos de escenografía.

Si bien los maniquíes disponibles en plaza no siempre son estéticamente aceptables, existe un menú de opciones en soportes que pueden reemplazarlos.

Uno de los rubros más utilizados es la gráfica. La oferta es grande, con variedad de presupuestos. Es importante elegir el más profesional. Las terminaciones son muy importantes.

Otra cuestión clave es el desarrollo de exhibidores y displays. La elección de los materiales es fundamental para lograr el efecto requerido. Desde la tradicional madera -con sus procesos de acabados, pinturas, pátinas, decoraciones- hasta los más «tecno» -policarbonatos, acrílicos, chapas perforadas, metal desplegado, vidrios, celuloide- para lograr efectos especiales en coordinación con la iluminación.

Los fondos –no muy valorados en la Argentina- se resuelven con gran variedad de materiales. Para fondos traslúcidos o semi-transparentes, se puede recurrir a telas, vinilos, telas plásticas texturadas, papeles especiales montados, vidrios.

Para fondos ciegos, las alternativas van desde paneles prefabricados con revestimiento laminar hasta los más livianos visualmente, como lonas plásticas tensadas, maderas, metales.

Los pisos de una vidriera, en un primer plano visual, requieren de toda la dedicación. Una buena opción es modular el piso con escalonamientos y luego tratar cada módulo de acuerdo a la propuesta de vidriera. Esto permite una rotación constante en las puestas en escena, a través del color, la textura, las luces y sombras.

En cuanto a los objetos de escenografía, si bien muchas veces se obtienen por canje, cuando requieren de diseño especial generalmente recurrimos a los artesanos e incorporamos su arte –en cartapesta, telgopor, material de descarte- a las propuestas.

Los pisos de una vidriera, en un primer plano visual, requieren de toda la dedicación.

Por la Arq. Titina Castro
(Consultora docente de CAME)
www.disenoexpress.com
titinavidrieras@came.org.ar

R.N.P.S.P. N°2

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** y comenzá a disfrutar de los beneficios.

Registrate · Cargá los datos · Confirmá tu envío · Envialo

OCA
Las buenas noticias llegan.

Fabricar sin desperdicios

I CAPACITACIÓN I

Una explicación práctica de la expresión «Lean Manufacturing», que abarca todo aquello factible de ser traducible en dinero.

Hace algún tiempo que estoy pensando alguna manera de escribir sobre «Lean Manufacturing» de manera sencilla. Creo ahora haberla encontrado.

Antes de empezar, digamos que la expresión «Lean Manufacturing» puede ser explicada como una manera de fabricar sin desperdicios. Cuando hablamos de desperdicios, no nos referimos solo a transporte, inventarios, movimientos, espera, sobreproducción, sobreprocesamientos y defectos o reprocesos sino también a la pérdida de conocimientos. Es decir, todo aquello susceptible de ser traducible en dinero.

Ahora, salgamos de esta explicación teórica y coloquemos el concepto en movimiento, para generar valor y transformación.

Luego de hablar con especialistas en esta metodología, de investigar, de implementar, de discutir, de enseñar y de aprender, me he encontrado con una persona que, sin darse cuenta, me ha brindado la posibilidad de este artículo.

Hace unos días me llegó la invitación para el cumpleaños de uno de los amigos que conservo del pueblo en donde nací. Hacía una fiesta con sus amigos y familia, celebrando que empezaba el último año de una edad que iba a volver a cambiar, al año siguiente, en su número del lado izquierdo, reiniciando, como suele suceder, el del lado derecho.

Esta invitación fue más que aceptada. Día a día me iba enterando de que la fiesta estaba nutrida de amigos, actividades y encuentros, lo cual atraía mi atención y la distraía de otros asuntos, como de la difícil tarea de escribir en términos sencillos y aplicables algo de «Lean Manufacturing».

Regalo de cumpleaños

A medida que se acercaba el fin de semana de la fiesta, mi cabeza se iba instalando en la noche del festejo, en el reencuentro con gente de toda la vida. Estaba tan en la fiesta que me había olvidado de un pequeño detalle: el regalo.

Este descuido no era menor. Semejante evento y yo, sin haber invertido un instante de tiempo en pensar y seleccionar algún presente que hiciera honor a la invitación. De todos modos, era lunes y tenía hasta el sábado para el obsequio.

