

# Comerciar

INDUSTRIA, COMERCIO, TURISMO Y PRODUCCIÓN NACIONAL

AÑO XVI | NÚMERO 146 | MAYO/ JUNIO 2018



## JOVEN EMPRESARIO ARGENTINO 2018

UN PUNTANO FUE DISTINGUIDO POR LA CAME EN UN ACTO REALIZADO EN EL SENADO DE LA NACIÓN

Franqueo a pagar	Correo Argentina Casa Central
Cuenta N° 16886	

CONFEDERACIÓN ARGENTINA DE LA MEDIANA EMPRESA - 1.544 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](http://www.institutoasegurador.com.ar)

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

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

# carta al lector

Esta edición destina un espacio importante a la entrega del Premio Joven Empresario Argentino, con el que la CAME distingue cada año a los nuevos referentes pyme de todo el país.

Quienes desde hace décadas venimos batallando para consolidar el aporte de nuestro sector a la economía nacional nos enorgullecemos de poder construir estos puentes generacionales indispensables para avanzar hacia un futuro mejor.

Innovación, proyección internacional, desarrollo regional, desarrollo tecnológico, oficio e iniciativa son algunos de los aspectos que valoramos porque resultan la clave de una matriz productiva sustentable, que traspase gobiernos y ciclos económicos para transformarse en políticas de crecimiento.

Con una historia de aciertos y errores de la que aprender, convocamos a los jóvenes emprendedores y empresarios de hoy a seguir transitando, juntos, el camino que nos lleve a esa Argentina pujante y protagónica tantas veces postergada.

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 Comercial/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

## # 146

### CAME JOVEN

Premio Joven Empresario Argentino | 06



### INSTITUCIONAL

Los bancos y el cobro de comisiones | 10



### ANÁLISIS

Las crisis y las "compras indulgentes" | 12



### ECONOMÍAS REGIONALES

La actualidad del sector olivícola | 18



### MUJERES EMPRESARIAS

Cada vez más dirigentes | 20

### TECNOLOGÍA

Las Pymes y los influencers | 28



### VIDRIERAS

El tiempo de los chicos | 30



### CAPACITACIÓN

El aporte de las mujeres | 32





De izquierda a derecha: Mariano Mayer, Gerardo Díaz Beltrán, Francisco Cabrera y José A. Bereciartúa.

## Reunión de la CAME con el ministro Cabrera

### INSTITUCIONAL

**El objetivo es elaborar una agenda de trabajo conjunta con el eje puesto en solucionar las problemáticas de las Pymes.**

El presidente del Consejo Directivo de CAME, Gerardo Díaz Beltrán, mantuvo una reunión con el ministro de Producción de la Nación, Francisco Cabrera, y el secretario de Emprendedores y Pymes, Mariano Mayer, a fin de elaborar una agenda de trabajo conjunta con el eje puesto en solucionar distintas problemáticas por las que atraviesan las Pymes.

Los embargos múltiples, la suba del monto mínimo para el uso del posnet obligatorio y la reglamentación de la Ley Pyme para fortalecer a las provincias de frontera, fueron los principales temas abordados.

Junto el secretario general José A. Bereciartúa, Díaz Beltrán le manifestó a los funcionarios la necesidad de terminar con los embargos múltiples de la AFIP.

"Nuestra propuesta es que la medida se aplique sobre una sola cuenta bancaria, cubriendo el monto estrictamente adeudado", señaló el titular de la CAME, teniendo en cuenta que asfixian aún más a las pequeñas y medianas empresas cuando enfrentan deudas impositivas

o previsionales.

Por otra parte, planteó también la urgencia de reglamentar el artículo 10 de La Ley Pyme, que generaría un gran alivio en aquellas ciudades afectadas por las compras en los países limítrofes.

En concreto, la normativa faculta al Poder Ejecutivo a implementar programas tendientes a compensar a Micro, Pequeñas y Medianas Empresas en las zonas de frontera por asimetrías y desequilibrios económicos provocados por razones de competitividad con países limítrofes, para lo cual podrá aplicar en forma diferencial y temporal herramientas fiscales así como incentivos a las inversiones productivas y turísticas.

"El Ministerio está trabajando en base a nuestras propuestas para su implementación", señaló el presidente de CAME, y agregó: "También trabajaremos juntos en la reglamentación de la Ley de Financiamiento Productivo, permitiendo se pueda realizar entre pymes".

Por último, Díaz Beltrán reiteró el pedido del aumento de 10 a 500 pesos el monto mínimo de compra para que se aplique la obligatoriedad del uso del posnet.

**Junto el secretario general José A. Bereciartúa, Díaz Beltrán le manifestó a los funcionarios la necesidad de terminar con los embargos múltiples de la AFIP.**



## Un puntano recibió el premio Joven Empresario Argentino

### ¡CAMEJOVEN!

**Diego Corbino se dedica a los servicios de postproducción audiovisual y los efectos visuales y apunta principalmente a mercados internacionales.**

En el Senado de la Nación y ante 500 emprendedores de todo el país, el puntano Diego Corbino, que realiza servicios de postproducción de diseño audiovisual y efectos visuales, fue distinguido con el Premio Joven Empresario Argentino, un galardón que reconoce a los emprendedores que promueven la capacidad competitiva, la innovación, la creación de riqueza y el fomento del empleo. "Muchas veces, como empresario o emprendedor, uno se siente solo, remando contra la corriente. Pero estos incentivos ayudan a darte cuenta de que no estabas tan

errado", señaló al recibir el premio mayor, luego de haberle sido entregada también la Mención de Honor a la Proyección Internacional.

**"Muchas veces, como empresario o emprendedor, uno se siente solo, remando contra la corriente. Pero estos incentivos ayudan a darte cuenta de que no estabas tan errado", Corbino dijo.**

COMERCIARI 6

La tarea de Corbino esta principalmente enfocada a los mercados internacionales. Los clientes más importantes de NN Studio están radicados en la ciudad de Los Ángeles, California. Exporta sus piezas de manera constante desde hace ocho años. "Empecé en 2010 con tres clientes locales, y al poco tiempo envié mi primer trabajo a San Francisco", recordó.

El encuentro fue organizado por la CAME y contó con el apoyo de la Comisión de Economías Regionales, Economía Social, Micro, Pequeña y Mediana Empresa del Senado, presidida por la senadora Cristina Fiore, quien junto al secretario general de CAME, José A. Bereciartúa, entregó el premio mayor.

"Tenemos que mostrarle a toda la Argentina que los jóvenes son fundamentales para generar empleo, innovación y tecnología", señaló la senadora.

La periodista Marcela Pagano condujo el encuentro que reconoció a finalistas de distintas provincias y tuvo como eje central la importancia del arraigo juvenil, teniendo en cuenta que en Argentina hay 750.000 jóvenes NI-NI (que ni estudian ni trabajan).

"Esto habla de la necesidad de crear políticas inteligentes para mejorar la inclusión social, como la Ley de Emprendedores, sancionada el año pasado", destacó el vicepresidente 1° de CAME, Diego Navarro.

"El interior profundo demanda cada vez más

**El titular de CAME Joven, Fabián Zarza, invitó a los empresarios consolidados a que inviertan parte de su tiempo para guiar a los demás.**

oportunidades para nuestros jóvenes, más innovación, más tecnología y el arraigo es fundamental para el desarrollo de nuestros pueblos. Los chicos tienen que migrar ante la falta de oportunidades para poder estudiar o trabajar y no regresan a sus pagos", agregó. Desde que se lanzó el premio en el año 2009, CAME ya distinguió a más de 300 emprendedores. "Nos enorgullece porque es el único premio nacional que reconoce y promueve la cultura emprendedora", señaló Navarro.

En tanto, el titular de CAME Joven, Fabián Zarza, invitó a los empresarios consolidados a que inviertan parte de su tiempo para guiar a los demás: "Quiero invitarlos a que participen en las cámaras empresarias de sus provincias para ayudar a que otros emprendedores se desarrollen", dijo.

Participaron además del encuentro e hicieron entrega de los galardones el secretario de Hacienda de la entidad, José Luis Valdés; el secretario de Interior, Roberto Torres; el secretario de Prensa, Pedro Cascales; el secretario de Organización, Alberto Kahale; el director ejecutivo del sector de Economías Regionales, Pablo Vernengo; el secretario de Comercio Interior y Servicios de Santa Fe, Juan Pablo Diab; los senadores Humberto Schiavone (Misiones) y Norma Durango (La Pampa) y los diputados nacionales Sergio Wisky (Río Negro), Héctor Baldassi (Córdoba) y Leandro López (Neuquén) que acompañaron a los finalistas de cada provincia.

Cabe destacar que la importancia que reviste el sector de los jóvenes emprendedores se explica en que el 55 por ciento de las Pymes nacionales es propiedad de menores de 40 años. Además, dos de cada tres proyectos que nacen son fundados por este segmento.



### Mención de Honor al Impacto Social

**LUCAS MANUEL**

**Sala de Caecus, Córdoba**

Brinda asistencia en los recorridos diarios, como la detección y evasión de obstáculos, a personas con disminución visual mediante el uso de aplicaciones móviles, web y tecnologías de soporte.



### Mención de Honor a la Iniciativa Emprendedora

**ENRIQUE JUAN BONGERS**

**GP Energy S.A., Misiones**

Produce Bedywood, una cama sanitaria de pellet de madera para mascotas. Además desarrolla la línea Pet, a partir de las características del pellet, que es muy absorbente, no genera olores y es totalmente biodegradable.



