

Comerciar

INDUSTRIA, COMERCIO, TURISMO Y PRODUCCIÓN NACIONAL

AÑO XVI | NÚMERO 148 | JULIO / AGOSTO 2018

CAMPAÑA NACIONAL -SOBRE- BENEFICIOS DE LA LEY PYME

ECONOMÍAS REGIONALES
La actualidad de pequeños y
medianos horticultores

ANÁLISIS
¿Ventas online vs. locales
comerciales?

Franqueo a pagar	Correo Argentino Caja Central
Cuenta N° 16886	

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 PYMES QUE DAN TRABAJO A 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

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

SSN 4338-4000/0800-6666-8400 • www.ssn.gov.ar • Registro 0381

carta al lector

El espacio destacado que dedicamos en esta edición al lanzamiento de la campaña sobre los beneficios de la Ley Pyme en todo el país da cuenta de una mirada que, más allá de estar atenta a las coyunturas, apunta a consolidar la importancia del sector en la economía nacional.

Por esta misma razón es que nos ocupamos de cada una de las actividades que hacen grandes a las pymes: la industria, el turismo, las economías regionales, el accionar de las mujeres y los jóvenes empresarios, el marco de sustentabilidad que requiere nuestra responsabilidad social y la capacitación necesaria para seguir creciendo.

En esta revista, por ejemplo, compartimos los testimonios de dos referentes de los pequeños y medianos productores fruti-hortícolas de dos regiones diferentes, Santa Fe y General Pueyrredón, con la certeza de que el conocimiento de sus realidades suma en un análisis global de la actualidad.

No son tiempos sencillos los que transitamos, pero redoblamos la marcha para alcanzar los mejores objetivos que nos hemos propuesto: una Argentina que premie la producción y el trabajo y desaliente la especulación y el oportunismo.

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



sumario

148

INSTITUCIONAL

Ley Pyme:
campana sobre beneficios | 06



ANÁLISIS

Comercio online vs.
locales físicos | 12



TURISMO

Consumo moderado en
vacaciones | 17



ECONOMÍAS REGIONALES

La actualidad del sector
horticultor | 18



CAME JOVEN

Actividades en todo el país | 22



TECNOLOGÍA

Cada vez más pymes en la
nube | 28



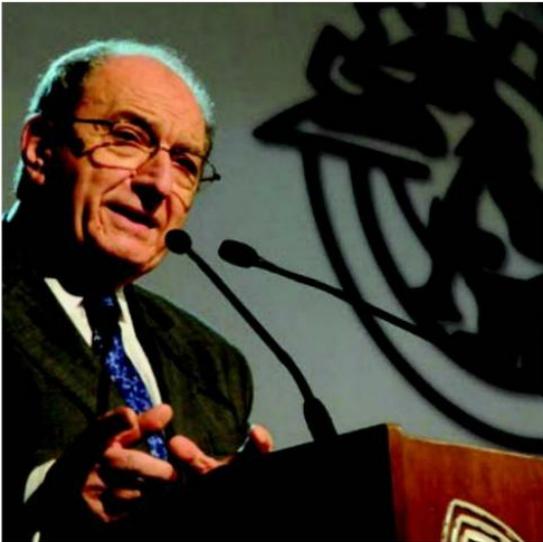
CAPACITACIÓN

Equipos bien liderados | 32

Elías Soso, nuevo presidente honorario

INSTITUCIONAL

En honor a su trayectoria, el empresario rosarino fue reconocido con ese cargo por el Consejo Directivo de la CAME.



Soso: reconocimiento unánime del Consejo Directivo de la CAME.

El Consejo Directivo de la Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME) reconoció como presidente honorario de la entidad a Elías Soso, histórico dirigente que con su vasta trayectoria supo recorrer todos los rincones del país siendo abanderado de la búsqueda de la protección de las pequeñas y medianas empresas. Empresario de la actividad textil y referente

de una familia de fuerte inserción comercial en la ciudad de Rosario y la región, Soso es un hombre de consulta permanente en temas sectoriales y firme defensor de la producción nacional.

La actividad gremial de este dirigente tiene un peculiar signo distintivo, constante y prioritario: la reivindicación de la pequeña y mediana empresa.

Elías Soso fue durante 30 años presidente de la Asociación Empresaria de Rosario (AER), donde actualmente también ocupa el cargo de presidente honorario.

Además es integrante de la comisión directiva de la Federación de Centros Comerciales de la Provincia de Santa Fe (FECECO).

Desde la CAME, fue expresada «la certeza que su nueva labor enaltecerá una vez más el nombre de la entidad».

Durante 30 años, fue presidente de la Asociación Empresaria de Rosario (AER), donde actualmente también ocupa el cargo de presidente honorario.



Ley Pyme: campaña nacional de difusión de sus beneficios

INSTITUCIONAL I

Video explicativo, personalizado provincia por provincia, a disposición de las entidades adheridas en todo el país.

La CAME lanzó una campaña nacional para difundir los beneficios de la Ley Pyme que, a dos años de su sanción, ya permitió que las pequeñas y medianas empresas hayan ahorrado 6.700 millones de pesos de impuesto al cheque y más de 1.700 millones en descuentos del impuesto a las ganancias por haber realizado inversiones productivas. La campaña tiene como eje principal un video explicativo, a disposición de todas las entidades asociadas a la Confederación y personalizado por provincia, con todos los beneficios que proporciona esta normativa, que fue creada entendiendo que las Pymes generan el 70 por ciento del empleo formal en

la Argentina y dan trabajo a más de 4 millones de personas.

Desde la CAME, se invita a todas las cámaras empresarias a difundir la importancia que conlleva para la Pyme su registro, a fin de mejorar el porcentaje de empresas inscriptas y fortalecidas por una Ley que ha sido resultado de la lucha histórica de la entidad.

El video explicativo está disponible en la web de la CAME, donde también puede accederse al instructivo para registrarse como Pyme en el sitio de la AFIP.

Beneficios anunciados con la sanción de la Ley 27.264

- ▶ 1. Eliminación del Impuesto a la Ganancia Mínima Presunta
- ▶ 2. Compensación del Impuesto a Créditos

Exporta Simple: gastos de envíos simplificados

El Ministerio de Producción de la Nación anunció que se bonificarán los gastos de envío a mil nuevas Pymes que operen a través del régimen Exporta Simple.

La medida tiene como principal objetivo que las Pymes se prueben en el comercio exterior usando este sistema simplificado y online, aumenten su producción y generen más puestos de trabajo.

De esta forma, las pequeñas y medianas empresas que realicen su primera exportación a través de este régimen tendrán bonificado el envío de hasta 100 kilogramos a través de Raico y DHL, dos de los couriers que operan a través de la plataforma. Los couriers participan con un descuento del 80 por ciento de la tarifa y el Estado, a través de la Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional, bonifica el 20 por ciento restante. El cupo es de 1.000 envíos, hasta el 28 de diciembre, con posibilidad de prórroga.

Desde su lanzamiento, a finales de 2017, este sistema fue utilizado por unas 218 Pymes, que hicieron más de 1.100 operaciones por un monto de 3,7 millones de dólares.

Además de la Ciudad de Buenos Aires, las provincias que más lo utilizaron hasta el momento son Buenos Aires, Santa Fe, Córdoba, Mendoza, Entre Ríos, Jujuy, Chubut, Corrientes y Tucumán. En tanto, los destinos de las exportaciones fueron 76 países. Estados Unidos es el principal destino, en tanto que China, Estonia y Lituania se sumaron en las últimas semanas.

y Débitos Bancarios como pago a cuenta de Ganancias: 100% para micro y pequeñas empresas y 50% para medianas tramo 1 industriales

- 3. Diferimiento del pago del IVA a 90 días para micro y pequeñas empresas
- 4. Desgravación del Impuesto a las Ganancias, hasta el 10% de las inversiones realizadas
- 5. Devolución de IVA de las inversiones a través de un bono de crédito fiscal para el pago de impuestos
- 6. Elevación de los umbrales de retención de IVA en 135% y de percepción de Ganancias, en 400 por ciento
- 7. Certificados de no retención de IVA automático para las microempresas
- 8. Ampliación del cupo prestable de la Línea de Créditos de Inversión Productiva

del 14% al 15,5% anual. Este incremento implicó \$63.000 y a su vez amplió al 50% el acceso al financiamiento de corto plazo

- 9. Lanzamiento, a través del Banco de Inversión y Comercio Exterior (BICE), de la línea Primer Crédito PyME a una tasa variable de 16% anual máximo y con un plazo de hasta 7 años, para montos entre \$500 mil y \$5 millones
- 10. Extensión de 180 a 365 días del plazo para el ingreso de divisas

Esta normativa fue creada entendiéndolo que las Pymes generan el 70 por ciento del empleo formal en la Argentina y dan trabajo a más de 4 millones de personas.