Y así fue que pasamos por el martes, el miércoles… y llegamos al sábado por la mañana sin nada de nada en mis manos. Sin embargo, no todo estaba perdido: aún quedaba un par de horas para viajar hacia la fiesta, con lo cual salí a recorrer la ciudad para encontrar una idea y transformarla en un regalo.

Luego de algunas vueltas, seguía sin nada entre mis manos y el único avance que se había producido era en el movimiento del sol. Esto hizo que aplicara una técnica con poco honor y que, de solo pensarla, me genera cierta vergüenza: comprar algo en una casa que tuviera gran variedad y que el homenajeado volviera a cambiarlo.

Esta situación era difícil por la distancia y, en ese caso, seguramente iba a ser yo quien

debiera hacerlo, situación que me hacía pensar en rechazar esa alternativa.
Allí fuimos y entramos a una tienda de ropa conocida como «elegante sport». Al ingresar al local y ver una mesa vacía, sentí que estaba siendo egoísta. En contrapartida, recibiría una gran fiesta con amigos, conocidos, desconocidos y conocidos-desconocidos.

Una mesa vacía

Saludé amablemente al vendedor (como estamos acostumbrados y no olvidamos los que hemos sabido crecer en un pueblo) y ahí nomás empezó mi interrogatorio, primero con preguntas orientadas al regalo y luego con preguntas del porqué de una mesa vacía y dos muy completas.
Luego de mirarme en silencio y de no comprender qué tenía que ver la pregunta con el regalo que estaba buscando, me respondió que en realidad esa mesa había estado completa de ropa pero que ahora la retiraría porque había distribuido las prendas entre las otras dos mesas y que era preferible que no ocupara espacio en la tienda, porque durante la semana los clientes no podían moverse sin chocarse entre ellos o sin tirar mercadería.
Entendí y no hice ningún comentario.
El vendedor entonces me preguntó: ¿qué es lo que está buscando? Después de un instante, más prolongado de lo que él demoró para explicarme lo de la mesa, le hablé de mi amigo, de cómo era y más o menos cómo solía vestirse. Me recomendó varias alternativas, que iban de un extremo al otro.
Ya habiendo mirado todo, sin idea de qué y en qué medida, observé una campera de algodón de lindos colores que entendí que podía ser una alternativa. Era de una tienda que tenía variedad en ropa y permitía realizar cambios, así que le pedí sin rodeos: «Envuélvamela para regalo».