### Mención de Honor a la Innovación y Diseño

**MATÍAS EZEQUIEL BIANCUCCI**

**Mirai 3D, Buenos Aires**

Empresa de ingeniería biomédica que ofrece soluciones innovadoras para el cuidado de la salud.

Combina el diagnóstico por imágenes con tecnología de impresión 3D para brindar herramientas revolucionarias a médicos, investigadores y estudiantes.



### Mención de Honor al Desarrollo Productivo Regional

**MAURICIO JAVIER VÁZQUEZ**

**Savaz SRL, Córdoba**

Reabrieron una fábrica de quesos, recontrataron al personal y comenzaron a generar alianzas estratégicas con grandes empresas lácteas. Hoy esta pyme familiar se ha ido perfeccionando en el arte de hacer queso azul.



### Mención de Honor al Desarrollo Tecnológico

#### JAVIER SERGIO ROBERTO LUCIO Virtual Dreams, Buenos Aires

La empresa nació como productora de animación y videojuegos y hoy crea tecnologías de ciencia ficción, como sistemas de visión para no videntes y hologramas flotantes tangibles interactivos.



### Mención de Honor al Relevo Generacional

#### MAURO ANDRÉS GIANNANDREA Memorable Gourmet, Chubut

Nació en 1996 cuando la bisabuela, Hilda Jones, traspasó su receta familiar de la torta negra galesa. Hoy es un emprendimiento familiar que trabaja en la elaboración y comercialización en ferias, lo que les permitió recorrer todo el país. También producen alfajores rellenos de siete variedades de frutas finas.



### Mención de Honor al Oficio

#### RICARDO CORBETTA Mundo Pastel, Buenos Aires

Arrancó como un negocio familiar de venta de productos de repostería que capacitaba a clientes, y fue migrando a un centro de formación con certificaciones oficiales del Ministerio de Educación de la provincia de Buenos Aires. La escuela tiene más de 500 alumnos e impulsa a emprendedores en pastelería.



### Mención de Honor a la Proyección Internacional

#### DIEGO CORBINO NN Studio, San Luis

Realiza servicios de posproducción de diseño audiovisual y efectos visuales, enfocados principalmente en mercados internacionales. Sus principales clientes están radicados en Los Ángeles, California. Exportan sus piezas de manera constante desde hace ocho años.

## CAME propone premiar a los bancos que no cobran comisiones

### INSTITUCIONAL

"Por cada comisión que las pymes pagan, menos dinero se redirecciona para mejoras y crecimiento", señaló la entidad, que llama a exigir otro tipo de acuerdo comercial con las entidades bancarias que sí las cobran.

La Confederación Argentina de la Mediana Empresa difundió en su web una lista de bancos que no cobran comisiones por depósitos en efectivo y convocó a sus asociados a premiarlos operando con estas entidades.

"Por cada comisión que las pequeñas y medianas empresas pagan en los bancos, menos dinero se redirecciona para mejoras y crecimiento. Es importante revisar la entidad con la que se opera y si no está en la lista, exigir otro tipo de acuerdo comercial", señaló la CAME.

De un muestreo entre 37 bancos, la entidad detectó que 22 ya cobran comisiones. La Confederación considera que la medida no corresponde porque estas comisiones generan un doble cargo, teniendo en cuenta que los clientes ya pagan por los costos de mantenimiento de sus cuentas.

Del análisis de legislación comparada, surge que el Banco de España, por ejemplo, se pronunció sobre este tema en su Memoria de Servicio de Reclamaciones de 2012.

"Por definición, la aceptación de ingresos en efectivo para abono en una cuenta de la propia entidad receptora constituye una prestación



Banco de España, un ejemplo internacional. Ya en 2012 impidió que las entidades bancarias de ese país cobraran comisiones por depósitos en efectivo

del servicio de caja, inherente al contrato de cuenta y, por tanto, no puede ser remunerado de forma independiente. Es decir, dado que el servicio de caja en estos supuestos se retribuye a través de la comisión de mantenimiento, el adeudo de cualquier otra comisión se considera improcedente", apuntó. "En consecuencia, siempre que el ordenante del ingreso no pretenda un servicio adicional al del simple ingreso de efectivo en la cuenta de un tercero, como, por ejemplo, identificar el concepto del ingreso o el nombre del ordenante, las entidades no están habilitadas para adeudar comisión alguna por prestar este servicio". puntualizó.

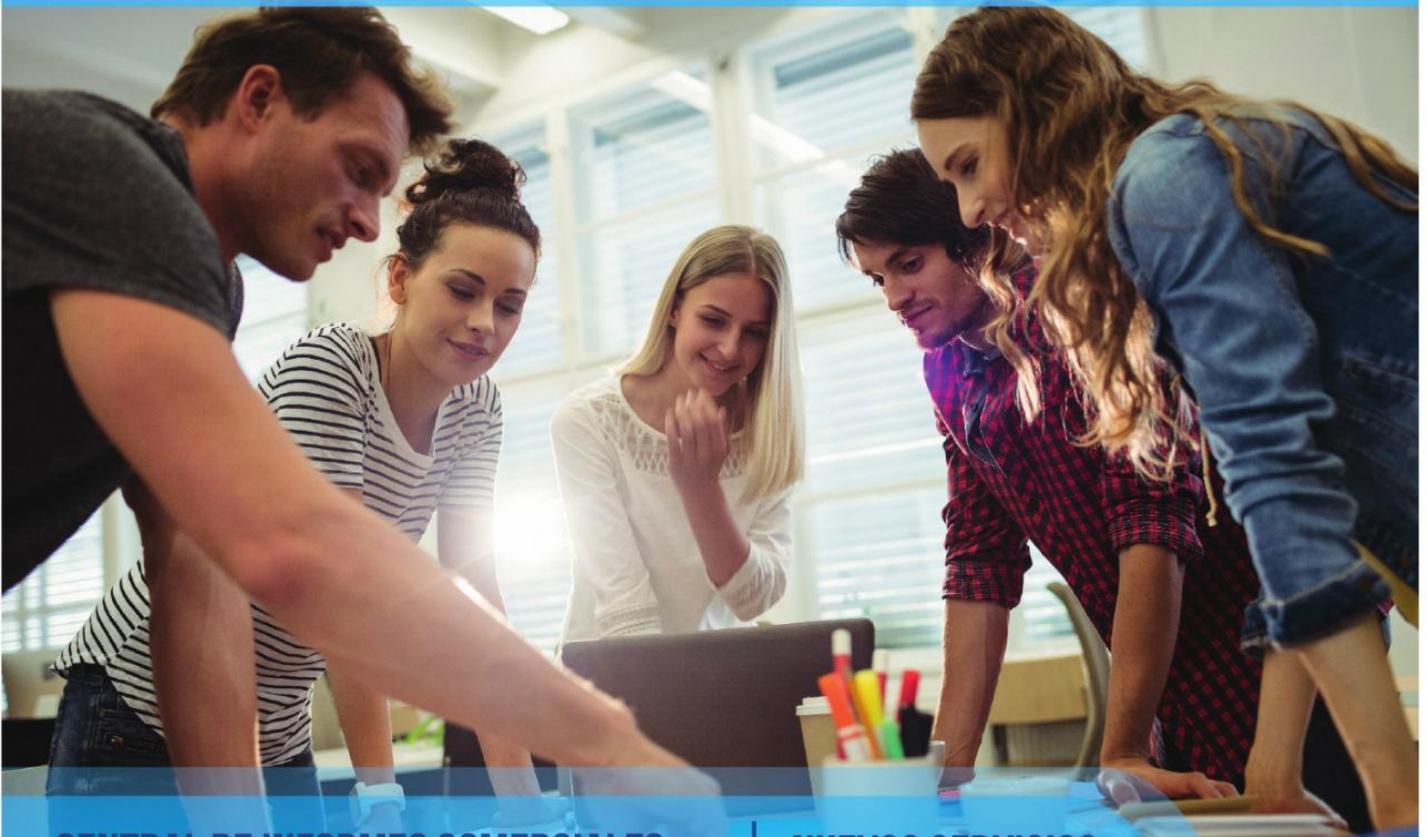
**La CAME considera que la medida no corresponde, porque los clientes bancarios ya pagan por los costos de mantenimiento de sus cuentas.**





# INFODATA

Tecnología e Información para Empresas S.A.