Intersec 2018 en La Rural, con el auspicio de la CAME

INSTITUCIONAL

Más de 12.000 visitantes profesionales y empresarios, que recorrerán la muestra de 13.000 m², donde expondrán más de 130 firmas del rubro, del 29 al 31 de agosto.

La Cámara Argentina de Seguridad Electrónica (CASEL) y la Cámara Argentina de Seguridad (CAS) convocan a participar de Intersec Buenos Aires 2018 (Exposición Internacional de Seguridad, Protección contra Incendios, Seguridad Electrónica, Industrial y Protección Personal) que tendrá lugar en La Rural, del 29 al 31 de agosto, con el auspicio institucional de la CAME.

Intersec 2018 es considerada por sus organizadores como "el escenario ideal para que las empresas de la industria expongan sus productos, servicios y tecnologías, multiplicando las oportunidades de concretar nuevos negocios a nivel nacional e internacional".

En paralelo a la exposición, será desarrollado un completo programa de capacitación y actualización en temas de interés para el sector.

La muestra ocupará una superficie de 13.000 m², en donde se presentarán más de 130 empresas expositoras, con unas 12.000 visitas de profesionales y empresarios del rubro. Sus responsables destacan que Intersec Buenos Aires "es el centro de negocios comercial más importante de la industria de la seguridad integral en Sudamérica".

"En sólo tres días, expone los principales avances tecnológicos del mundo y marca los nuevos rumbos a seguir. Cada dos años, concentra en vivo y en directo la mayor fuente de información del sector promoviendo el intercambio de experiencias y visiones", subrayan.

**En paralelo a la exposición,
será desarrollado un
completo programa de
capacitación y actualización
en temas de interés para el
sector.**



Imágenes de la edición anterior de la exposición.

pilar

LA BASE DE TUS NEGOCIOS

Con el respaldo de



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



Acompañamos a las pymes a competir en la nueva economía.

Patagonia: un paso atrás con el Código Fiscal de Chubut

INSTITUCIONAL I

Aplica impuestos retroactivos a las pymes provinciales, un fuerte cimbronazo para este sector dinamizador de la economía.

La CAME envió una carta al gobernador de Chubut, Mariano Arcioni, en virtud de la aplicación inconstitucional del nuevo Código Fiscal provincial, que produjo el cobro de impuestos retroactivos a las pequeñas y medianas empresas de dicha provincia, generando un fuerte cimbronazo para este sector dinamizador de la economía.

En este contexto, la Confederación respaldó la iniciativa de la Federación Empresaria del Chubut (FECH), que presentó un recurso ante la Justicia, ya que de ninguna forma los impuestos indirectos pueden ser puestos en vigencia con carácter de retroactividad. Algunos comercios han percibido diferencias de hasta 450 mil pesos por la aplicación del régimen en meses anteriores a lo que fue legislado.

Esta medida, que eleva las alícuotas para la percepción a través de Ingresos Brutos con



Gobernador Arcioni, destinatario de la carta enviada por la CAME sobre las modificaciones al escenario impositivo provincial.

finés recaudatorios, resulta totalmente incongruente con la sanción, semanas atrás, de la Ley de Emergencia Comercial, como una medida paliativa para las altas cargas impositivas que debían afrontar las pequeñas y medianas empresas.

Uno de los puntos principales del nuevo Pacto Fiscal argentino, suscripto en noviembre pasado, es que las provincias se comprometen para bajar «impuestos distorsivos». Medidas como estas retrasan y perjudican de manera directa el fortalecimiento de las pequeñas y medianas empresas que hacen un gran esfuerzo por mantenerse vigentes frente a la crisis que vive la provincia. Por esta razón, la CAME solicitó al Gobierno provincial que revea esta situación que pone en jaque al sector más pujante de la Argentina.

Desarrollo del NOA

La Vicepresidencia Regional del NOA de la CAME -integrada por Jujuy, Salta, Tucumán, Santiago del Estero, Catamarca y La Rioja- elevó una serie de consideraciones en pos de estimular el desarrollo económico de la región y fomentar procesos de integración horizontal y vertical en cadenas productivas que generen nuevas fuentes de empleo y una mejor distribución de la riqueza.

El NOA, como todo el interior del país, arrastra desequilibrios estructurales postergados por décadas y necesita un trato y una mirada diferencial para poder participar del tejido económico y del crecimiento sostenido.

Existen profundas asimetrías que se deben combatir a través de beneficios concretos y directos que modifiquen definitivamente la competitividad de la región, impactando en las estructuras de costos de las Pymes, y atrayendo a que inversores se asienten en la zona.



MÁS CAPACITACIÓN, MEJORES PYMES



74 SEMINARIOS A DISTANCIA

CAPACITACIÓN A DISTANCIA Y GRATUITA

Tutorías a cargo de docentes especializados en cada temática.
Plataforma educativa de fácil acceso y manejo.

- Marketing y Ventas
- Planificación y Estrategia
- Empresas Familiares
- Recursos Humanos
- Habilidades Gerenciales
- Prevención y Gestión de Riesgos Laborales
- Economía y finanzas
- Ofimática
- Sustentabilidad

- Creación de empresas
- Asociatividad
- Responsabilidad Social
- Tecnología
- Economías Regionales
- Industria
- Energía
- Empleabilidad
- Genero



CRONOGRAMA 2018

OCTUBRE: 1/10 al 29/10

DICIEMBRE: 3/12 al 31/12

INFORMACIÓN E INSCRIPCIONES
www.came-educativa.com.ar

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

¿El comercio online terminará cerrando las tiendas físicas?

ANÁLISIS

Aunque la tendencia a comprar desde una pantalla sigue creciendo en todo el mundo, el porcentaje de ventas en locales continúa siendo mayoría absoluta. Sin embargo, un dato a tener en cuenta es que también aumenta la cantidad de clientes que llegan al negocio con los productos ya elegidos a través de Internet.

De acuerdo a un estudio de la consultora internacional Deloitte, el porcentaje de ventas en tienda física influidas por lo digital es muy superior a todo el volumen de ventas en ecommerce juntas.

Al respecto, un registro de las ventas online en España en 2017 señaló que representaron un 4,8 por ciento del total de las ventas minoristas, con un crecimiento interanual del 20 por ciento. En tanto, el otro 95 por ciento de las ventas siguió concretándose en las tiendas físicas.

En un artículo publicado por el diario El País de España sobre este tema, su autor concluyó que «la situación apocalíptica que algunos insisten en pintar, donde las compras a través de Internet se comen al comercio en tienda física, está lejana».

«El futuro será de aquellos que sepan combinar el mundo físico y el digital y hacer

La situación apocalíptica que algunos insisten en pintar, donde las compras a través de Internet se comen al comercio en tienda física, está lejana.

COMERCIAR | 12



evolucionar las tiendas con servicios, tecnología y experiencias personalizadas», pronosticó.

Grandes jugadores

Al respecto, los expertos traen a escena algunos ejemplos de grandes jugadores del ecommerce, tales como Amazon o Apple, que han entendido que su negocio no puede ser únicamente la venta en Internet.

Como vender en ecommerce -debido a los descuentos y los costos de la logística, entre otros puntos- deja menores márgenes que las ventas en tienda física, Amazon se lanzó a la apertura de librerías, de supermercados (Amazon Go) y hasta compró Whole Foods, la cadena de alimentos naturales y orgánicos fundada en 1980.

Está probado que abrir tiendas físicas origina un efecto multiplicador que genera tráfico a la web, construye marca, mejora las capacidades logísticas y, sobretodo, mejora la relación y el vínculo con el consumidor final. Es decir, mayores ventas y más margen. Por su parte, Apple hizo lo mismo hace años y ahora tiene más de 450 tiendas en todo el mundo. Y las mayores marcas nacidas ciento por ciento digitales en Estados Unidos -Warby Parker (anteojos), Harry's (multimarca), Bonobos (ropa masculina)- ahora cuentan con locales físicos que complementan su comercio online.

Canales múltiples

Según sostienen los estudiosos de la cuestión, los usuarios quieren y exigen una experiencia omnicanal y el futuro será de aquellos que sepan combinar los dos mundos y evolucionar las tiendas físicas con servicios, tecnología y experiencias personalizadas.

A la vez, plantean que aunque las tiendas físicas aún tienen una larga vida por delante, esto no significa que el formato, el servicio o el número necesario de ellas vaya a seguir como hasta ahora.