Más preguntas

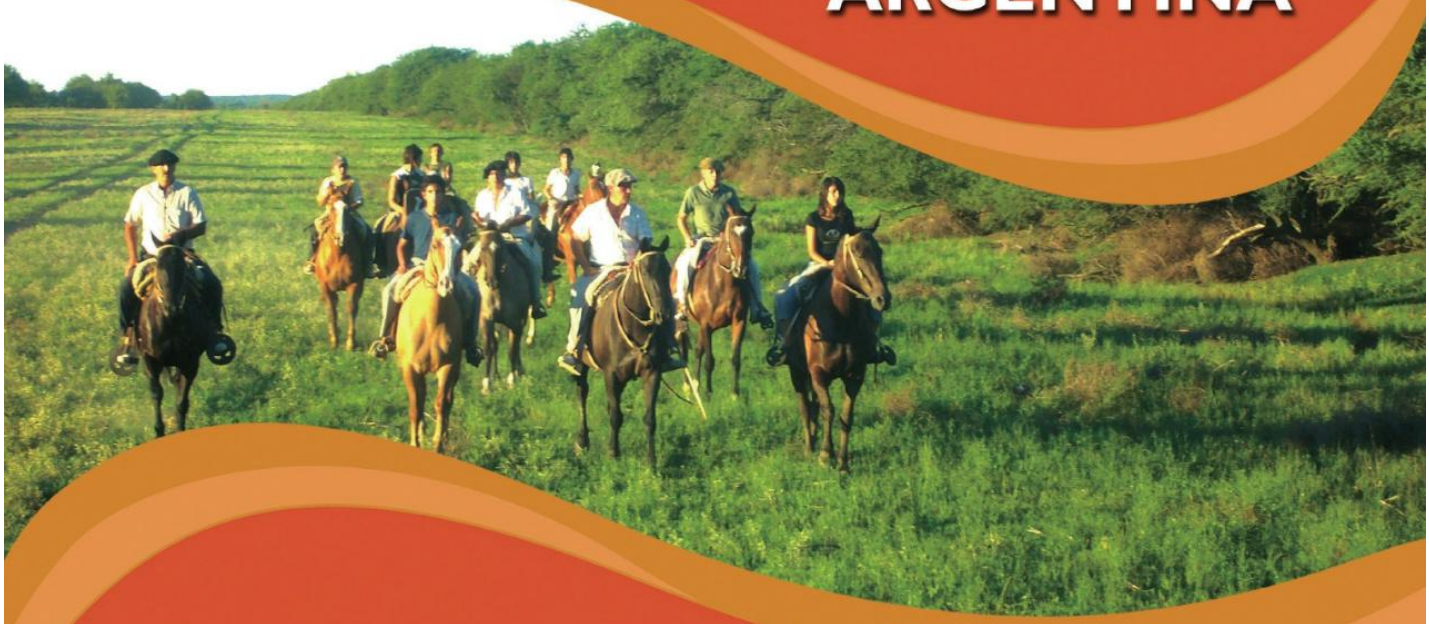
Y así, mientras esperaba que la colocara en una hermosa bolsa ecológica, volvimos con las preguntas: ¿por qué esas dos mesas tienen diversos tipos de ropa? (porque podían estar las camperas con las camperas, las medias con las medias, los pantalones con los pantalones, etcétera). Sin necesidad de tiempo de reflexión, sus respuestas me lo dijeron todo: *…Porque solo quedan uno o dos modelos por talle, porque queremos venderlas lo antes posible, porque ocupan espacio, porque dificultan el control de inventarios (poca cantidad de muchos modelos), porque es dinero inmovilizado, porque está por cambiar la temporada, porque mover la mercadería de un lugar para otro es un «trastorno», porque puede verse dañada por la manipulación y pueda demandar de un arreglo, porque es más complicado limpiar y mantener todo limpio…*
Seguramente tendría otros motivos en los cuales no pudo avanzar, porque debía cobrarme y darle fin al interrogatorio para atender a los demás clientes, que seguramente permitirían hacer más rentable su tiempo.
En fin, pagué, saludé y me fui.
Me llevé algunas preguntas que no puede realizar, sin saber que me había dado una clase práctica de «Lean Manufacturing» al mostrarme que había identificado desperdicios en sus procesos, los había medido y había resuelto una manera de eliminarlos, colocando dos mesas más prontas al cliente y a menor precio.
Al fin, todos salimos ganando. El regalo fue del agrado del homenajeado, el vendedor colocó un producto eliminando desperdicios (la campera) y yo aprendí una forma sencilla de explicar «Lean Manufacturing».
Sin lugar a dudas, pronto voy a volver a la misma tienda para tomar una nueva lección.
Espero que me reciban.

Por el Lic. Julián Candermo
Docente de CAME Educativa

Humor PYME

¿CÓMO HACE PAPÁ NOEL PARA LEER LAS CARTAS, FABRICAR LOS JUGUETES Y REPARTIRLOS, ÉL SOLO CON UNOS POCOS AYUDANTES?
COMO TODO PAPÁ QUE TIENE UNA PYME: ¡CON MUCHO ESFUERZO!
FECHU

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 / cct@came.org.ar

VIAJAR ESTÁ BUENÍSIMO.
VIAJAR CUIDADO ¡MUCHO MEJOR!

CORIS asistencia al viajero

OSDEPYM La Obra Social Empresaria

Viajar tranquilos es lo que todos queremos.

Por eso si sos afiliado del **Plan P4000,** OSDEPYM en alianza con Coris te ofrece la mayor seguridad y tranquilidad en cada viaje, en cualquier lugar del mundo.(*)
Porque tenemos el mejor plan, cuidarte toda la vida.

(*) Cobertura de asistencia al viajero por 30 días al año (calendario), para afiliados titulares y adherentes del Plan P4000. Antes de viajar, llamá al (11) 5031 1795 o escribinos a: activacionosdepym@coris.com.ar / Vigencia a partir: 01/12/2018.

Informate sobre este beneficio: 0800-288-8432 | osdepym.com.ar /

Superintendencia de Servicios de Salud/080022272583/www.sssalud.gob.ar/R.N.O.S. 4-0170-4/R.N.E.M.P. 1486