## CENTRAL DE INFORMES COMERCIALES



ACCEDÉ A INFORMACIÓN LABORAL, REGISTRAL Y DE DEUDAS



MEJORÁ TU GESTIÓN DE COBRANZA



REALIZÁ UNA EVALUACIÓN CREDITICIA INTEGRAL DE PROSPECTS, CLIENTES Y PROVEEDORES

## NUEVOS SERVICIOS



ADMINISTRACIÓN DE VENTAS CON TARJETAS DE CRÉDITOS



GESTORÍA AUTOMOTOR E INMUEBLE



INFORMES LABORALES

Con el respaldo de



Confederación Argentina de la Mediana Empresa

**Con INFODATA realizá negocios en forma segura**

www.infodata.com.ar - Tel: (5411) 5556-5556  
info@infodata.com.ar @InfoDataTecno f/InfoDataTecno

El titular de los datos personales tiene la facultad de ejercer el derecho de acceso a los mismos en forma gratuita a intervalos no inferiores a seis meses, salvo que se acredite un interés legítimo al efecto conforme lo establecido en el artículo 14, inciso 3 de la Ley N° 25.326. La DIRECCION NACIONAL DE PROTECCION DE DATOS PERSONALES, Organo de Control de la Ley N° 25.326, tiene la atribución de atender las denuncias y reclamos que se interpongan con relación al incumplimiento de las normas sobre protección de datos personales. Tecnología e Información para Empresas SA – Reg. DNPDP N° 70635

# "Compras indulgentes", una pausa en medio de las crisis

## ANÁLISIS I

**Un estudio internacional señala que, en tiempos complicados, los consumidores suelen adquirir productos y experiencias para "interrumpir" el presente.**

Las "compras indulgentes", que involucran el gasto en bienes no esenciales o incluso la compra de autitos de juguete que remiten a una época nostálgica, podrían ser acciones de consumo gatilladas por un entorno de crisis económica en los mercados emergentes, de acuerdo a un informe de una consultora internacional especializada en estudios de mercado. Según Euromonitor International -que analiza tendencias clave en épocas de crisis que ofrecen buenas oportunidades de crecimiento a las organizaciones- en tiempos de dificultades económicas los consumidores compran productos y experiencias para interrumpir el presente y fingir que están en un contexto distinto a aquel que les causa tantas dificultades. De acuerdo con el estudio, el estatus gatilla un conjunto de emociones tales como orgullo y satisfacción y con frecuencia los consumidores compran objetos para reflejar estas emociones y comunicarlas al resto.

## Ejemplo peruano

Por ejemplo, en el Perú, en 2009, durante la crisis subprime -crisis financiera por desconfianza crediticia vinculada a las burbujas inmobiliarias-, la facturación en los restaurantes de buen nivel creció 9,2 por ciento, una tasa mucho más alta que en los años anteriores, mientras que el PBI del país creció solo 1,0 por ciento.

Desde el 2010 en adelante, cuando el peor momento de la crisis subprime había pasado, el desempeño de los restaurantes se realineó con la evolución de la economía peruana. Este tipo de comportamientos, a juicio de Euromonitor, se enmarcan dentro de cinco tendencias a observar en los mercados emergentes: conveniencia, indulgencia, transparencia, nostalgia, estatus. En el caso de la indulgencia, una compra indulgente involucra "la adquisición de algo para ser disfrutado como un placer especial pero que por lo general se entiende como algo poco saludable o malo". Aunque normalmente se lo relaciona con el consumo de alimentos no saludables, en las crisis se extiende al gasto en bienes no esenciales ignorando las restricciones actuales en el presupuesto, explica el informe.

## Efecto lápiz labial

Los productos cosméticos son otro rubro que también puede ser fácilmente entendido como de bienes no necesarios, ya que si bien su uso es diario, las personas pueden vivir sin ellos. Por lo tanto, una economía en depresión, sería también una economía de consumidores menos maquillados. Y por relación inversa, una economía en expansión sería también un mercado de alto uso de cosméticos. Sin embargo, este no es el caso en todos los mercados. Hay evidencias que indican una correlación entre el crecimiento del PBI y las ventas de cosméticos más allá del llamado "efecto lápiz labial", una teoría que demuestra que aunque el gasto del consumidor generalmente disminuye en las recesiones económicas, el gasto de la mujeres en lápiz labial se eleva.



En 2009, en plena crisis subprime, el PBI real de Chile se contrajo en 1,0 por ciento, pero la venta en valor real de los cosméticos explotó a un ritmo del 16,1 por ciento, detalla el estudio.

## Productos + experiencias

Los responsables del informe señalan que es necesario superar el concepto simplista de que los productos ejercen una mera atracción económica o práctica. Advierten que el encanto de las cosas trasciende su utilidad, porque las personas las cargan con sus propias experiencias y aspiraciones. Éstas pueden ser símbolos de vivencias de la niñez, de ritos sociales como el matrimonio, el nacimiento y la muerte, o de momentos de prosperidad económica. En este sentido, el valor de los objetos es también emocional.

Así, las crisis económicas no son sólo económicas, sino que también alteran los vínculos emocionales que los consumidores mantienen con las cosas que compran y los servicios que contratan. Mientras que el valor monetario de los objetos se relativiza a la luz de las necesidades del momento, el significado detrás de éstos, cambia.

Fenómenos como el desempleo y la incertidumbre financiera introducen disrupciones en la estabilidad emocional de las personas. Hay evidencia de que situaciones de crisis e inestabilidad económica impulsan la recurrencia de problemas como la depresión, crisis de pánico y suicidio, así como incrementan la frecuencia del abuso de drogas y alcohol. Si la economía cambia, el rol de los estados emocionales en las elecciones de mercado también lo hace. Ciertas emociones surgen con más fuerza o tienen una potencia más decisiva para orientar las elecciones de los consumidores. Es frecuente que éstos escojan bienes o servicios con fines de protección emocional, recuperación el pasado o estimulación del autoestima durante las crisis.

## Regreso al hogar

Un ejemplo lo constituye la nostalgia. Uno de los significados de la palabra nostalgia es

regresar a casa, a un lugar seguro. Durante las crisis, los consumidores buscan refugios emocionales a entornos económicos agresivos. Compran productos que actúen como detonadores de recuerdos de una época en la que no se tenían los mismos problemas. Son objetos que tienen la capacidad de comprimir el paso del tiempo y crear la sensación que se está muy cerca, a una compra, de recuperar el pasado.

En los últimos años, la venta de vehículos a escala se ha beneficiado de esta tendencia. Los adultos incrementaron la compra de estos juguetes tradicionales para recordar su pasado y de cierta manera intentar ir a un pasado más luminoso. Este comportamiento se acentuó durante la crisis subprime. En Polonia, el porcentaje de adultos que compró este tipo de producto casi se duplicó entre 2004 y 2009, mientras que las ventas tuvieron un crecimiento absoluto de 33 por ciento.

En los años más duros de la crisis subprime (2008-2009), la base de consumidores de vehículos a escala se amplió inesperadamente. En los años siguientes, la proporción de adultos compradores se mantuvo en un nivel similar, pero la categoría tuvo un crecimiento acumulado inferior.



**Estas tendencias de consumo propias de tiempos de crisis se presentan como oportunidades de crecimiento para las empresas.**

## Actividad industrial en Chubut

### INDUSTRIA I

Otra asimetría que enfrentan las PYME de la Patagonia, aún más profunda a partir de la derogación de un decreto que resulta en equiparación de costos entre las empresas de todo el país.



Construcción, uno de los rubros analizados. El sueldo promedio del sector en Chubut durante 2017 superó en un 39 por ciento al del promedio nacional.

La falta de competitividad patagónica tiene su origen en asimetrías inherentes a la condición propia de la región: salarios más elevados por un costo de vida más alto, mayores costos logísticos, carencia de infraestructura, pequeña densidad de mercados, entre otras. Desde hace años, la CIMA (Cámara Industrial de Puerto Madryn y Región Patagonia), al igual que la CAME y la FECH, ha insistido en la necesidad de plantear esquemas diferenciales para la región.

A continuación, puntos destacados de una publicación del CEES (Centro de Estudios Económicos y Sociales) de CIMA que analiza

el diferencial salarial de tres rubros puntuales que impactan en Chubut: Construcción, Minas y Canteras e Industria Manufacturera.

### La Patagonia, arriba del promedio

El Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social presenta el valor promedio de sueldos mensual por rubros. Tomando el 2017, se realizó un análisis comparativo con el objetivo de demostrar que el costo laboral de Chubut en particular, y la Patagonia en general, es más elevado que en el resto del país.

En el caso del rubro Construcción, el valor promedio de sueldo mensual de los trabajadores registrados del sector privado en 2017 fue de 18.489 pesos. La provincia de Chubut se ubicó un 39 por ciento por encima, alcanzando un promedio de 30.122 pesos. Las cuatro provincias con valores más elevados (todas por encima del promedio) fueron de la región patagónica.

En Explotación de Minas y Canteras, Chubut vuelve a estar por encima del valor promedio de sueldo. El promedio de todas las jurisdicciones fue de 47.409 pesos por mes, mientras que Chubut se ubicó en 79.783 pesos, un 41 por ciento por encima del valor.

Por último, en Industria Manufacturera, nuevamente las provincias de la Patagonia se ubican claramente por encima del promedio. Puntualmente Chubut está un 27 por ciento por encima del valor promedio (37.311 pesos por mes en la provincia frente a 27.177 pesos por mes como valor promedio).

### Decreto 814

Los costos para las empresas radicadas en la Patagonia son claramente más elevados.

El decreto 814 permitía compensar la presión de las contribuciones patronales en el interior, computando un porcentaje de las remuneraciones como crédito fiscal del IVA.

Con la aprobación de la Reforma Fiscal, se derogó este decreto y se equipararon costos entre las empresas de todo el país en lo referido a crédito fiscal de IVA y Contribuciones Patronales.

Por su derogación, se generó un esquema de nivelación que elimina este beneficio escalonadamente hasta dejarlo sin validez en 2022. Esto es claramente una situación de nivelación nacional que beneficia al centro del país, por encima de las provincias de la Patagonia y otras regiones.

El mismo caso se presenta con las ventajas actuales en Contribuciones Patronales, pero con impacto en las PYME de todo el país, no solo las de la región.