La gran oportunidad de la omnicanalidad es la posibilidad de aumentar simultáneamente las ventas en el canal offline y el online, asociando la venta por Internet con la presencia física. Sin embargo, en el lado opuesto están los desafíos que plantean unos compradores imprevisibles. El showrooming hace referencia a aquellos compradores que van a la tienda para ver el producto pero luego van a casa para comprarlo por Internet. A veces, a través de un competidor.

En ese escenario, las tiendas físicas se convierten esencialmente en salas de exhibición para los compradores en línea. El webrooming es el comportamiento opuesto. Los clientes buscan los productos en línea



El caso argentino

El comercio online en Argentina creció un 51 por ciento en 2016 respecto a 2015 y un 52 por ciento en 2017 respecto a 2016. La facturación total del año pasado llegó a los 156.300 millones de pesos.

El comercio electrónico en Argentina representa alrededor del 2 por ciento de las ventas minoristas totales, cuando en países desarrollados supera el 5 por ciento.

Tres factores influyen en este porcentaje menor al promedio: la cantidad de adultos aún no bancarizados, la desconfianza en la seguridad de las compras online y la preferencia por el omncommerce, es decir, elegir productos en Internet pero comprar en la tienda física o viceversa.

Argentina es uno de los países latinoamericanos con mayor tradición en comercio electrónico. Nueve de cada diez adultos conectados a Internet compró online alguna vez y la mitad compró alguna vez en los últimos seis meses.

Al momento de elegir una tienda online, los cuatro aspectos más importantes para los argentinos son: precios, medios de pago, logística y promociones bancarias.

El 84 por ciento de los argentinos que compran online busca descuentos y ofertas y asegura tener conciencia del precio. El 54 por ciento asegura buscar la tienda que ofrezca el servicio más rápido posible.

antes de acudir a una tienda física para una evaluación final y realizar la compra.



Amazon Go y Apple Store, la convivencia entre el local y la compra online.

Rápido, rápido

La obsesión por minimizar los tiempos de entrega abre un debate sobre la sostenibilidad del sistema. En una mesa de debate sobre el e-commerce que abordó este asunto en Madrid, los participantes coincidieron en subrayar que «esta inmediatez tiene efectos negativos sobre el medio ambiente».

«Los hábitos de consumos basados en la inmediatez no son sostenibles y hay que sensibilizar a la sociedad. Cada vez que se prioriza que un pedido llegue de la otra punta del mundo en menos de un día se está generando grandes volúmenes de plástico, emisiones», reflexionaron.

ADIBA: 40° aniversario junto a industriales de toda la provincia

INDUSTRIA I

Con una imponente fiesta que contó con la presencia de más de 350 representantes de la industria pyme bonaerense, la Asociación de Industriales de la Provincia de Buenos Aires (ADIBA) festejó sus 40 años de existencia. En ese marco, se destacó la presencia del ministro de Producción de la Nación, Dante Sica.

"Estamos avanzando en mejorar la productividad. Tenemos pendiente avanzar en los marcos y regulaciones laborales para los nuevos aparatos productivos. Argentina tiene un problema que la productividad no está asociada al costo del salario sino al costo extrasalarial y eso nos hace salir de competencia cuando queremos ganar mercado", señaló el ministro, y agregó: "Hay que sacar de la informalidad laboral al 25 por ciento de los trabajadores, si no lo hacemos va a ser muy difícil bajar la pobreza".

Por su parte, el presidente del Consejo Directivo de la CAME, Gerardo Díaz Beltrán, expresó el total apoyo de la entidad nacional hacia ADIBA. "Es una alegría acompañar a



Diego Coatz, director ejecutivo de la UIA; Gerardo Díaz Beltrán, presidente de la CAME; Silvio Zurzolo, presidente de la ADIBA; Alberto Kahale, presidente de la FEBA, y Miguel Ángel Rodríguez, vicepresidente Pymi de la UIA.

ADIBA en esta celebración. Desde la CAME, tenemos el compromiso de apoyar a todo el sector Pyme industrial del país. En un momento complejo como éste es cuanto más trabajo serio tenemos que tener", subrayó.

En tanto, Silvio Zurzolo, presidente de ADIBA, enumeró alguna de las acciones y propuestas que se hicieron desde el comienzo de su gestión, hace un año y medio, respecto a algunos temas tales como la Ley ART, el Fondo del Conurbano y el control de las tasas municipales sobre las industrias. Puntualmente, sobre el aumento de las tarifas, aseguró: "No estamos pidiendo que nos bajen la tarifa, estamos pidiendo pagar solamente lo que consumimos".

Finalmente, Díaz Beltrán hizo entrega de una placa alusiva al 40° aniversario y en agradecimiento por el trabajo que realiza la entidad en apoyo a la CAME.

La industria bonaerense

"Las Pymes estamos complicadas, no la estamos pasando bien. Necesitamos urgente que se piense en acuerdos productivos, no solo fiscales. La única manera de salir de la crisis es con un convenio de incentivo a la producción que generen dólares genuinos y tengamos una industria en desarrollo", señaló el presidente de ADIBA, Silvio Zurzolo.

Parque Industrial DECA: de un proyecto a una realidad

IPARQUES INDUSTRIALES I

Ubicado en el Oeste del Gran Buenos Aires, una zona que se transformó en un polo productivo interesante, con cada vez mayor radicación de empresas.

El parque DECA -adherido a la Federación Argentina de Parques Industriales, con el respaldo de la Unión Industrial del Oeste, del Municipio de Morón y de la Provincia de Buenos Aires- dejó de ser un proyecto y es una realidad.

La zona oeste se transformó, en los últimos años, en un polo productivo e industrial interesante, con cada vez mayor radicación de distintas empresas de todo el país. Su proximidad y sus vías de acceso desde Capital Federal y el interior de la provincia hicieron que la región desarrolle esta gran capacidad productiva.

Dentro de la región, Morón es el municipio con más empresas radicadas, sobre todo desde



la construcción de su Parque Industrial La Cantábrica, que alberga a más de 2.500 empleados en más de 40 firmas y es modelo en todo el país. Desde entonces, el segmento no dejó de crecer y Morón es hoy sinónimo de industria y desarrollo.

En la década de '60, la firma Deutz se fusionó con La Cantábrica y juntos abrieron DECA (por las siglas de ambas), que comenzó a producir vehículos de gran porte y maquinaria agrícola sobre el predio que hoy está frente a La Cantábrica. Más tarde, la firma Carraro adquirió esas instalaciones para producir transmisiones, ejes para tractores y maquinaria agrícola. La radicación de nuevas empresas en este flamante parque industrial incrementará ostensiblemente el perfil empresario-industrial que Morón ya se ha ganado en todos estos años.



En los '60, Deutz se fusionó con La Cantábrica y abrieron DECA, que comenzó a producir vehículos de gran porte y maquinaria agrícola en este predio.

Lanzamiento del Programa de Crédito Fiscal para Capacitación del Ministerio de Producción

FINANCIAMIENTO I

Más de 150 participantes y representantes de entidades académicas y empresarias reunidos en el auditorio de la CAME.

El Departamento de Financiamiento y Competitividad Pyme de la CAME, que trabaja directamente con la Secretaría General, apoyó el evento del lanzamiento del Programa de Crédito Fiscal para Capacitación Pyme del Ministerio de Producción de la Nación, que se desarrolló en el auditorio de la entidad, con la presencia de más de 150 participantes y representantes de entidades académicas y empresarias.

Las palabras de apertura estuvieron a cargo del secretario de Emprendedores y Pymes del Ministerio de Producción de la Nación, Mariano Mayer, y el presidente del Consejo Directivo de CAME, Gerardo Díaz Beltrán, quienes celebraron el inicio de esta nueva convocatoria 2018 del Programa y resaltaron la importancia de una herramienta que impulsa la capacitación de las Pymes para su crecimiento.

Luego, representantes del Ministerio explicaron las características, los objetivos, los alcances, las modalidades y los requerimientos del Programa de Crédito Fiscal para Capacitación Pyme. En un panel subsiguiente, se desarrollaron los lineamientos y los



Mariano Mayer y Gerardo Díaz Beltrán, en la apertura.

instrumentos más relevantes sobre los que trabaja el área de emprendedores y Pymes. Las disertaciones por parte del Ministerio estuvieron a cargo de Jesica Candendo, directora de Desarrollo de Capacidades Productivas; Raúl Arribillaga, coordinador del Programa Capacitación Pyme, e Ignacio Asís, director de Estrategias de Atención a Emprendedores y Pymes.

Por último, tuvo lugar en la jornada un breve panel por parte del director del Departamento del Programas de Financiamiento y Competitividad Pyme de CAME, Maximiliano Gabrielli, y la coordinadora, Carolina Marceca, quienes agradecieron al Ministerio la confianza y el trabajo en conjunto diario que permitió el desarrollo de este lanzamiento.

Por su parte, Marceca explicó las funciones operativas que tiene el Departamento en materia de brindar asesoramiento técnico a emprendedores y Pymes de todo el país para generar más posibilidades de acceso a instrumentos de financiamiento y programas de asistencia que se ofrecen fundamentalmente desde los organismos públicos y algunos privados. Además, se puso a disposición de los presentes para que acerquen sus consultas a través de sus entidades empresarias de pertenencia.

La apertura estuvo a cargo del secretario de Emprendedores y Pymes del Ministerio de Producción de la Nación, Mariano Mayer, y el presidente del Consejo Directivo de CAME, Gerardo Díaz Beltrán.

Vacaciones de invierno: el turismo creció con un consumo moderado

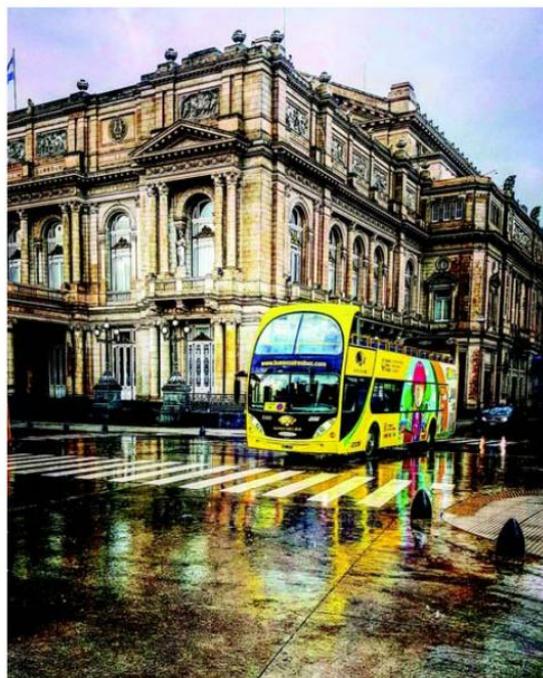
I TURISMO I

Un 2,2 por ciento más que en 2017, con estadía media de 4,4 días y un gasto diario de 820 pesos por persona.

Las vacaciones de invierno dejaron mejores resultados que el año pasado. Las provincias y la Ciudad de Buenos Aires recibieron 5 millones de turistas, 2,2 por ciento más que en 2017. Con una estadía media de 4,4 días y un gasto diario de 810 pesos por persona, los visitantes realizaron un gasto directo de 17.825 millones de pesos.

Un dato que le sumó color al invierno fue el boom de excursionistas, tal como anticipó la CAME en su informe de expectativas. Unos 9,1 millones de personas se trasladaron a ciudades vecinas a pasar el día y disfrutar de las múltiples propuestas. Con un desembolso promedio de 350 pesos por excursionista, dejaron 3.199,6 millones de pesos en las vacaciones.

Entre excursionistas y turistas, viajaron 14,1 millones de argentinos por el país que gastaron en forma directa 21.024 millones de pesos en estas vacaciones, 31,2 por ciento más de lo que dejaron en 2017. Esto se debe al efecto de mayor cantidad de visitantes y días de alojamiento, a pesar que el gasto promedio diario por persona fue sólo un 15,7 por ciento superior al 2017.



Bus turístico, uno de los atractivos para los que eligen Buenos Aires como destino para sus vacaciones.

Gasto total

A precios constantes, el gasto total creció 1,6 por ciento aunque posiblemente con más incidencia de servicios que de bienes de negocios minoristas.

Muchas familias se alojaron en casas de amigos, familiares o vínculos cercanos para abaratar. Igualmente, a todo esto hay que sumar el efecto multiplicador que generaron esos ingresos, lo que confirma la fuerza que tiene el turismo como motor de las economías regionales. Según una encuesta realizada por la CAME entre 450 comercios minoristas pymes, las ventas para las vacaciones de invierno igualmente se mantuvieron por debajo del año pasado, aunque eso es parte de la tendencia general del consumo.

Polos turísticos

Los polos turísticos que recibieron la mayor cantidad de viajeros fueron CABA, Córdoba, Mendoza, Salta, Puerto Iguazú (Misiones), Entre Ríos y Bariloche (Río Negro).

Por grandes zonas, la región más concurrida fue el Noroeste, con el 17,6 por ciento de los arribos, seguida por la zona Centro, con 17 por ciento (destacándose especialmente Córdoba), provincia de Buenos Aires (con 15,2 por ciento) y la zona del Litoral con 14 por ciento (fundamentalmente entre Misiones y Entre Ríos).

"Estamos en crisis y necesitamos la asistencia del Estado"

ECONOMÍAS REGIONALES I

Ricardo Velimirovich
Asociación Frutihortícola de Productores y Afines de General Pueyrredón



- ¿Cuál es la situación actual del sector frutihortícola en Mar del Plata?

- Está en crisis. En 2017, hubo tres grandes temporales en momentos claves de siembra, producción y cosecha, dejando a

los productores endeudados. Al día de hoy, no pudimos acceder a los beneficios de la emergencia agropecuaria. Luego, en la temporada 2017-2018, logramos salir adelante con la producción, endeudándonos en dólares con empresas privadas. A esto le siguió una temporada completa con precios bajos y una disminución del consumo de un 30 por ciento. Las deudas se agravaron con la suba del dólar.

- ¿Qué temas les preocupan a los pequeños y medianos productores de la zona?

- Nos preocupa qué podremos sembrar para la próxima temporada, con insumos muchos más caros en dólares, créditos agotados, costo muy alto de la energía eléctrica, subas de impuestos y tasas, como la municipal de conservación de caminos, que ronda entre el 400 y 500 por

ciento, aunque no contamos con caminos arreglados en por lo menos tres años. La dificultad principal es la falta de capital y la baja en las ventas.

- ¿Qué medidas están haciendo falta para impulsar la actividad?

- Estamos necesitando la asistencia del Estado para recuperarnos, cuestión que no será fácil en una situación tan difícil como la actual. Aunque el productor quiere seguir produciendo, por primera vez en muchísimos años se empieza a ver a productores que abandonan la actividad. Muchos van reduciendo la capacidad productiva, con la consiguiente pérdida de fuentes laborales. Al descapitalizarse el productor, la posibilidad de crédito sin asistencia del Estado es prácticamente nula. Un crédito con los intereses actuales es endeudar aún más al productor.

- ¿Cómo estima que será el 2019?

- Hay una disminución de la superficie productiva, por lo tanto, de producción. Hay menor contratación de personal temporario y una rentabilidad que llega a los extremos mínimos de sostenibilidad social. A pesar de todo, los productores le ponen garra e intentan conservar algo histórico para el sector: que la familia siga con un trabajo que pasa de generación en generación. Pero hoy empiezan a dividirse las familias, una preocupación extra.

Convivencia

La Asociación que Velimirovich encabeza tiene unos 300 socios -entre grandes, medianos y pequeños productores- pero la entidad asumió un papel de representación de todos los productores del partido. "Existe un fuerte vínculo de ayudarse entre todos. Tenemos distintos orígenes migratorios y logramos convivir y desarrollar las actividades por el bien de todo el cinturón frutihortícola", apunta.

"Después de perder todo por lluvia y calor, volvimos a producir"

Guillermo Beckmann
Sociedad de Quinteros de Santa Fe



- ¿Cuál es la situación actual del sector frutihortícola en Santa Fe?

- Estuvo complicado en abril y mayo, con muchas

lluvias y mucho calor. Perdimos toda la producción. La situación se agravó muchísimo. Ahora estamos volviendo a producir, con buena calidad y mucha cantidad. Pero los precios no acompañan el ritmo del dólar, que marca el precio de varios de nuestros insumos, como las semillas y los agroquímicos.

- ¿Qué temas les preocupan a los pequeños y medianos productores de la zona?

- Estamos sin un peso en el bolsillo, haciendo malabares para pagar la luz, el aumento del combustible. Nos estamos bancando con recursos propios. Pero así y todo, estamos abasteciendo a una zona muy importante, que

se extiende por el Norte hasta Monteros, en Córdoba. Estamos vendiendo mucha mercadería de muy buena calidad. Se había perdido la fuerza, el entusiasmo, y muchos productores se habían apartado de la actividad. Ahora están volviendo.

- ¿Qué medidas están haciendo falta para impulsar la actividad?