A partir de 2019 habrá un incremento escalonado para los empleadores PYMES y una baja gradual Grandes Empresas, igualando el porcentaje para el 2022. Esto tiene impacto directo en los costos de las PYME.



## Parque Industrial Tucumán (PIT)

### PARQUES INDUSTRIALES I

**Más de treinta empresas operan en este predio, ubicado a 15 minutos del centro de la capital provincial. Es privado y fue inaugurado en 2008.**

El Parque Industrial Tucumán (PIT) está adherido a la Federación Argentina de Parques Industriales (FAPI) desde abril del 2016. Es un parque privado, que ofrece servicios a empresas con procesos de logística, productivos e industriales.

Desde que se inauguró, en 2008, hasta la actualidad, las 34 empresas que adquirieron terrenos, operan con galpones de depósito, cámaras de frío, sectores de producción industrial, logística entre otras instalaciones.

Resulta favorable la ubicación del complejo, ya que está a 15 minutos del centro de San Miguel de Tucumán y a cinco minutos del Aeropuerto. Al encontrarse sobre la autopista de Circunva-

lación, hay conexiones con las rutas 9, 38 y 34. Esto ahorra costos de traslado. La importancia de generar hoy emplazamientos de parques industriales en las ciudades significa no solo una mejor planificación para ellas, sino también mejor organización y logística para cualquier empresa instalada.

Las instalaciones permiten procesos de producción, limpios y sin desechos líquidos donde cada empresa puede desarrollar su propia planta de tratamiento según lo especifique su área de producción.

Las empresas que operan en el PIT generan más de 1200 puestos de trabajo directo e indirecto. «En el Norte argentino necesitamos trabajar fuertemente en todo lo que es la implementación de parques industriales, logísticos y tecnológicos para que colaboren a un mejor desarrollo de cada una de las actividades. Así creo que colaboraremos también para el crecimiento de las provincias en la región», sostiene Sonia Mochón, representante del PIT.

«Con la FAPI, a través de la CAME, intentamos hacer un trabajo en conjunto para potenciar esta actividad en todas las provincias de Argentina, mejorando la calidad de servicios y ofrecer asesoramiento a quien lo solicita», agregó.

**Las empresas que operan en el PIT generan más de 1200 puestos de trabajo directo e indirecto.**



## Primera Capacitación a Mentores de emprendedores en la sede de CAME



Mentores capacitados durante el encuentro junto a representantes del Programa Red de Mentores del Ministerio de Producción de la Nación y equipo de trabajo del Departamento de Programas de Financiamiento y Competitividad Pyme de CAME.

### I PROGRAMAS DE FINANCIAMIENTO I

La CAME, a través de su Departamento de Financiamiento y Competitividad Pyme -que trabaja bajo la órbita de la Secretaría General de la entidad-, comunicó la reciente realización de la Primera Capacitación en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires dirigida a mentores de emprendedores del Programa Red de Mentores del Ministerio de Producción de la Nación.

El encuentro se llevó a cabo en el Salón Frondizi de la sede de la CAME y en su transcurso, los organizadores del Programa -específicamente sus áreas de Capacitación y operativas- acercaron los conocimientos preliminares a los mentores acerca de los objetivos que persigue en relación a acompañar a nuevos emprendimientos que pueden nutrirse de las experiencias personales y profesionales del mentor que se le asigne, para ayudarlo a optimizar su modelo de negocios. Participaron del encuentro más de veinte profesionales, empresarios y diversos perfiles que ya se encuentran inscriptos y seleccionados para ser mentores de emprendedores en el marco del programa y que brindarán sus conocimientos de manera voluntaria y como parte de una Red a nivel país.

El objetivo fundamental de la Red de Mentores

es potenciar las capacidades necesarias para que el emprendimiento avance con mayor efectividad, impactando en el entorno donde opera a través del crecimiento económico y la generación de empleo. Mediante este programa se busca acompañar a 4.000 emprendedores, en 25 sedes a lo largo del país.

Quienes deseen inscribirse como mentores o como emprendedores interesados en recibir este acompañamiento de un mentor, contando con el apoyo de la CAME como Incubadora, pueden escribir a [incubadora@came.org.ar](mailto:incubadora@came.org.ar). A esta dirección puede hacer llegar cualquier otro tipo de consulta.

Como apoyo complementario al desarrollo del Programa y de sus mentorías, el equipo de trabajo de CAME INCUBA, queda a completa disposición de los emprendedores (que participen o no de este Programa) para asesorarlos en materia de acceso al financiamiento.

En este sentido, vale destacar que está vigente el Programa Fondo Semilla del Ministerio de Producción de la Nación, que otorga préstamos de honor de hasta 250.000 pesos a tasa 0 por ciento para financiar emprendimientos productivos o con impacto social.

Los proyectos deben ser presentados siempre por una institución incubadora que los avale, como en este caso es CAME INCUBA.

### Videoconferencia

El Departamento de Financiamiento y Competitividad Pyme de CAME continúa realizando mensualmente las videoconferencias "Mentoring en Financiamiento para entidades de la red CAME", cuyo último encuentro fue agendado para el viernes 15 de junio, dirigido a la región NEA, que comprende a entidades de las provincias de Misiones, Corrientes, Chaco, Entre Ríos y Formosa.

Contacto para entidades interesadas en participar: [financiamiento@came.org.ar](mailto:financiamiento@came.org.ar)

Los cupos son limitados y es necesario la inscripción previa.



# PymeNación acompaña las actividades de CAME

- > Abone sus compras hasta un año después de realizarlas.
- > Cuento con la tasa de financiación más conveniente del mercado.
- > Acceda a promociones y descuentos en comercios adheridos.



Confederación Argentina de la Mediana Empresa



Banco Nación

0810 666 4444 | [pymenacion.com.ar](http://pymenacion.com.ar) | Seguinosen   



## "La industria aceitunera sufre un momento crítico"

### ECONOMÍAS REGIONALES I

Patricia Calderón  
Cámara Olivícola de San Juan

#### - ¿Cuál es la situación actual del sector?

- El 90 por ciento de las plantaciones sanjuaninas corresponde a variedades del sector aceitero. El resto desarrolla aceitunas de mesa, con calidad de exportación. La aceituna de mesa históricamente tuvo Brasil como destino, cuarto importador mundial. Pero la situación se complicó a partir del Tratado de Libre Comercio entre el Mercosur y Egipto, país con un desarrollo importantísimo de la producción, con costos mucho más bajos que los nuestros. Hoy la industria aceitunera vive un momento crítico, debido a la pérdida de su mercado natural y a la caída de precios por sobreoferta.

#### - ¿Y la industria aceitera?

- También ha sufrido parcialmente la pérdida del mercado brasileño, sexto importador

mundial, no por sobreoferta sino por falta de competitividad asociada a los costos argentinos, sobre todo el flete, que pesa mucho en el precio final. La industria olivícola argentina, a partir de un gran esfuerzo e inversión de sus actores, ha logrado hacer conocer la calidad de sus aceites en los Estados Unidos y en España. Como resultado de ese trabajo y con una cosecha récord, logramos exportar en 2017 un 120 por ciento más de toneladas que el año anterior. Pero los datos de hoy nos marcan que la campaña 2018 dista de repetir aquella performance, mostrando la típica vecería de las plantas, es decir, la cualidad de generar una gran producción de frutos un año y al siguiente, casi nada.

#### - ¿Qué tema les preocupa especialmente?

- Tenemos variables sobre las que se puede actuar y aquellas que acontecen y no hay plan para mitigarlas. Dentro de las primeras, está el luchar con los costos internos de producción, la vecería típica de la especie que provoca grandes mermas en el rendimiento y la elección de las inversiones que nos lleven a mejorar nuestro producto y mantener nuestro mercado. En forma inesperada presenciamos una caída brutal del precio de aceite de oliva, que no tiene una explicación objetiva, pero está arrastrando

## Factor Pyme

La mayor parte de la olivicultura está en manos de Pymes. Confiamos que el próximo censo, nos de datos concretos. Si bien las Pymes han obtenido algunas ventajas impositivas, hoy nos estamos sumando al pedido de la CAME de aplicar el Mínimo No Imponible a las cargas patronales en forma inmediata y no en forma escalonada en cuatro años, como propone la ley. Es una salida para paliar la difícil situación que tendrá que afrontar este año el sector, que deberá cubrir el aumento de costos internos, con una cosecha reducida y con una caída de los precios internacionales.

a todo el mercado internacional a replantear sus estrategias de comercialización y stock. De continuar esta situación, el 2018 no tendrá un resultado positivo.

### - ¿Los ajustes tarifarios influyen en el sector?

- Las plantas de olivo generalmente se implantan en zonas secas y requieren riego, con agua extraída de pozos profundos. Somos una actividad electrodependiente. Los aumentos de tarifas provocaron un aumento de los costos de un producto que actúa como un commodity. Hoy el formador de precios es España, principal productor. Los productores argentinos no tenemos participación alguna en su conformación.

### - El riego no debería ser una variable de ajuste.

- Aunque la falta de riego provoca menor producción y menor calidad, los altos costos de energía nos llevan a esta situación. Hoy el sector está luchando para ser reconocido como regante electrodependiente, para tener acceso a líneas de crédito blandas que nos permitan convertirnos en autogeneradores de energía. Por otra parte, nos encontramos reclamando una baja en la carga impositiva y de tasas aplicadas a las tarifas, teniendo en cuenta que aproximadamente un 65 por ciento de las facturas actuales corresponde a impuestos, nacionales y provinciales y a tasas municipales.