- Un punto clave sería contar con créditos blandos para poder invertir en semillas. Nuestro sector no plantea grandes cuestiones, sino algunas que parecen de sencilla resolución pero son imprescindibles para impulsar el rubro. Un ejemplo claro es lo que nos pasó hace unos años con el granizo, que perjudicó especialmente a los que no tenían mediasombras para cubrir la producción. Un financiamiento accesible para poder comprarlas solucionó el problema, nos benefició. No es algo tan grande a nivel macroeconómico pero sí fundamental para nosotros.

- ¿Cómo estima que será el 2019?

- A pesar de todos los problemas, de lo difícil que se hace afrontar los aumentos de combustible, energía y agroquímicos, somos optimistas. Desde 2009 hubo un cambio de visión del sector y logramos normalizarlo. Un punto central fue que los pequeños productores pudieran acceder al mercado, donde antes era muy complicado llegar, por lo caro que era tener un puesto. Y también porque no tenían vehículo para trasladar la producción. Entonces tenían que entregársela a terceros, que se llevaban el doble de ganancia que ellos. Ahora, una vez a la semana, se vende directo, se animan a comercializar. Esperemos que el 2019 sea un buen año, tenemos ganas de que nos vaya bien.

Toda la familia

La mayoría de los productores que forman parte de la Sociedad que Beckmann encabeza son chicos, con entre tres y cinco hectáreas a su disposición.

"En Santa Fe pasa algo distinto a lo que ocurre en el resto del país. Acá, las quintas grandes fueron alquiladas a pequeños productores. Trabaja toda la familia, sin empleados, salvo algún peón golondrina", explica.

Río Grande se Prende 2018

I MUJERES EMPRESARIAS I

Mujeres Empresarias riograndenses coorganizaron el Río Grande Se Prende 2018, la novena edición consecutiva de este evento, con más de 150 comercios inscriptos que brindaron ofertas, promociones y combos de hasta 60 por ciento de descuento, presentados a través de la página web y las redes sociales.



Hubo espectáculos musicales y de magia que engalanaron cada noche los comercios gastronómicos de la ciudad. Fue declarado «de interés municipal» por el Concejo Deliberante de esa ciudad fueguina.

Encuentro en Santa Fe

Mujeres Empresarias organizó una reunión con la ministra de la Producción de Santa Fe, Alicia Ciciliani; la directora del Centro de Desarrollo Económico de la Mujer (CEDEM) del Ministerio de Producción de la Nación, Helena Estrada, y la subsecretaria de Gestión de Proyectos Productivos e innovadores, María Soledad Alvarez, en el Centro Metropolitano Rosario.

Durante el encuentro, se dialogó sobre los programas del CEDEM y el trabajo articulado entre los estados nacional y provincial y las instituciones intermedias que trabajan en el empoderamiento económico de la mujer.

Mujeres CAMECH en la Bienal



La Cámara de Mujeres Empresarias de Chaco (CAMECH) estuvo presente en Bienal Internacional de las Esculturas, organizada por la Fundación Urunday, en el Domo del Centenario. En ese marco, se realizó la entrega de productos regionales a la ganadora del concurso de esculturas MECAME-CAMECH, Adriana Pantaneli, de la ciudad de La Plata. Durante el evento estuvo presente Katia Blanc, secretaria de Economía Social y del gobernador de la provincia de Chaco, Domingo Peppo.

Liderazgo gremial en Buenos Aires

Mujeres Empresarias de la Federación Económica de la Provincia de Buenos Aires realizó el Workshop II «Bases para un liderazgo Gremial Empresario», en la sede de esa entidad.



Congreso Regional

Mujeres Empresarias de la CAME invita a participar del próximo Congreso Regional de Mujeres Empresarias »Economía, Negocios y Finanzas«, convocado para el jueves 23 de agosto, a las 8.30, en el auditorio de la entidad, 25 de Mayo 457, Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Este encuentro contará con espacio para networking y Ronda de Negocios, a fin de posibilitar a las empresarias pymes participantes sumar contactos comerciales y/o institucionales, generar escenarios para la concreción de acciones, joint-venture, asociaciones, representaciones y todo aquello que favorezca la competitividad de las pequeñas y medianas empresas.

Participarán del Congreso disertantes que expondrán acerca de e-commerce, franquicias, comercio exterior, finanzas y nuevas modalidades de pagos, innovación, tecnología y testimonios de casos exitosos.



Reunión en Mendoza

Mujeres Empresarias de la Federación Económica de Mendoza (ME FEM) se reunieron con el ministro de Gobierno, Trabajo y Justicia provincial, Dalmiro Garay, para plantear políticas públicas integrales que fomenten una sinergia público-privada. El encuentro se dio en virtud de la reunión mantenida entre MECAME y el ministro en junio pasado, en la Casa de Gobierno mendocina.

Mujeres en puestos de decisión y liderazgo



Mujeres CAME continúa trabajando en busca de que se incorporen más mujeres en altos cargos directivos de las entidades asociadas, enfatizando en la necesidad de hacer avanzar su participación y liderazgo político. En ese sentido, la Federación Comercial de la Provincia de Córdoba (FEDECOM) ha sabido entender que el equilibrio en la distribución de cargos contribuirá al fortalecimiento de los

equipos de trabajo, impulsando la diversidad y generando resultados más eficientes.

Mujeres que han logrado dirigir las entidades empresarias cordobesas:

- María Luján Vasallo**, presidenta Centro Comercial de Monte Maíz
- Marcela Sileoni**, presidenta Centro Comercial e Industrial de Oncativo
- Carla Bocco**, presidenta del Centro Comercial e Industrial de General Lavalle
- Mariela Auer**, presidenta del Centro de Comercio, Industria y Turismo de Alta Gracia y sus Sierras
- María Helena Romano**, presidenta de la Asociación Civil Nuevo Centro Comercial, Industrial Turístico y de Servicio de Villa Allende
- Claudia Barrionuevo**, presidenta del Centro Comercial industrial y de la Propiedad Cosquín
- Silvina Polinessi**, presidenta del Centro Comercial e Industrial de Uchaca
- Valeria Bonetto**, presidenta del Centro Comercial e Industrial de Arroyito
- Alejandra Leloutre**, presidenta del Centro de Turismo y Comercio Mina Clavero
- Micaela Goytea**, presidenta de Centro Comercial de Freyre

I CAME JOVEN I

Reunión de Comisión Directiva

Referentes de comisiones de jóvenes de todo el país participaron de la reunión de Comisión Directiva de CAME Joven, cuya agenda incluyó una charla de Techo, junto a la Secretaría de RSE de CAME, y de Corina Verminetti, quien dio una conferencia sobre Inteligencia Emocional en el primer encuentro presencial del Programa Ejecutivo para Jóvenes Dirigentes.



Marketing digital

Fecoba Joven cerró la #SemanaPyme con la charla "Marketing Digital para emprendedores y Pymes", en la que se explicaron las principales herramientas multimedia y las redes sociales



específicas para potenciar los emprendimientos.

Junto a Eduardo Regondi, Juan

Pablo Bazán, Sabrina Dimare y Enzo Espósito, participaron del lanzamiento del #ÍndiceTriple Impacto organizado por Sistema B, propuesta que busca la creación del primer diagnóstico de impacto social y ambiental del sector privado en Argentina.



Entre Ríos

JEFEDER participó, con una delegación de más de 40 asistentes, del Foro Anual del Consejo empresario de Entre Ríos y acompañó a FEDER en un stand como auspiciante del evento realizado en el Centro de Convenciones de Paraná.

Entre las autoridades más relevantes, estuvieron el gobernador de la provincia, Gustavo Bordet, y los ministros nacionales de Producción y de Agroindustria, Dante Sica y Miguel Etcheverre. Cerró el evento la diputada nacional Elisa Carrió.



Córdoba: Mesa Joven

Un encuentro de jóvenes empresarios cordobeses reunió a los representantes del área de varias cámaras provinciales: Jóvenes de la Cámara de la Construcción, Jóvenes de la Cámara de Comercio de Córdoba (CCC), de la Cámara Empresaria Minera de Córdoba (CEMINCOR), de la Unión Industrial de Córdoba (UIC), la Asociación Joven Empresaria (AJE) y de las Confederaciones Rurales Argentinas, Ateneo.



Medio centenar de asistentes participaron del 6° Encuentro Dirigencial Provincial de Jóvenes Empresarios de FEDECOM, organizado por ese sector de la entidad y el Centro Comercial e Industrial de Villa del Rosario, con el objetivo de capacitar y formar jóvenes dirigentes. La jornada contó con la presencia de las siguientes autoridades: intendente de la ciudad de Villa del Rosario, Ricardo Manera;

Córdoba: Encuentro Dirigencial

intendente de Luque, Lucas Valiente; presidente de CAME Joven, Fabian Zarza; vicepresidente Región Centro de CAME Joven, Walde G Oxaran; prosecretario de FEDECOM, Cristian Savoretti; subsecretario Pyme de la Provincia de Córdoba, Tomas Grunhaut; presidente del Centro Comercial e Industrial de Villa del Rosario, Franco Papa, y el presidente de Jóvenes Empresarios de FEDECOM, Martín Freytes.

En el marco de ese evento, la Subsecretaría Pyme de la Provincia de Córdoba anunció la Cátedra Abierta Pyme, una capacitación con certificado oficial destinado a micro emprendedores, a realizarse en distintas ciudades de la provincia.

San Luis

Reunión con el diputado provincial Francisco Ibar Irusta y José Bressano, para conocer los avances de la Ley de Emprendedores en la Cámara de Diputados de la Provincia de San Luis.

A su vez se planteó, por parte de la Cámara de Comercio San Luis, la posibilidad de sumar un Régimen Simplificado de Ingresos Brutos a aquellos emprendedores que conformen una SAS.

Del encuentro participaron Emmanuel López, referente de CAME JOVEN en San Luis; Florencia Escudero y Ariel Espejo, integrantes del Área Joven de la provincia.



La empresa correntina que basa su negocio en el triple impacto

I RESPONSABILIDAD SOCIAL Y DESARROLLO SUSTENTABLE I

Zuamar se dedica a generar y proveer energías renovables, favoreciendo el uso eficiente de los recursos naturales a empresas y particulares.

Pellets, briquetas y biomasa son palabras que estaban lejos del vocabulario común hasta que, en septiembre del 2015, -cuando la entonces Secretaría de Responsabilidad Social de CAME entregó los premios de la primera edición del concurso "Poné tu energía para cuidar el ambiente" y la empresa correntina Zuamar ganó en la categoría de "Utilización de energías renovables"-, esos conceptos comenzaron a formar parte de la escena emprendedora. Zuamar S.A, radicada en el Parque Foresto Industrial de Santa Rosa, se dedica a generar y proveer energías renovables, favoreciendo el uso eficiente de los recursos naturales a empresas y particulares, promoviendo el desarrollo económico, social y ambiental. Los pellets y las briquetas son un combustible de biomasa que cuenta con la ventaja de ser renovable y muy eficiente. A igual cantidad de kilogramos, rinde el doble que la leña. En cuanto al costo, es mucho menor que los combustibles tradicionales. Es por eso que pueden sustituir cualquier combustible que se use para generar calor o fuego.



Emmanuel Zuázquita y Enzo Mária -socios fundadores de Zuamar- aseguran que la firma tiene como propósito realizar iniciativas tendientes a proteger el ambiente, conservar los recursos y mejorar el desarrollo económico de las comunidades donde se trabaja. "Estamos convencidos de que el compromiso con los valores que fundan un proyecto son la base de todo emprendimiento que quiera trascender en el tiempo", subrayan.

El trabajo de Zuamar beneficia enormemente el medioambiente. "Empleamos un residuo que solía ser quemado a cielo abierto. Con los pellets o briquetas se les da una segunda vida, se los transforma en energía y así se ahorra de usufructuar otros combustibles", explican. "Esto permite nutrir y diversificar la matriz energética nacional y aplicar un combustible renovable. A diferencia de otras fuentes de energía, la biomasa es estable y previsible en cuanto a su producción. Sólo en corrientes existen 400.000 hectáreas reforestadas", describen.

Gracias a su gran trabajo y compromiso, Zuamar sigue cosechando triunfos. En 2018, fue uno de las empresas reconocidas por el concurso "Premios Latinoamérica Verde", certamen que exhibe, conecta y premia a los 500 mejores proyectos sociales y ambientes de la región

Cathome

Desde hace dos años, la empresa ha lanzado al mercado un nuevo colchón sanitario para gatos denominado Cathome, un producto ciento por ciento natural, biodegradable, ecológico y de madera de pino reforestado, con gran poder de absorción y con facilidad en la eliminación de olores. Actualmente se encuentran en etapa de expansión buscando distribuidores en todo el país.

Más información sobre la empresa: www.zuamar.com

Reciclado de neumáticos: soluciones tecnológicas a problemas ambientales

Por Lic. Karina Potarsky
 Centro de Tecnología de la Industria del Caucho
 Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI)
 (Síntesis de un texto originalmente escrito para Télam)

El Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI), desde hace 60 años, se dedica a generar políticas que permitan encontrar soluciones a las diferentes problemáticas de la industria nacional.

Cuando los neumáticos de vehículo cumplen su ciclo, la solución no es destinarlos a rellenos sanitarios ni tampoco es aconsejable hacer campañas de recolección sin tener un destino para ellos.

La Comisión Permanente de Trabajo para el Reciclado de Neumáticos de Desecho del INTI forma parte de un proyecto a nivel nacional. Sus objetivos principales son la evaluación y el desarrollo de las diversas propuestas logísticas y tecnológicas de reutilización de neumáticos al final de su vida útil, así como también la colaboración técnica en la promoción de una legislación ambiental específica.

En esta dirección, la Comisión, con los distintos actores públicos y privados vinculados al tema, abordó propuestas de modelos de gestión y legislación consensuados.

Desde hace una década, trabajamos con los



municipios de todo el país. Hasta hoy, apenas un 10 por ciento de los bonaerenses y algunos del interior se han comprometido a mejorar la calidad del ambiente a través de este proyecto. En Buenos Aires se encuentra la primera y más importante planta de reciclado de neumáticos del país (REGOMAX), que desde 2010 recicla neumáticos derivados del área metropolitana y de otras provincias.

La planta, ubicada en predios de la CEAMSE, tiene una capacidad de tratamiento de más de 1000 toneladas mensuales y, por esta razón, es necesario aprovisionarla de neumáticos fuera de uso (NFU), para poder maximizar esta capacidad. Los neumáticos fuera de uso son llevados a la planta por organismos públicos y privados. A diferencia de otros países, reciben un certificado de tratamiento sin costo.

Todavía quedan 120.000 toneladas que tienen destino final incierto. Por esta razón, en el INTI existen otras líneas de trabajo que promueven, entre otros tratamientos, el co-procesamiento en hornos cementeros de neumáticos en distintas regiones del país.

Es fundamental generar conciencia y capacidad de compromiso de los gobiernos municipales, impulsando la separación en origen de los NFU, con el asesoramiento gratuito del Instituto.

El modelo de intervención de uso y valorización de los NFU implementado y coordinado por el INTI es absolutamente virtuoso y se reinserta en el circuito productivo en línea con los principios de la economía circular.

Así se logra demostrar que el trabajo conjunto entre organismos del Estado y actores del sector privado puede resolver con creatividad y gestión adecuada problemas ambientales y de salud pública que hasta el momento no tenían solución.



Participación activa de la CAME en el Business 20

I INSTITUCIONAL I

Integra el board del tópico «Desarrollo Pyme» en ese ámbito que convoca al grupo de empresas de las veinte economías más desarrolladas del mundo.

En septiembre pasado, la CAME fue invitada a formar parte del board del tópico «Desarrollo Pyme», en el marco del Business 20 (B20), el grupo de empresas de los países del G-20 compuesto por las 20 economías más desarrolladas del mundo que representan el 70% del PBI mundial.

Esta es la primera vez en su historia que el B20 da lugar a esta temática, que subraya no solo la importancia de las Pymes en el tejido económico y productivo de un país sino la transversalidad de cuestiones abordadas a través las pequeñas y medianas empresas. Para una institución como la CAME, esta participación significa, en relación a la conformación del mapa político de nuestro país, reforzar la posición en lo referido al proceso de toma de decisiones e influenciar en el debate de políticas públicas.

El proceso se inició en enero, mediante la modalidad de reuniones presenciales y virtuales. Se pretende llegar, en octubre, a un documento que resumirá las necesidades y barreras que a nivel mundial enfrentan las Pymes. Su contenido será elevado a los

Presidentes participantes de la Cumbre del G20, que se realizará en Buenos Aires a finales de este año.

Los cinco temas de mayor relevancia para las Pymes que arrojaron las encuestas realizadas en todo el mundo fueron: acceso al financiamiento (22%), transformación digital (19%), regulación impositiva más favorable (18%), desarrollo/capacitación para la retención de talentos (17%), participación en cadenas de valor globales (15%) y compromiso social y ambiental (9%). El acceso al financiamiento es el principal problema que remarcan las Pymes de América del Sur y África.