### - ¿Cuáles son las perspectivas para el 2019 en cuanto al consumo en el mercado interno y las exportaciones?

- Los productores del sector ya mostraron que Argentina puede elaborar aceite y aceitunas de excelente calidad. Se calcula que el consumo interno no llega al 20 por ciento de lo producido. Entonces, no otra hay alternativa para el

crecimiento que el desarrollo del mercado externo. Ese desarrollo puede apuntar a la venta del producto a granel o, mejor aún, si las circunstancias lo permiten, el producto fraccionado, dando de esta manera un mayor valor agregado.

### - ¿Qué acciones hacen falta para impulsar la actividad olivícola?

- Hay que trabajar realmente en solucionar los problemas que son comunes a muchas economías regionales. Están identificados pero lejos de resolverse. El exagerado componente impositivo en combustibles, energía eléctrica y salarios impide lograr precios competitivos para penetrar en nuevos mercados. Además, requerimos previsibilidad.

## Asimetría

La Argentina cuenta con unas 100.000 hectáreas cultivadas, con lo cual logró ser la cuarta zona productora del mundo con sólo un 2 por ciento de la producción mundial, según datos del Comité Oleico Internacional. Si consideramos que la Unión Europea participa con el 75 por ciento de la producción, que España es la formadora de precios y tenemos en cuenta la gran cantidad y variedad de subsidios de la Política Agrícola Común (PAC) que reciben los olivicultores españoles, nos vemos obligados a exigir la negociación de la aceituna de mesa y del aceite de oliva en el Tratado de Libre Comercio entre el Mercosur y la Unión Europea, dado que no existe una simetría que permita la competencia.

Hasta el momento, las negociaciones no se encuentran cerradas. Hemos podido explicar -a los distintos niveles gubernamentales del Poder Ejecutivo, a los legisladores nacionales y del Parlasur- las implicancias que tendría para el sector la eliminación de los aranceles de ingreso actuales, pero nadie ha podido darnos una certeza. La firma del TLC Mercosur-UE tendrá grandes implicancias para el país. Nos permitimos dudar si realmente el balance final será favorable o atentará contra miles de puestos de trabajo.

# Más mujeres empresarias en las entidades

## I MUJERES EMPRESARIAS I

En el marco de la primera reunión del Consejo Directivo de la CAME luego de la última Asamblea General Ordinaria celebrada en abril, la presidenta del área de Mujeres Empresarias de la Confederación, Beatriz Tourn, reclamó por la incorporación obligatoria de más mujeres en altos cargos directivos de las entidades asociadas, enfatizando en la necesidad de hacer avanzar su participación y liderazgo político. Luego de un enriquecedor debate sobre el nuevo paradigma que se viene construyendo en cuanto a perspectiva de género, se acordó trabajar en la implementación de nuevas herramientas que insten a las entidades a incorporar mujeres en su conducción.



## Nuevas dirigentes



Carolina Magariños

Cámara de Comerciantes Mayoristas e  
Industriales de la República Argentina  
(CADMIRA)



Natalia Uribarri

Cámara de Comercio, Industria,  
Producción y Servicios de Presidencia de  
la Plaza / Chaco

## País por la Igualdad

Mujeres Empresarias de la CAME participó de la firma del acuerdo de cooperación Programa País por la Igualdad, que tiene como objetivo contribuir en el fortalecimiento e impacto de las acciones que la sociedad civil, el sector privado y la academia llevan adelante por la igualdad de género. Asistió la vicepresidenta 1ª, Laura Teruel.



## Financiamiento en marcha

Representantas de MECAME participaron de una reunión a fin de generar acciones para la implementación del programa de financiamiento del Banco BICE "Mujeres que Lideran".

El programa está dirigido a Pymes que cuenten con el 51 por ciento de acciones en manos de una mujer o aquellas que, con un mínimo del 25 por ciento, tengan al menos una mujer en su directorio o en su alta gerencia.



Por parte del BICE, estuvieron presentes el subgerente, Juan Cruz Malbrán; la analista de Relaciones Institucionales, Magdalena Giaccio, y la economista Diana Scalice.

## Red de Redes



Beatriz Tourn y María de los Ángeles Moyano participaron del encuentro "Red de Redes" junto con organizaciones

que trabajan por la autonomía económica de la Mujer, gracias a la invitación del Centro de Desarrollo Económico de la Mujer (CEDEM), perteneciente a la Secretaría de Emprendedores y de la Pequeña y Mediana Empresa del Ministerio de Producción de la Nación

## Mujeres en Acción



Mujeres Empresarias de la Unión Industrial de Quilmes -que lidera su presidenta, Sandra Torres- organizó la primera muestra

"Mujeres en Acción", desarrollada en el predio del Parque Industrial de La Bernalesa.

La convocatoria contó con la presencia de Laura Teruel, vicepresidenta 1ª de MECAME, y Liliana Castro, secretaria de Relaciones Institucionales.

La actividad contó con la participación del intendente local, Martiniano Molina; el diputado provincial Guillermo Sánchez Sterli y la senadora provincial Daniela Reich, quien encabezó el proyecto de declaración de interés legislativo del evento en la provincia.

# Primera Jornada de Eficiencia Energética para Pymes

## I RESPONSABILIDAD SOCIAL Y DESARROLLO SUSTENTABLE I

Atentos a la preocupación de los pequeños y medianos empresarios ante el panorama energético nacional, la CAME -a través de su Secretaría de Responsabilidad Social y Desarrollo Sustentable y sus sectores de Industria y Economías Regionales- llevó adelante la primera Jornada de Eficiencia Energética para Pymes, que tuvo como objetivo nutrir a los asistentes de información actualizada y herramientas prácticas que colaboren con el uso responsable de los recursos.

Al comienzo de la jornada, el presidente del Consejo Directivo de la entidad, Gerardo Díaz Beltrán, dio unas palabras de bienvenida a los presentes y resaltó que a los problemas hay que enfrentarlos con propuestas y con este tipo de encuentros donde, con la presencia de disertantes de gran nivel, se proponen alternativas y se buscan soluciones como forma de encarar la Argentina que queremos.

Díaz Beltrán estuvo acompañado del diputado nacional Juan Carlos Villalonga, quien expuso sobre la necesidad de acelerar la transición energética asegurando que las energías renovables y la eficiencia energética "son aliados para tener un suministro confiable, de bajo costo y sustentable para hacer que el modelo de producción subsista en el tiempo y no genere problemas".

Seguidamente se dio comienzo al programa oficial de la jornada, que fue moderada por Andrea Méndez Brandam, periodista y directora de Noticias Positivas, único medio de comunicación argentino con certificación de sustentabilidad (Empresa B) y de Energía Positiva.

## Fuente limpias

El primer expositor fue Pedro Urteaga,

COMERCIAR | 22



Díaz Beltrán junto a Juan Carlos Villalonga, en la apertura del encuentro

director de Mercado de Energía y Medio Ambiente del centro tecnológico español Tecnalia, quien, entre otros puntos, explicó cómo es el trabajo que lleva adelante el centro en cuanto a investigación y desarrollo de fuentes limpias. Cabe destacar que Tecnalia trabaja con la CAME desde el 2015 en el marco del programa financiado por la Unión Europea "ELAN Network".

A continuación, Gabriel Negrín -asesor en costos de energía en la Federación de Productores de Río Negro y Neuquén y en la Cámara de Comercio, Industria y Producción de Villa Regina- sostuvo que "la energía más barata es la que no se consume" y resumió la matriz energética recordando que "el 66 por ciento de la energía se genera a través de fuentes fósiles, el 2 por ciento por renovables, el 4 por ciento por nuclear y el 28 por ciento por hidráulica". Asimismo, comentó que en su provincia (Río Negro) es muy importante que los empresarios participen en las decisiones que toma el Ente Regulador de Energía provincial, ya que ésta es la manera de fijar tarifas acordes, justas y racionales.

## Acciones articuladas

Luego, el director del Centro Tecnológico para la Sustentabilidad (CTS) de la Universidad

## CAME invita a participar de los voluntariados de TECHO

La CAME, a través de su Secretaría de Responsabilidad Social y Desarrollo Sustentable, invita a todas sus entidades asociadas a unirse a la campaña de TECHO, que tiene por objetivo acercar y facilitar la participación del empresariado Pyme en la construcción de las viviendas de emergencia, tarea que esta organización lleva adelante en el país desde hace quince años mediante la modalidad de voluntariado.

Es importante destacar que se proporcionarán beneficios y facilidades de pago para aquellas empresas adheridas a nuestras entidades que se encuentren interesadas en participar en las construcciones. La campaña se realizará en Buenos Aires, el 4 y el 5 de agosto y el 8 y el 9 de diciembre.

En los últimos años, TECHO, junto a diferentes empresas aliadas, construyó -solo en Buenos Aires, mediante su programa de voluntariado corporativo- 713 viviendas de emergencia, además de recaudar fondos para llevar a cabo 33 espacios de educación, 9 cursos de oficio, entregar 33 microcréditos a emprendedores y formar parte de 71 mesas participativas. En estas acciones, movilizó a más de 11.000 voluntarios.

Contacto: [responsabilidadsocial@came.org.ar](mailto:responsabilidadsocial@came.org.ar)



Tecnológica Nacional (UTN), Ariel Carbajal, explicó que “la única forma de hacer algo eficiente es haciéndolo de forma integral” y agregó que es fundamental que existan acciones articuladas entre los sectores público y privado. Al respecto, trajo a colación el caso del programa “Buenos Aires produce más limpio”, que la ciudad desarrolla desde el 2005 junto al CTS.

A su turno, Diego Loureiro, director ejecutivo de Coral Energía -compañía con amplia experiencia en el desarrollo de negocios de energías renovables en Latinoamérica-, sostuvo que si bien es sencillo hablar de eficiencia energética, hay que tener en cuenta que para ello se requieren inversiones siendo fundamental sentarse con los empresarios Pyme para la construcción mancomunada de alternativas.

Más tarde, Villalonga señaló que si se quiere cumplir con el Acuerdo de París, hay que apresurar la incorporación de energías renovables a la matriz. “El cambio climático nos obliga a hacer las cosas completamente distintas, no apenas un poco mejor”, agregó. A

su vez, destacó que Argentina por primera vez comienza a tener una política consistente en materia de energías asequibles.

Con respecto a la mano de obra que emplean las energías renovables en el mundo, citó el reciente informe publicado por la Agencia Internacional IRENA, del que se desprende que 10,3 millones de personas poseen empleos verdes.

Por su parte, Ramiro Gómez Barinaga, representante de la firma GB Abogados & Consultores y asesor jurídico externo de la Subsecretaría de Energías Renovables del Ministerio de Energía y Minería de la Nación, contó su experiencia como parte del equipo que diseñó las licitaciones del programa RenovarAR, el cual es un caso de estudio en las principales universidades del mundo, como por ejemplo Harvard.

Llegando al final del encuentro, representantes de las empresas Convert Italia, Laboratorios Opoteráticos Argentino, Energe y Wega presentaron sus casos de éxito en materia de eficiencia energética y energías renovables, tanto dentro de sus compañías como hacia afuera.

# Convenio de capacitación entre la Cámara de Comercio de Ushuaia y el Ministerio de Trabajo fueguino

## INSTITUCIONAL

**El compromiso se refiere a procesos educativos que aseguren el dominio de las competencias básicas profesionales y sociales requeridas para la inserción en el ámbito productivo.**

La CAME, a través de su Secretaría de Capacitación, celebró la firma del convenio de cooperación, colaboración, complementación y asistencia en materia de capacitación presencial y a distancia entre la Cámara de Comercio y otras Actividades Empresarias de Ushuaia y el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Provincia de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur.

El compromiso asumido por ambas partes consta de promover la capacitación y formación de los ciudadanos locales a través de procesos educativos que aseguren el dominio de las competencias básicas



Claudia Fernández, presidente de la Cámara de Comercio de Ushuaia, en la firma del convenio, junto al ministro de Trabajo de la provincia de Tierra del Fuego, Carlos Carrera.

profesionales y sociales requeridas para la inserción en el ámbito económico productivo. La iniciativa abarca desde la recalificación de los trabajadores mediante la especialización y profundización de conocimientos y capacidades hasta la inclusión de personas que provengan de sectores postergados y marginados. En tal sentido, a través de dicho vínculo, la Cámara pone a disposición del gobierno provincial un completo programa de capacitación, tanto en su modalidad presencial como a distancia, brindado a través de CAME Educativa.

**La iniciativa abarca desde la recalificación de los trabajadores hasta la inclusión de personas que provengan de sectores postergados y marginados.**

## GPS

Fundada en 1884, Ushuaia está ubicada en las costas del canal Beagle, rodeada por la cadena montañosa del Martial. Además de ser un centro administrativo, es un nudo industrial, portuario y turístico. Es la única ciudad argentina que se encuentra en el lado occidental de los Andes.

Está situada a 120 kilómetros en línea recta de Río Grande (en la misma provincia), a 251 kilómetros de Punta Arenas (en la región chilena de Magallanes) y a 2.377 kilómetros de Buenos Aires.

De acuerdo al Censo 2010, tiene poco menos de 60.000 habitantes, con una densidad de 2.460 habitantes por kilómetros cuadrados.

## El feriado del 25 de Mayo dejó 1.945 millones de pesos en las economías regionales

### ITURISMO I

**Las ventas de los comercios minoristas fueron apenas mejores a las de un fin de semana común.**

Las 870.000 personas que viajaron por la Argentina en el fin de semana del 25 de Mayo gastaron 1.945 millones de pesos en las ciudades que forman parte del circuito turístico nacional. Hubo menos viajes a países limítrofes por compras y turismo.

El desembolso promedio diario por persona se ubicó en \$860, incluso menor al de los fines de semana largos anteriores. La estadía promedio fue relativamente breve también (2,6 días) con la mayor parte de la gente trasladándose el mismo viernes y volviendo el domingo.

Ni en 2017 ni en 2016 hubo fin de semana largo por el 25 de Mayo, porque la fecha cayó en la semana, con lo cual no se puede comparar.

Pero se trata de un feriado que en general no suele tener tanta repercusión en materia de viajes. Se mueve mucho con familiares que visitan amigos o parientes en otras localidades o encuentros deportivos, artísticos o laborales. Eso se notó también en el tema consumo.

Según el habitual relevamiento realizado por la CAME en 40 ciudades del país, las ventas de los comercios minoristas (medidas en cantidades) fueron apenas mejores a las de un fin de semana común. Salir a recorrer negocios fue más un paseo del fin de semana. Hubo mucha gente mirando pero poca comprando. En lo que hace a hotelería y gastronomía, los



Córdoba. Uno de los destinos más visitados en el fin de semana largo y también sede del Congreso de la FAEVYT.

empresarios lanzaron promociones especiales para tentar al turista. Por ejemplo, tres noches al precio de dos, descuentos del 20 por ciento o dos noches con una cena de regalo.

Los destinos más elegidos el fin de semana fueron Córdoba, Entre Ríos, Mendoza, Misiones, Salta y la Provincia de Buenos Aires. En lo que va del año ya hubo cuatro fines de semana largos (tres extra-largos), en los que viajó un total de 6.500.000 turistas que gastaron 19.230 millones de pesos.

### En el Congreso Anual de FAEVYT

La CAME estuvo presente en el Congreso Anual de la Federación Argentina de Asociaciones de Empresas de Viajes y Turismo (FAEVYT), realizado en la ciudad de Córdoba y al que asistieron el secretario general de la entidad, José A. Bereciartúa, y el equipo de CAME Turismo. En el acto de apertura, el presidente de la Federación, Fabricio Di Giambattista, destacó, entre otros temas, la exitosa tarea conjunta desarrollada por la FAEVYT y la CAME en diversos puntos de interés para el sector. Desde la CAME, fue subrayada la importancia del trabajo de las distintas agencias de viajes y el potencial que aportan a la actividad.

# Convenio histórico de CAME con OSDEPYM para proteger la salud de las familias Pyme

## INSTITUCIONAL

**La iniciativa está referida a una cobertura de calidad, con planes que respondan a las necesidades de comerciantes, empresarios y sus empleados.**

La CAME firmó un convenio de colaboración mutua con la Obra Social de Empresarios, Profesionales y Monotributistas (OSDEPYM) para brindar a todas las Pymes y sus familias una cobertura de salud de calidad, con planes que respondan a las necesidades de comerciantes, empresarios y sus empleados, promoviendo una constante mejora en el sistema.

El acto de rúbrica fue llevado adelante por el presidente del Consejo Directivo de CAME, Gerardo Díaz Beltrán, y el administrador provisorio de OSDEPYM, José A. Bereciartúa. Por este convenio, la CAME, a través de sus 1544 entidades asociadas, se compromete a difundir los servicios de OSDEPYM, brindar el apoyo técnico y profesional necesario para la promoción de sus servicios y promover por diferentes medios el contacto personalizado entre los interesados directos y la obra social. Además, ambas partes acordaron realizar actividades conjuntas con el fin de motivar la vida sana tales como conferencias, seminarios y encuentros dirigidos hacia entidades, empresas asociadas y personal.

Cabe destacar que la CAME colabora en forma

COMERCIAR | 26



El presidente del Consejo Directivo de CAME, Gerardo Díaz Beltrán, y el administrador provisorio de OSDEPYM, José A. Bereciartúa, tras la firma del convenio.

activa con OSDEPYM desde hace más de veinticinco años mediante su red nacional, siendo ésta indispensable para potenciar el crecimiento y desarrollo de la obra social de las pequeñas y medianas empresas argentinas. Por otra parte, es importante resaltar que OSDEPYM, creada en 1971, brinda beneficios a más de 380.000 afiliados, ya sea a través del servicio de atención de carácter integral (afiliados propios) o mediante servicios de administración o prestación para otras obras sociales. Actualmente cuenta con dieciséis sucursales y trece filiales distribuidas en todo el país, con planes de continuar ampliando esta red de atención.

OSDEPYM nació como una prestadora médica sectorial y -a partir del año 1993, con el apoyo de CAME- amplió su cobertura a empresarios y personal jerárquico de la industria, la producción, el comercio y los servicios. En 2001 se extendió a los monotributistas y desde 2002, mediante acuerdos de complementación, también brinda servicios a beneficiarios comprendidos en convenios colectivos de trabajo.