A principios de marzo, Silvio Zurzolo, presidente de la Asociación de Industriales de la Provincia de Buenos Aires (ADIBA), participó junto con Pedro Cascales -vocero de la CAME- de la reunión de la temática de digitalización e industria 4.0.

A finales de mayo, la CAME participó de la reunión global de todas las temáticas tratadas dentro del B20. En este marco y nuevamente mediante la intervención de Cascales -como co-chair del B20-, se hizo referencia a que «nuestro foco de recomendación a los hacedores de políticas públicas, como referentes de las Pymes, debe centrarse en modernizar el marco regulatorio en favor de los trabajadores, ofreciéndoles horarios flexibles y teletrabajo».

También fue planteada la importancia de «simplificar los regímenes impositivos y mediante incentivos fiscales acompañar la inclusión a la formalidad del 40 por ciento de la economía que actualmente se encuentra en la informalidad como camino a la inserción internacional».

Reunión con el Ministro de Salud bonaerense

INSTITUCIONAL I

La Comisión Empresaria de Compras Gubernamentales de la CAME participó del encuentro en que fueron expuestos los principales problemas del sector.



Ministro de Salud bonaerense, Andrés Scarsi. Brindó alentadoras estadísticas sobre el nuevo sistema para los proveedores del Estado.

Integrantes de la Comisión Empresaria de Compras Gubernamentales de la CAME, acompañados por el presidente de Federación Económica de la Provincia de Buenos Aires (FEBA), Alberto Kahale, fueron

recibidos por el ministro de Salud de la Provincia de Buenos Aires, Andrés Scarsi. Durante el encuentro, fueron expuestos al Ministro los principales problemas del sector, como los atrasos en los pagos, las ampliaciones de órdenes de compras sin autorización previa y la demora en la adjudicación de licitaciones, entre otros temas.

Por su parte, el Ministro informó a los presentes sobre las bondades del nuevo sistema para los proveedores del Estado, admitió la complejidad en la adaptación y manifestó su voluntad para solucionar lo planteado. En esa línea, brindó alentadoras

estadísticas que reflejan una paulatina mejora y regularización del sistema.

Luego de la cordial reunión y cristalizando un resultado destacable, las partes acordaron crear una ventanilla de atención especial CAME-FEBA-MINISTERIO, con el fin de recibir, plantear y buscar la mejor solución a los problemas de los empresarios pymes proveedores del Estado en esa cartera. Por parte de la Comisión, asistieron el vicepresidente de la Unión Argentina de Proveedores del Estado (UAPE) del Sector Laboratorios, Eugenio Molcuk; el vicepresidente de la Cámara Italiana de la República Argentina, Arturo Curátola, y el director del Sector Industrial de CAME, Cristian Turano. Además, acompañaron al Ministro la subsecretaria administrativa, Romina Rodríguez, y el asesor económico financiero, Raúl Rigo.

Contacto para más información:
comisioncompras@came.org.ar

Será creada una ventanilla CAME-FEBA-MINISTERIO, para recibir, plantear y buscar la mejor solución a los problemas de los empresarios pymes proveedores en esa cartera.



Cada vez más pymes usan la nube en Argentina

TECNOLOGÍA I

Cinco de cada diez recurren a este servicio de almacenamiento y procesamiento remoto de datos. La seguridad del sistema sigue siendo la principal preocupación.

La cantidad de pequeñas y medianas empresas argentinas que usan la nube informática se duplicó en un año, al pasar del 24 por ciento en diciembre de 2016 al casi el 50 por ciento actual, con una tendencia creciente.

Los datos surgen de un informe elaborado por una consultora privada y difundido por la filial local de Microsoft. El relevamiento incluyó 240 entrevistas telefónicas efectuadas a las personas responsables de las decisiones dentro de una Pyme en Buenos Aires y sus alrededores y en otros puntos del país. De las casi cinco sobre diez pymes encuestadas que usa la nube, el 87 por ciento utiliza herramientas de productividad y colaboración para empleados, el 77 por ciento la toma como espacio de almacenamiento y 73 por ciento la usa para procesar datos.

Este último punto da cuenta de un avance notorio en su aprovechamiento, ya que la nube permite, entre otros puntos, dar una mejor atención a sus clientes, ofrecer servicios personalizados y tomar decisiones estratégicas

Evitar claves débiles

Los problemas de seguridad en la nube suelen surgir al escoger una clave muy débil. Al igual que ocurre en los cajeros automáticos de los bancos, es necesario evitar el uso de fechas de cumpleaños, números telefónicos de uso habitual, matrículas del auto o el nombre de la mascota. En síntesis, hay que evitar claves fácilmente deducibles, aunque resulten más recordables que otras más complicadas.

La mejor contraseña es la menos predecible y obvia. Para optimizar la seguridad de los archivos en la nube es altamente aconsejable el uso de segundas contraseñas mediante, por ejemplo, el uso de mensajes SMS. También es clave no establecer la misma contraseña en diversos servidores de Internet.

Soportes físicos y digitales

Aunque tener toda la información en Internet puede ser un riesgo, las ventajas son muchas. Por ejemplo, hay víctimas de robos de teléfonos celulares que pudieron recuperarlos porque el equipo carga a la nube todas las fotografías que toma.

Además, esta tecnología permite que las pequeñas y medianas empresas no necesiten comprar toda la infraestructura que requeriría almacenar los datos de forma física.

Los especialistas en el tema suelen coincidir en que es recomendable la convivencia entre los soportes físicos y los digitales. Es decir, contar siempre con respaldos en un disco duro físico que no sea la nube y que, por supuesto, esté lejos de la ubicación de los servidores.

basadas en datos reales.

La encuesta también develó que entre las pymes que usan la nube o les interesaría hacerlo, al 89 por ciento le resulta más sencillo que otras opciones, el 58 por ciento señala que le genera mejores resultados de negocio, 19 por ciento opina que es más segura y 13 por ciento que es más económica.

El porcentaje de satisfacción entre las firmas que recurren a la nube es alto, ya que ocho de cada diez dijo que continuaría usándola para otros servicios.

Por otra parte, la seguridad aparece como la principal barrera para ir o no a la nube. Al respecto, el 61 por ciento de los encuestados explicó que aún no se atreve a utilizarla por esta cuestión, mientras que el 33 por ciento porque prefiere los soportes físicos y apenas el 10 por ciento admitió que porque no sabe cómo funciona.

En referencia a esta preocupación por la seguridad, el 96 por ciento de las pymes encuestadas manifestó que utiliza antivirus en PC y laptops, el 91 por ciento realiza una actualización regular de contraseñas y el 50 por ciento se ocupa de la actualización regular de las aplicaciones y sistema operativos. Cuando los encuestados fueron preguntados sobre qué funciones utilizarían si no tuvieran que preocuparse por la seguridad, el 58 por ciento respondió que la usaría para respaldar la información y acceder a ella desde cualquier lugar, en tanto que el 24 por ciento para mejorar la productividad y la colaboración de los empleados.

Dos de cada diez señalaron que la usarían para

ofrecer mejores servicios a sus clientes y apenas uno de cada diez que lo haría para aplicar nuevas tecnologías que les permitan mejorar su negocio.

En declaraciones a la prensa, los responsables del área de clientes pymes de Microsoft en Argentina destacaron que los servicios que usan las pequeñas y medianas firmas locales «no son sólo los básicos, como almacenamiento y correo, sino más complejos, como el de procesamiento de datos, Internet de las cosas e inteligencia artificial, entre otros».

«La transformación digital permite a las Pymes apalancar su negocio con innovación tecnológica. Este proceso debe ser accesible y las empresas deben tener en claro cuáles son los beneficios que podría aportar. Es la nube la que hace que la tecnología sea accesible y con menos barreras», afirmaron.

Descargar y probar

La nube informática es una herramienta fundamental para que las pymes puedan desarrollar su flexibilidad como un factor determinante de su capacidad competitiva.

En tal sentido, la nube le permite a la pyme no depender de un software determinado. En un pasado no tan lejando, se vendían sets especiales para ser instalados en los servidores de las oficinas, dejando a las empresas cautivas de ciertos programas y determinados hardware. Hoy, es posible adquirir un software en cuestión de segundos, descargarlo y probarlo para verificar si responde a las necesidades de la firma, dejando la posibilidad de mudarse a un sistema diferente en cuestión de horas.

Que una liquidación no liquide la vidriera



Las liquidaciones hasta terminar el stock de temporada son una herramienta clave para afrontar la caída de ventas. En esta página, algunas pautas para que la vidriera no decaiga en tiempos de crisis.

¿Qué pasa con este negocio? ¿Cierra? Este comentario, escuchado al pasar, nos lleva a reflexionar sobre un tema poco abordado como es el de las vidrieras en tiempos de liquidación.