Con la más amplia gama de planes de salud, resuelve las necesidades de cobertura de los beneficiarios de cualquier nivel socioeconómico.



# MÁS CAPACITACIÓN, MEJORES PYMES

**74**  
**SEMINARIOS A  
DISTANCIA**

**CAPACITACIÓN A DISTANCIA Y GRATUITA**

**CERTIFICADOS  
POR LAUTN**

Tutorías a cargo de docentes especializados  
en cada temática.

Plataforma educativa de fácil acceso y manejo.



## CRONOGRAMA 2018

AGOSTO: 6/8 al 3/9  
OCTUBRE: 1/1 al 29/1  
DICIEMBRE: 3/12 al 31/12

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

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

## ¿Los "influencers" pueden dar impulso a una pyme?

### TECNOLOGÍA I

Algunas veces porque un producto les resulta atractivo para sus seguidores y otras a cambio de un cachet, estas celebridades de las redes pueden contribuir a posicionar una empresa que no tiene acceso a la publicidad tradicional.

Nuevas estrellas están poblando el firmamento de las redes sociales: los influencers. Con una legión de seguidores en su haber, son aquellos capaces de generar tendencias con solo mencionar un producto, un destino turístico o una manera de vestirse en su cuenta. Puede tratarse de celebridades del mundo del espectáculo o el deporte pero también de ilustres desconocidos que pasaron a la fama a fuerza de la originalidad y el atractivo que supieron imprimirle a su espacio en twitter, facebook o instagram.

Los influencers construyen su propio negocio compartiendo experiencias con sus seguidores pero también son capaces de impulsar negocios ajenos, ya sea porque cobran por hacerlo o simplemente porque algo les resultó



Influencer Bondar. Surgió en You Tube pero traspasó sus límites.

interesante aunque no reciban un dinero a cambio.

En ese contexto, es inusual que comenten cuánto disfrutaron la hamburguesa que comieron en una cadena líder en el rubro sin un pago previo. Pero es habitual que, para reforzar su capacidad de influir en los gustos de los demás, cuenten que el helado de frambuesa más rico del mundo es el de la heladería tal, una pyme perdida en el mapa porteño que muy pocos conocen.

Quienes vienen analizando el tema, destacan que a una pyme no debe interesarle un aspirante a influencer, es decir, alguien que espera que las marcas toquen a su puerta e inunden de productos su casa sólo por su carisma.

En cambio, destacan que la persona que ha sabido crear una comunidad y una credibilidad es la indicada, porque una legión de seguidores lo consideran el amigo que jamás les recomendaría un producto de mala calidad.

## Ranking argentino

Una encuesta realizada a argentinos de entre 14 y 21 años a pedido de Google Argentina dio cuenta de los veinte famosos más influyentes de 2018. La cercanía, la pasión y la humildad, entre otros factores, fueron los atributos más valorados por estos jóvenes.

Lo más novedoso es que los youtubers son los nuevos personajes influyentes y conviven con las celebridades ya instaladas en el medio. La plataforma de videos fue la elegida por los usuarios a la hora de consumir contenido audiovisual.

La lista está encabezada por el actor Guillermo Francella, a quien le sigue su colega Nicolás Vázquez. Pero el youtuber chileno Hola Soy Germán y su par argentino Mariano Bondar -20 años, casi dos millones de seguidores- se ubicaron en el tercer y el cuarto puestos, por encima de Marcelo Tinelli.

## Cómo elegirlos

### 1. Definir el objetivo.

Hay que evaluar las características de los productos que se van a promocionar, el objetivo de la campaña a difundir y los resultados que se quieren obtener.

### 2. Buscar en el mercado.

El mundo digital está lleno de influencers, cada uno de ellos hablando de diferentes cosas, por lo que la marca tiene que centrarse en aquellos que transmitan el mensaje al público deseado y no en el más 'famoso'.

### 3. Apostar por la interacción.

Cuando se va a seleccionar al influencer, la marca no sólo debe fijarse en el número de seguidores que tiene, ya que estos pueden ser falsos. Lo ideal es revisar los comentarios y la interacción que tienen para conocer su impacto en internet.

### 4. Elegir personas creativas.

Es importante contratar a un individuo que sea capaz de transmitir el mensaje correcto sin seguir un guión, que demuestre su creatividad e innovación para generar contenido atractivo.

Para una pyme es imposible pagar el cachet que cobraría un personaje famoso para publicitar su marca o su producto, pero sí puede encontrar un influencer menos mediático que se ajuste a su presupuesto. La clave es detectarlos en las redes de acuerdo al segmento al que se apunte, contactarlos y ofrecerles una propuesta que les genere interés.

Si se trata de YouTube, la plataforma cuenta con un mecanismo por el cual el pago al dueño del canal surge a partir de un algoritmo propio que incluye la permanencia de los usuarios, la cantidad de vistas al video y la comercialización.

Los influencers también son contratados para hacer presentaciones en boliches, eventos y viajes estudiantiles y hasta convocados para programas televisivos cuyo éxito se mide por la presencia en las redes, más que el rating. Por ejemplo, "Combate"(Canal 9) puede tener un nivel de audiencia bajo en su franja pero, a la vez, alcanzar un nivel de protagonismo altísimo cada tarde en Twitter. Flor Vigna, ex participante estrella del ciclo, es una celebridad en las redes.

**Para una pyme es imposible pagar el cachet que cobraría un personaje famoso para publicitar su marca o su producto, pero sí puede encontrar un influencer menos mediático que se ajuste a su presupuesto.**



Influencer Vigna. Cinco millones de seguidores en dos redes.

## Grandes vidrieras para los más chicos

VIDRIERAS I



Ya falta poco para armar la vidriera del Día del Niño, un momento especial para diversos rubros del comercio PYME. En esta edición, algunas preguntas clave para resolver el tema con éxito.

### ¿A quiénes están dirigidas las vidrieras del Día del Niño?

En primera instancia, a los niños y las niñas, pensadas en atraer su interés. Pero también a los adultos, en diversas opciones de precios y productos.

### ¿Qué llama la atención de los chicos?

Desde edad temprana, los chicos reconocen sin problemas los códigos de comunicación dirigidos a ellos. Y cada vez más rápidamente, estimulados por la cantidad y la calidad de mensajes que reciben vía Internet, televisión, vía pública.

### ¿Qué recursos de costos aceptables se pueden usar?

Hoy, como siempre, los personajes de animales que se humanizan y cobran vida -Peppa Pig, por ejemplo- seducen a los más pequeños y provocan gran estímulo en ellos. Es un buen recurso para las vidrieras, ya sea en gigantografías, vinilos o muñecos en escala grande.

### ¿Qué atrae a los adultos?

Padres, tíos y abuelos tratan de seguir las tendencias con la velocidad que aparecen y desaparecen. Muchos buscan información sobre cuál es el juguete o la ropa deseada en ese momento y se suben a la ola, incluso afrontando precios muy altos.

COMERCIAR I 30



### ¿Cómo satisfacer esa necesidad de conocer las tendencias actuales?

Una manera de satisfacer esta necesidad es comunicando estas tendencias en las vidrieras junto con una escala de precios. Un comercio que ofrece todo tipo de productos para niños a buen precio es una excelente herramienta de fidelización.

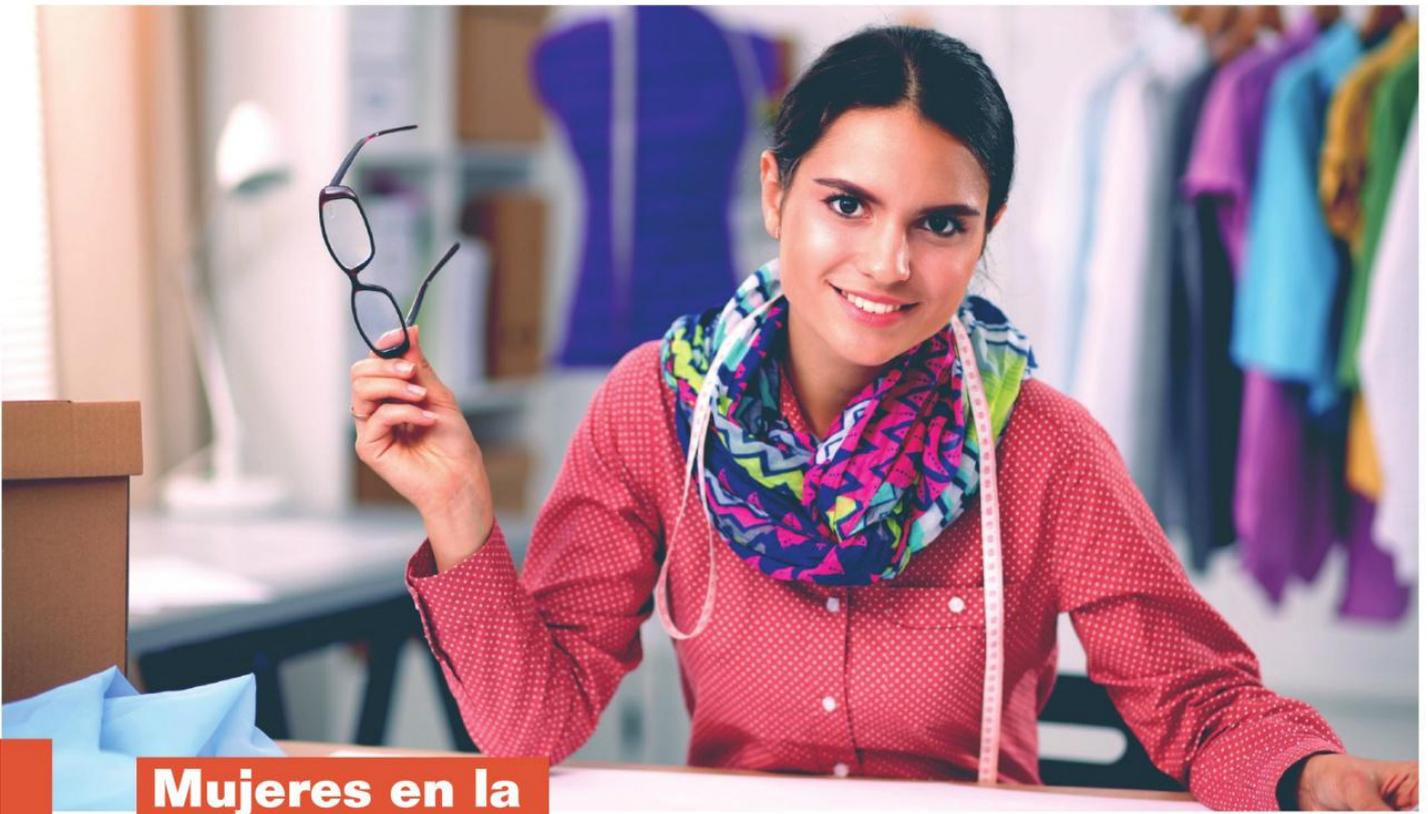


POR LA ARQ. TITINA CASTRO  
(CONSULTORA DOCENTE DE  
CAME)  
WWW.DISENOEXPRESS.COM  
TITINAVIDRIERAS@CAME.ORG.AR

# Tus deseos nos inspiran.



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



## Mujeres en la empresa: del prejuicio al aporte virtuoso

### I CAPACITACIÓN I

**Para muchos fundadores de una PYME, su presencia en el negocio era algo difícil de admitir. Afortunadamente, se abren paso y van ganando espacio en roles clave.**

Hasta hace poco tiempo, las mujeres eran vistas como algo extraño en el mundo empresarial. Aceptadas por los varones como un hecho de la realidad, que se imponía a veces sobre la voluntad, su presencia solía ser declamada como algo virtuoso, pero arrastrando prejuicios primitivos.

Para muchos fundadores de una PYME, era algo difícil de admitir. Como si el liderazgo masculino fuera lo natural en la transición generacional, garantía de éxito para los negocios. Al igual que los dichos sobre mujeres al volante, los comentarios acerca de la capacidad directiva de la mujer convocaban ideas arcaicas.

COMERCIAR I 32

Pero al igual que sucede con la tecnología, la realidad se impone sobre las creencias compartidas. En los tiempos que vivimos, la mujer posee virtudes que la tienen mejor preparada en aspectos claves para la gestión del negocio.

### Integrar

Son tiempos en los que se requiere de la integración de visiones en contraposición a especializaciones que fomentan encierros y dificultan un camino compartido. Es importante la capacidad para no dejar afuera a quienes tienen para hacer aportes valiosos al manejo del negocio. La mujer tiene facilidad para incorporar diferentes perspectivas sin dejar de lado personas con miradas y capacidades diferentes.

### Cooperar

Con facilidad, los hombres entran en posiciones irreductibles. Competencias feroces con el único afán de ganar en lo personal perdiendo de vista la totalidad. Considerando que el trabajo en equipo es central para tiempos de cambio, las mujeres suelen posicionarse con mayor flexibilidad en su manejo. Compartir más, rivalizar menos.

## Generalizaciones injustificadas

Las generalizaciones del tipo "los hombres son" o "las mujeres son" sólo apuntalan prejuicios. Tampoco se trata de hablar de disposición genética. Ni de herencia. Todavía existen creencias negativas que inhiben las potencialidades del aporte de la mujer, que tiene contribuciones que no podemos dejar de lado. La empresa se ve fortalecida y gratificada por el pensamiento y la pasión de la mujer.



### Cuidar relaciones

La mujer es más proclive a preservar los vínculos más allá del tema en juego. Eso permite que las relaciones con clientes y empleados tengan mayor posibilidad de perdurar en el tiempo y no generar heridas innecesarias. Son claves tanto en el cuidado del talento interno como en lo que hace a sostener a los clientes para crecer de manera sustentable.

### Contener

Naturalmente la mujer tiende a cuidar y proteger. Este es un valor determinante para que los propios se queden en la empresa y los compradores tengan experiencias placenteras. No descuidar los afectos en juego.

### Liderar

Es evidente, por la participación de la mujer en otros ámbitos y también en la empresa, que cuentan con condiciones para liderar proyectos y personas detrás de un objetivo. Si dirigir es lograr que otros hagan, "ponerse la camiseta" de la empresa y seguir un objetivo compartido, la mujer parece ser quien se presenta con más disposición a ese liderazgo que estas épocas tan turbulentas e inestables plantean.

### Inteligencia emocional

Si se trata de saber manejar las emociones

propias y comprender lo que se desencadena en otros, entonces la mujer es quien muestra un camino a seguir en algo que para los hombres muchas veces es pura descarga pasional.

### Multifunción

Es parte habitual para la mujer desarrollar varias a actividades a la vez. Desde ese punto de vista se encuentra acostumbrada a manejar variables de modo simultáneo, lo cual es habitual en la vida de la empresa. No le es algo novedoso en su día a día.

### Ganar plata

Es puro prejuicio pensar que la vocación de ganar plata es patrimonio de hombre, que las mujeres piensan en otras cosas y el poder y el dinero les es ajeno. También agregan muchas veces un sentido de trascendencia que amplía significados a una perspectiva a veces unívoca centrada en la rentabilidad.

### Negocios de familia

La mujer, en este caso, es madre y ejerció en la práctica la coordinación de muchos aspectos de la vida de familia. Preserva relaciones y cuida aspectos diferenciados del hombre. Hoy en día tiene un rol central en las decisiones de consumo. Del mismo modo está en condiciones de liderar la empresa con ese bagaje que da la conformación de una vida de familia, con todas sus vicisitudes.

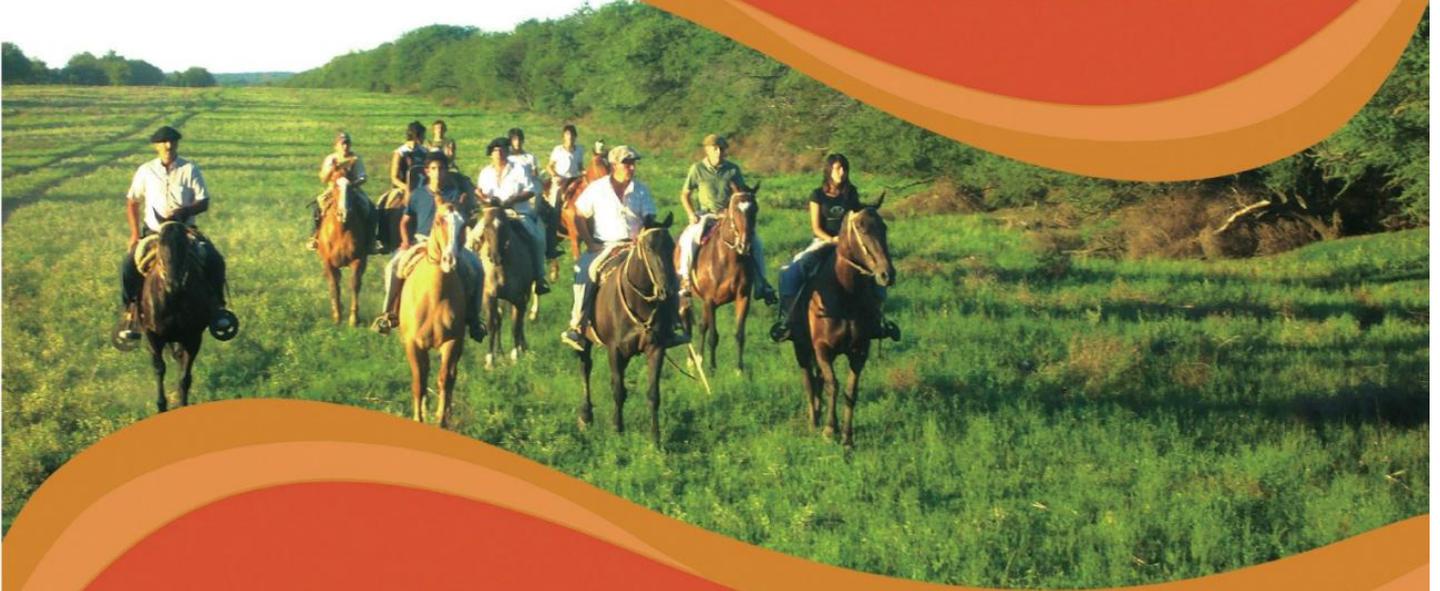


POR LIC. NÉSTOR RABINOVICH  
DOCENTE DE CAMEEDUCATIV@

# Humor PYME



Descubra otra  
**ARGENTINA**



# CAMPO, COMERCIO & TURISMO TV

VIERNES A LAS 23.30 / CANAL RURAL



UNA  
PRODUCCIÓN  
DE



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