Vidrios pintados con frases, cartelitos de colores con los precios, amontonamiento de prendas similares, canastos o cajas de cartón como contenedores sólo apuntan a un tipo de público: el de venta masiva. Y a la sensación de que hemos pagado de más en semanas anteriores. Es la forma más eficiente de desilusionar al cliente.

Liquidación significa hacer líquido. Es decir, obtener el dinero cash de la inversión realizada. Las vidrieras son comunicadoras de estrategias de venta. Por lo tanto, no es lo mismo comunicar desorden y descarte que presentar una vidriera acorde al tipo de productos y con rebajas. La diferencia consiste en brindar ventajas a los clientes sin descalificar el comercio.

¿Cuál es la mejor forma de presentar una vidriera con liquidaciones? Depende del segmento de público que se quiera captar. Un punto es clave: la vidriera siempre debe



despertar el deseo a través de la belleza o la seducción.

Debido a que la cantidad de mercadería en estas épocas es mucho menor, deberemos afrontar el desafío de armar vidrieras despojadas que mantengan su impacto y envíen a los potenciales clientes un mensaje atractivo.



POR LA ARQ. TITINA CASTRO
(CONSULTORA DOCENTE DE CAME)
WWW.DISENOEXPRESS.COM
TITINAVIDRIERAS@CAME.ORG.AR

Tus deseos nos inspiran.



Llevamos paquetes. Entregamos deseos. **Recibimos sonrisas.**

A imagen y semejanza

¡CAPACITACIÓN!

Nueve puntos clave para que una idea brillante se transforme en un gran negocio con el acompañamiento de un equipo de trabajo bien liderado.



Buen liderazgo del equipo, aspecto central para llegar a buen puerto.

Comprendió que estaba incompleto. Pensó que algo podía agregar a lo que estaba ofreciéndose en el mercado. Consideró que esos agregados al mueble lo podían transformar en una oportunidad. En realidad, más que una oportunidad... un gran negocio. Estaba sorprendido porque no fue una simple idea: «vio» el nuevo mueble. Tal es así que, con esa imagen nítida en su mente, tomó un papel, un lápiz y delineó el producto imaginado. Logró transformar su imagen en un dibujo claro, con medidas específicas. Entonces buscó a quienes podían proveerle las partes, con indicaciones muy evidentes. Su dibujo, a esta altura un diseño puesto en papel, le permitía solicitar a proveedores lo que pretendía para armar lo imaginado. Los proveedores lo entendieron y le dieron lo que pidió.

Entonces su sueño cobró vida.

Pudo comenzar la nueva etapa. Ofrecer el producto que antes pudo imaginar con nitidez y luego fabricar. Su idea ahora se transformaba en un muy buen negocio. Tal como lo imaginó...

Vendía en cantidad, había encontrado una oportunidad gracias a su olfato comercial y su capacidad para transformar ideas en negocios. Tenía que comenzar la tercera etapa. Tener personal para lograr dar abasto, para producir, administrar, comprar, vender. En síntesis, conformar un equipo de trabajo gracias al cual

crecer. También incluyó a su familia, ¿quién podía ser más confiable?

Pero entonces algo falló. Las cosas no salían como él quería. Se quejó, se enojó, protestó, gritó. Las personas hacían las cosas de un modo que no respondían a sus expectativas, métodos y visión. Perdieron interés de trabajar con él, incluida su propia familia. Había logrado transformar una imagen en un dibujo y luego en producto.

Un producto a imagen y semejanza de su propia idea.

Pero la gente... ¡la gente no respondía a imagen y semejanza de su voluntad!

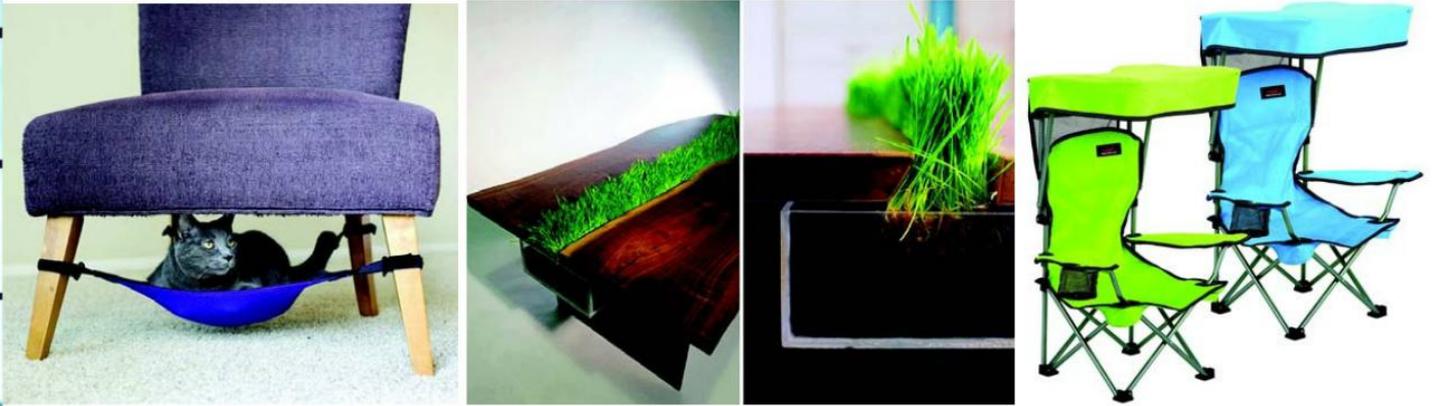
¿Qué lecciones podemos aprender de esta historia?

Lección 1

La capacidad para idear productos, sumado a la gestión comercial para hacer realidad una idea, no implica un saber en formar equipos y conducirlos.

Lección 2

La capacidad emprendedora tiene que incluir la formación como líder de un equipo, gracias al cual se lograrán los resultados esperables. Nadie puede ser el «iluminado» que, al estilo de un mesías, salvará a todos.



Un plus para abrirse paso en el mercado es solo el primer paso.

Lección 3

Las personas no responden a la voluntad de otro por el simple hecho que esa persona así lo pida o desee. Es fácil transformar una idea, una imagen, en una propuesta concreta. Pero no es lo mismo que las personas funcionen como un autómata, a voluntad del dueño.

Lección 4

El éxito comercial, si no se acompaña de la aptitud de liderar a otros, involucrarlos, hacerlos partícipes activos de los objetivos, va a desembocar en algo efímero y pasajero.

Lección 5

Es bueno incluir a la familia. Pero, ¿creamos ámbitos para conversar los problemas? ¿Lo que es bueno para el negocio será bueno para la familia? ¿En función de qué variables tomamos decisiones, hacia dónde se inclina la balanza?

Lección 6

Tenemos que aprender a convivir con la incertidumbre, la flexibilidad, negociar con otros los pasos a dar. De lo contrario, nos frustramos rápidamente.

Lección 7

Hay que poder «desencarnarse» de la empresa. La empresa tiene identidad propia,

diferenciada del dueño. No responde de modo automático, como un reflejo del cuerpo. Requiere de otros mecanismos que permitan movilizar voluntades y vencer inercias.

Lección 8

«Nadie lo hace como yo», dice el empresario en su intento de delegar. Es cierto, nadie lo hace como yo. Porque no se trata de eso para el éxito del negocio. Porque delegar es otra cosa. Se trata de aprender a trabajar por objetivos, promover pertenencia y motivación, desplegar habilidades y actitudes que propicien la permanencia y rentabilidad.

Lección 9

En épocas como las que vivimos, la empresa necesita de la diversidad de visiones para crecer y generar riqueza. Por lo tanto, no busquemos «clones» que respondan a imagen y semejanza.



POR EL LIC. NÉSTOR RABINOVICH
DOCENTE DE CAMEEDUCATIV@

Humor PYME



Descubra otra
ARGENTINA



**CAMPO,
COMERCIO & TURISMO TV**

VIERNES A LAS 23.30 / CANAL RURAL



UNA
PRODUCCIÓN
DE **came**

CONFEDERACIÓN ARGENTINA DE LA MEDIANA EMPRESA
www.came.org.ar / cct@came.org.ar

Plan de Salud
PYME

OSDEPYM
La Obra Social Empresaria

PREVENIR ES EL MEJOR PLAN.

Por eso Osdepym es la opción más conveniente para vos y tu familia.
Porque sus planes, pensados desde la prevención, multiplican tu cobertura.
Comunicate hoy mismo y encontrá un plan a tu medida.



Casa Central: Reconquista 458, 2° piso - C1003ABJ - C.A.B.A.

0800 288 8432
www.osdepym.com.ar